

نگاهی به تأثیر سیاست‌های ترامپ بر شرکت‌های بزرگ صنعت سرگرمی در آمریکا

برفک ترامپ روی تصویر نتفلیکس

مازنیاروکلیی

خبرنگار

تازه‌ترین واکنش اهالی هالیوود به سیاست‌های اقتصادی ترامپ را تد سزاراندوس، مدیرعامل تفلیکس نشان داده است. او در یک نشست اقتصادی اظهار داشت: «رویکرد ضد جهانی‌سازی دولت ترامپ احتمال دارد فعالیت تفلیکس در خارج از آمریکا را دشوارتر کرده باشد.» اما این همه اعتراض برای چیست؟ سیاست‌های ترامپ چه تأثیری روی صنعت سرگرمی آمریکا خواهد گذاشت؟

از همان نخستین روز ریاست جمهوری دونالد ترامپ مشخص بود که بدنه لیبرال و چپ هالیوود که اکثراً به کاندیدای دموکرات‌ها گرایش داشتند با دونالد ترامپ به مشکل برخورد خواهند خورد. در همان دور اول ریاست جمهوری ترامپ بود که او در توتیتی به فیلم‌های تولیدشده توسط هالیوود اعتراض و اعلام کرد دیگر فیلم‌های بزرگی مانند سانسست بولوار توسط هنرمندان آمریکایی تولید نمی‌شود. البته که هالیوودی‌ها هم بیکار نبودند و با حملات گسترده و دامنه‌دار به سیاست‌های ترامپ کاری کردند که جو بایدن با آن وضعیت جسمانی به ریاست جمهوری برسد. ترامپ اما دور دوم ریاست جمهوری با توپ پری به کاخ سفید برگشته و قصد دارد یک‌تنه برنامه‌های خود را ظرف مدت چهار سال جلو ببرد. شعار ترامپ در دومین دوره ریاست جمهوری او اول‌آمریکا است. بخشی از این شعار به سیاست‌های انزواگرایانه و ضد جهانی شدن جمهوری‌خواهان محافظه‌کار برمی‌گردد و بخش دیگر آن به اعتقادات شخصی خود ترامپ که عقیده دارد جهان در چهار سال گذشته به واسطه ضعف‌های شخصیتی جو بایدن شیره آمریکا را امکید و این کشور را تبدیل به بازار مجانی سایر کشورها خصوصاً چین کرده است. دقیقاً به واسطه چنین نگاهی است که ترامپ پس از ورود به کاخ سفید جنگ تعرفه‌ها را به راه انداخت و چنان تعرفه‌های سنگینی بر کل کشورهای جهان اعمال کرد که برای مدت کوتاهی دنیا را به هم ریخت. ترامپ البته خیلی زود این تعرفه‌ها را به حالت تعلیق در آورد. اما سیاست تهاجم اقتصادی او به چین حتی بعد از تعلیق تعرفه‌ها ادامه یافت و با وضع تعرفه‌های چندصددرصدی آمریکا عملاً با چین وارد جنگ اقتصادی شده است. جنگی که به نظر می‌رسد تأثیر خود را بر روی صنعت سرگرمی آمریکا گذاشته و بازارهای چین و شرق آسیا را از فیلم‌ها و سریال‌های این کشور گرفته است. درگیری ترامپ با روشنفکران آمریکایی موضوع تازه‌ای نیست. اما به نظر می‌رسد در چند ماه اخیر به نقطه اوج خود رسیده است. هالیوودنشینان در انتخابات ریاست جمهوری قبلی به‌وضوح دیدند که اعتبار خود را نزد مردم آمریکا از دست داده و دیگر مرجع آن‌ها در موضوعات سیاسی نیستند. آن‌ها حالا نگران این موضوع هستند که با سیاست‌های اقتصادی ترامپ تمایل جهان برای تماشای محصولات فرهنگی آمریکایی کمتر شود و کشورها به سمت تولیدات بومی خود چرخش کنند. جنگ ترامپ و هالیوود را می‌توان جنگ آمریکا علیه آمریکا توصیف کرد. جنگ میان آمریکای محافظه کار که به دنبال احیای سنت‌های آمریکایی است



و هالیوودی که عاشق این است که آمریکا را با کمک سیاست‌مدارانی مانند جو بایدن و برنی سندرز تبدیل به یک اروپای بزرگ و البته سوسیال دموکرات کند که اولویت‌هایش نه مسائل مردم آمریکا که مسائلی مانند محیط زیست، اقلیت‌های نژادی و جنسیتی و فمینیسم با قرانت اروپایی است. ترامپ در دور دوم ریاست جمهوری خود جان وایت، مل گیسین و سیلوستر استالونه را به عنوان سفیران دولت در هالیوود منصوب کرد. سه چهره‌ای که در کنار رابرت دووال و کلینت ایستود می‌توان آن‌ها را آخرین بازماندگان جمهوری‌خواهان در دنیای سرگرمی آمریکا دانست. ترامپ با این انتخاب‌ها تضاد دیدگاه خود با بدنه صنعت سرگرمی آمریکا را عیان کرد. به نظر می‌رسد هنرمندان و روشنفکران آمریکایی در دومین دوره ریاست جمهوری ترامپ دوران سختی را پیش رو خواهند داشت. مشکل اصلی برای آن‌ها اینجا است که ترامپ در این دوره حمایت مردمی را هم پشت سر خود دارد و با اقتدار رئیس جمهور آمریکا شده است و همین موضوع کار را برای هالیوودنشینانی که قصد دارند آمریکا را به شعبه دوم اروپا تبدیل کنند سخت خواهد کرد.

اما فارغ از مسائل سیاسی این اقدامات تنش‌زای ترامپ تأثیر اقتصادی عمیقی هم بر روی کمپانی‌های هالیوودی خواهد گذاشت. فیلم‌های هالیوودی در سال گذشته پانصد و هشتاد و پنج میلیون دلار در گیشه‌های چین درآمد کسب کردند که سه و نیم درصد از درآمد ۱۷٫۷۱ میلیاردی این کمپانی را تشکیل می‌داد. جدای از این از دست دادن بازار شرق آسیا می‌تواند اشتغال در این شرکت‌ها را هم تحت تأثیر قرار دهد. بسیاری از نیروهای کمپانی‌های هالیوودی در شرق آسیا مستقر هستند و اقدامات ترامپ در به

از سی‌وششمین نمایشگاه کتاب چه خبر؟

۲۳۰۰ ناشر در راه مصلی



مریم فضایی

خبرنگار گروه فرهنگ

حدود دوازده روز به شروع یکی از بزرگ‌ترین رویدادهای فرهنگی کشور باقی مانده و اخبار حاکی از آن است که نمایشگاه کتاب تهران امسال می‌توانست تحولات قابل توجهی را در بخش‌های مختلف، ازجمله کودک و نوجوان، دانشگاهی و خارجی رقم بزند. در این گزارش، به تحولات مهمی که ممکن است نمایشگاه امسال کتاب تهران داشته باشد، پرداخته می‌شود ازجمله حضور ناشران مختلف، مشکلات جانمایی و تأثیرات این رویداد بر بازار کتاب و کتابفروشی‌ها.

■ **ثبت نام بیش از ۲۳۰۰ ناشر**

آمار کلی نشان می‌دهد علاقه ناشران برای حضور در نمایشگاه کتاب نه‌تنها کاهش نیافته، بلکه در برخی حوزه‌ها رشد هم داشته است. تا پایان مهلت ثبت‌نام، بیش از ۲۳۰۰ ناشر برای حضور در این رویداد اعلام آمادگی کرده‌اند. از این میان، ۱۶۲۶ ناشر در بخش فیزیکی و بیش از ۲۳۶۰ ناشر در بخش مجازی حضور خواهند داشت. با پایان بررسی مدارک و شرایط، فهرست نهایی به‌زودی منتشر خواهد شد. حالا همه چشم‌انتظارند تا ببینند نمایشگاه امسال، با تمام چالش‌ها و تغییراتش، چه تجربه‌ای برای ناشران، کتاب‌دوستان و خانواده‌ها رقم خواهد زد.

■ **نبود ۴ ناشر نه در حضوری نه در مجازی**

طبق گزارش خبرگزاری تسنیم، درحالی‌که نمایشگاه کتاب تهران همچنان یکی از بزرگ‌ترین رویدادهای فرهنگی کشور است، برخی ناشران از حضور در این رویداد خداری کرده‌اند. ازجمله این ناشران می‌توان به انتشارات «قطره»، «مرکز»، «نی» و «نیستان» اشاره کرد که امسال نه تنها در بخش فیزیکی، بلکه در بخش مجازی نیز هیچ‌گونه حضوری نخواهند داشت. نشر مرکز، به‌عنوان یکی از ناشران قدیمی و شناخته‌شده، از سال‌ها قبل تصمیم گرفته که در هیچ‌کدام از دوره‌های نمایشگاه حضور فیزیکی یا مجازی نداشته باشد. دلیل این تصمیم نیز به گفته مسئولان این انتشارات، حمایت از کتابفروشی‌های مستقل و به‌ویژه کتابفروشان شهرستانی است. نشر مرکز معتقد است نمایشگاه کتاب تهران تأثیر تبدیل به فضایی برای فروش بیشتر ناشران بزرگ شده و دیگر جنبه‌های فرهنگی و آموزشی آن کم‌رنگ شده است. این انتشارات از آن زمان به‌طور مرتب اعلام کرده به جای حضور در این نمایشگاه، تلاش می‌کند از کتابفروشی‌ها، به‌ویژه در شهرهای دورتر حمایت کند. انتشارات قطره نیز از سال ۱۳۹۷ سیاست مشابهی را در پیش گرفته و تصمیم به عدم حضور در نمایشگاه گرفته است. قطره به‌ویژه با توجه به مشکلاتی که ناشران کوچک در مواجهه با فضای تجاری نمایشگاه داشته‌اند، حضور خود را به‌طور کامل قطع کرده و همواره تأکید کرده این تصمیم برای حمایت از کتابفروشان محلی در شهرستان‌ها است. آن‌ها بر این باورند که نمایشگاه به‌جای فضایی فرهنگی، تبدیل به بازاری برای رقابت‌های تجاری شده که سود

نظر می‌رسد نمایشگاه امسال می‌تواند از جنبه‌های مختلف به‌ویژه در بخش کودک و نوجوان متفاوت از دوره‌های گذشته باشد، اما باید دید در عمل، این تغییرات چه نتایجی در پی خواهند داشت.

محمدتقی حق‌بین، مسئول کارگروه بخش کودک و نوجوان نمایشگاه، در پاسخ به این پرسش که آیا امکان جلوگیری از حضور این ناشران وجود دارد، می‌گوید: «ما متأسفانه به لحاظ قانونی نمی‌توانیم جلوی ثبت‌نام این ناشران را بگیریم، چون آن‌ها مجوز فعالیت از وزارت فرهنگ دارند و ما هیچ ابزار قانونی برای محدود کردنشان نداریم. برای جلوگیری از ورودشان نیاز به دستور ویژه از وزارت ارشاد داریم.» اما او ادامه می‌دهد که در شرایط فعلی، سعی دارند با جانمایی دقیق‌تر، این ناشران را در مکان‌هایی قرار دهند که کمتر در معرض دید باشند و مخاطب‌ها کمتر با آن‌ها روبه‌رو شوند.

در کنار این موضوع، حق‌بین به یکی دیگر از چالش‌های همیشگی نمایشگاه اشاره می‌کند: کمبود فضا. درحالی‌که تنها ۷ هزار متر مربع به بخش کودک و نوجوان اختصاص داده‌شده، اما درخواست‌ها برای فضای بیشتر به بیش از ۱۳ هزار متر مربع رسیده است. او توضیح می‌دهد: «با توجه به محدودیت‌های موجود در فضای مصلی، امکان جانمایی ایدئال وجود ندارد و ما باید تلاش کنیم تا همه ناشران در دو سالن شمالی و جنوبی جانمایی شوند.» در این میان، شایعاتی هم مطرح است که می‌گویند برخی غرفه‌ها به دلیل نزدیکی به هیئت مدیره انجمن، موقعیت بهتری دارند، اما حق‌بین این نکته را رد کرده و تأکید می‌کند که در واقعیت، محدودیت‌های ساختاری مصلی دست آن‌ها را بسته است و از این‌رو، نمی‌توانند خواسته‌های همه ناشران را برآورده کنند. او در پایان اضافه می‌کند که پس از جلسه‌ای که با اعضای انجمن برگزار کرده، متوجه شده است نزدیک به ۹۰ درصد از ناشران از وضعیت جانمایی‌ها ناراضی بوده‌اند. او می‌گوید: «ما هم ناراحتیم که نمی‌توانیم همه چیز را طبق خواسته ناشران انجام دهیم، اما فضا و ساختار موجود واقعاً محدود است.»

■ **حضور ۲۳۰۰ ناشر دانشگاهی**

با نزدیک شدن به آغاز سی‌وششمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، شور و هیجان خاصی در فضای نشر به‌وجود آمده است. امسال، تغییرات قابل توجهی در روند برگزاری این رویداد بزرگ فرهنگی به چشم می‌خورد؛ از حضور پررنگ ناشران دانشگاهی گرفته تا ورود کتاب‌های خارجی، همه و همه نوید برگزاری یک نمایشگاه متفاوت و جذاب را می‌دهند. اما در این میان، صحبت‌های مدیران و فعالان حوزه نشر، گویای اهمیت این تحولات و چالش‌های پیش رو است.

محمود آموزگار، مدیر نشر «کتاب‌آمه» و رئیس سابق اتحادیه ناشران تهران، یکی از کسانی است که به این تغییرات توجه ویژه‌ای داشته است. او معتقد است واگذاری امور اجرایی نمایشگاه به ناشران، گام مثبتی در مسیر بهتر شدن این رویداد است. آموزگار از سال‌ها پیش به دنبال این بود حلقه‌های مختلف زنجیره نشر به درستی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. او اشاره می‌کند این تغییرات ابتدا از دولت یازدهم شروع شد و پس از چند سال، همکاری دولت و بخش خصوصی در برگزاری نمایشگاه نتیجه خوبی به‌دنبال داشته

است. بااین حال، آموزگار از غفلت‌هایی هم سخن می‌گوید و از امیدهایی که برای تغییرات در آینده دارد.

یکی از موضوعاتی که آموزگار بر آن تأکید دارد، تغییرات در رابطه با حضور کتابفروشان است. او می‌گوید در سال‌های گذشته، حضور کتابفروشان در نمایشگاه باعث می‌شد تا نمایشگاه به سمت فروشگاه بزرگ کتاب برود و این روند از ماهیت اصلی نمایشگاه فاصله می‌گرفت. خوشبختانه امسال این مشکل حل شده و نمایشگاه به سمت تبدیل شدن به یک رویداد نمایشگاهی واقعی، نه فقط فروشگاه‌ی، حرکت کرده است.

در کنار این تحولات، بخش دانشگاهی نمایشگاه نیز دچار تغییرات اساسی شده است. امسال ۲۳۰ ناشر دانشگاهی برای حضور در نمایشگاه ثبت‌نام کرده‌اند که از این تعداد ۲۰۰ ناشر غرفه‌های مجزا خواهند داشت. تغییر مکان این بخش به رواق شرقی نیز به این مناسعت که خانواده‌ها به راحتی می‌توانند از این بخش بازدید کنند؛ اتفاقی که سال‌ها بود به دلیل جانمایی نامناسب از آن غفلت می‌شد. اما شاید جذاب‌ترین تحول، ورود ناشران خارجی به نمایشگاه باشد. محموله‌های کتاب از کشورهای مختلف، از لبنان و عراق گرفته تا ناشران لاتین، در راه تهران هستند و به‌زودی به گمرک نمایشگاه وارد خواهند شد. این حجم از کتاب‌های خارجی، به‌ویژه در موضوعات حوزوی و مذهبی، نشان‌دهنده اهمیت جهانی نمایشگاه است و به جذابیت آن می‌افزاید. این تغییرات نوید یک نمایشگاه پرشور و پربار را می‌دهند، اما به‌طور قطع باید منتظر ماند و دید که در عمل، این تحولات چه تأثیری بر کیفیت نمایشگاه و تجربه بازدیدکنندگان خواهد گذاشت.

