

اخبار

عروسک‌های آیینی و افسانه‌ای

همان جشنواره اسباب‌بازی



همزمان با برگزاری نهمین جشنواره ملی اسباب‌بازی، نمایشگاهی از مجموعه «عروسک‌های اقوام ایرانی» در نگارخانه آفتاب مرکز آفرینش‌های فرهنگی هنری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان برپا می‌شود.

به گزارش ایسنا، این عروسک‌های جمع‌آوری شده از مناطق مختلف ایران دارای قصه‌هایی است که برای علاقه‌مندان در هنگام بازدید، روایت می‌شود.

عروسک‌های آیینی شامل عروسک تمنای باران (چمچه خاتون)، عروسک بوکه باران، تکم، ورزا مُشته و... است که در آیین‌های مختلف شهرهای ایران و به مناسبت‌های مختلف استفاده می‌شود. هم‌چنین عروسک‌های افسانه‌ای شامل عروسک‌های خیالی از افسانه‌های کهن ایرانی مانند شاماران، آدی و بودی، دختر نارنج و ترنج و... همراه قصه‌گویی در نمایشگاه معرفی می‌شوند. نمایشگاه عروسک‌های اقوام ایرانی با هدف آشنایی کودکان ایرانی با فرهنگ مردم و قوم‌های مختلف ایران و یادآوری ارزش‌های فرهنگی و قومیتی کشور عزیزان ایران برگزار می‌شود.

در این نمایشگاه همچنین یک بازی که در آن کودکان با لباس اقوام ایرانی آشنا می‌شوند برای بازدیدکنندگان تدارک دیده شده است.

کودکان و نوجوانان، مربیان تربیتی، عروسک‌سازان، قصه‌گویان و فعالان حوزه فرهنگ و هنر می‌توانند از این نمایشگاه بازدید کنند.
بنابر اعلام روابط عمومی و امور بین‌الملل کانون نمایشگاه «عروسک‌های اقوام ایرانی» از ۲۵ دی تا ۱۰ بهمن ۱۴۰۳ همزمان با نهمین جشنواره ملی اسباب‌بازی از ساعت ۱۰ تا ۲۰ در نگارخانه آفتاب مرکز آفرینش‌های فرهنگی هنری کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان واقع در خیابان حجاب تهران پذیرای علاقه‌مندان است.

نسخه ویژه ناینیان «زخم کاری ۴» در حال آماده‌سازی است



نسخه ویژه ناینیانان فصل چهارم سریال «زخم کاری» به کارگردانی محمدحسین مهدویان به روندی منتشر می‌شود.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از روابط عمومی پلتفرم، قلیبوم یا همکاری سونبا (سینمای ناینیانان) نسخه توضیح‌دار سریال «زخم کاری ۴» را برای ناینیانان آماده کرده است.

اولین قسمت این نسخه با صدای گلاره عباسی جمعه ۲۱ دی ساعت ۸ صبح در اختیار مخاطبان قرار می‌گیرد.

جواد عزتی، رعنا آزادی ور، الناز ملک، مهراوه شریفی نیا، محمدمهدی سلطانی سروستانی، سیدجواد هاشمی، اشکان دلاوری، پژواک ایمانی، کیومرث مرادی، مهران غفوریان، کامبیز دیرباز، کاظم هژیرآزاد، عباس جمشیدی قر، سعید چنگیزیان، مهدی زمین پرداز، امیرحسین هاشمی، الهه حصار، مرتضی امینی تبار و منوچهر علپور از بازیگرانی‌اند که در این سریال حضور دارند. «زخم کاری: مجازات» که فیلمنامه آن با نگاهی به «لولل» اثر کسپسیر نوشته شده، مهر پایانی است بر این قصه پرماجرا که با شعار «پایان خون و جنون» از اواسط آذر پخش آن آغاز شد. در این فصل قرار است سروشت مالک و دیگر شخصیت‌ها مشخص و نهایی شود.

پیش از این نیز نسخه توضیح‌دار سریال‌های «بازنده»، «گناه فرشته»، «دل»، «هم‌گناه»، «می‌خواهم زنده بمانم»، «زخم کاری»، «یاغی»، «جبران»، «رهایم کن»، «اکتور»، «حیثیت» و ... ویژه ناینیانان در قلیبوم منتشر شده است.

عضو هیئت مدیره انجمن طراحان لباس با انتقاد از عدم برنامه‌ریزی منسجم برای برگزاری جشنواره مد و لباس فجر، گفت: نمی‌شود جشنواره را هر زمانی از سال که خواستیم برگزار کنیم و با تغییر پی در پی در سیاست‌گذاری‌ها، ارزش هدف اصلی جشنواره را به اندازه ارائه یک گزارش عملکرد کفی تقلیل دهیم.

سیامک ناظمی در گفت‌وگو با ایسنا، درباره چالش‌های برگزاری جشنواره مد و لباس فجر، گفت: نه تنها برای برگزاری جشنواره مد و لباس فجر بلکه برای هر موضوع دیگری باید بینیم هدف و چشم‌اندازمان چیست و چند درصد به آن نزدیک می‌شویم، به نظر بنده موضوعی که در مورد جشنواره مد و لباس فجر شاهد آن هستیم این است که هدف مشخصی ندارد و تصور می‌کنم هدف از برگزاری، ارائه یک بیان‌کنار برای سطوح بالاتر است که با اشاره به کمیت و تعداد شرکت‌کنندگان و آثار و ... یک گزارش کار ارائه بدهند. از این رو اهدافی مانند کشف استعداد، ارتقای کیفی کارها نسبت به دوره‌های قبل و ... کم‌رنگ‌تر شده است.

زمان نامشخص برگزاری و سردرگمی شرکت‌کنندگان

او درباره سایر مشکلات نیز بیان کرد: مشکل دیگر عدم برنامه‌ریزی منسجم است. نمی‌شود جشنواره را هر زمانی از سال که خواستیم برگزار کنیم؛ باید زمان برگزاری حتی به شکل حدودی زنده بماند، اگر بخواهیم جشنواره مد و لباس فجر را هر دیرپا با سایر جشنواره‌های مد و لباس جهانی درنظر بگیریم، همه آنها بازه زمانی مشخصی دارند و از یک سال قبل برای آن برنامه‌ریزی می‌کنند، سیاست‌گذاری‌ها و استانداردها معلوم است و کسانی هم که قصد شرکت در بخش رقابتی را داشته باشند با یک زمانبندی مشخص می‌دانند که برای ارائه آثار خود چقدر فرصت دارند. اما متأسفانه در جشنواره

رئیس سازمان صداسوسما در اظهارنظری عجیب

اعلام کرده که پس از ۱۲ سال کاهش مخاطبان،

این روند اکنون “افقی” شده است. این اعتراف تلخ، نه‌تنها نشان‌دهنده بحران هویتی این سازمان عریض و طویل است، بلکه پرسش‌های جدی درباره نحوه هزینه‌کرد ۲۴ هزار میلیارد تومان بودجه سال ۱۴۰۳ به همراه دارد. آیا تخصیص چنین منابعی به رسانه‌ای که حتی مدیران آن نیز به بی‌تأثیر بودنش اذعان دارند، منطقی است؟

به گزارش بازتاب ۲۴ هزار میلیارد تومان، رقم کوچکی نیست. با این بودجه می‌توان صدها مدرسه ساخت، مشکلات حوزه بهداشت را کاهش داد، یا به توسعه زیرساخت‌های فناوری کشور پرداخت. اما این مبلغ هنگفت در اختیار نهادی قرار گرفته که محصولش برنامه‌هایی است که حتی در میان مخاطبان سنتی‌اش هم جذابیت گذشته را ندارد.

این رقم در مقایسه با بودجه بسیاری از وزارتخانه‌های حیاتی کشور، به‌ویژه آموزش‌وپروورش و بهداشت، بیشتر است. اگر کارایی صداسوسما در جذب مخاطب، ارتقای سطح آگاهی عمومی، و حفظ اعتبار ملی آن ثابت می‌شد، شاید این تخصیص قابل‌توجیه بود. اما اکنون، عملکرد این سازمان چیزی جز مصرف بودجه برای تولید محتوای سفارشی و تک‌صدایی نیست.

بسیاری اعتقاد دارند، یکی از مهم‌ترین عوامل کاهش مخاطبان صداسوسما، اعتماد از دست‌رفته این رسانه است. سیاست‌های رسانه‌ای که به‌جای انعکاس واقعیت‌های جامعه، صرفاً به نمایش تصویری یک‌طرفه و شعاری از مسائل کشور پرداخته، به فرار مخاطبان انجامیده است.

در مقابل، رقبا در شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های دیجیتال و رسانه‌های بین‌المللی، نه‌تنها محتوای متنوع‌تر و جذاب‌تری ارائه می‌دهند، بلکه با ایجاد فضایی باز و تعامل‌محور، توانسته‌اند طیف گسترده‌ای از مخاطبان ایرانی را جذب کنند.

در حال حاضر صداسوسما با بحران خلاقیت و نوآوری دست‌به‌گریبان است که نمود آن را می‌توان در برنامه‌های تکراری و غیرجذاب مشاهده کرد؛ برنامه‌هایی که برای نسل جوان و حتی مخاطبان میان‌سال دیگر جذابیتی ندارند. بی‌توجهی به نیازها و خواست مخاطبان و اصرار بر تولید غیرجذاب نیز فاصله مردم را با این رسانه

افزایش داده است.

از سوی دیگر، کمبود شفافیت مالی در هزینه‌کرد بودجه‌های هنگفت، پرسش‌های جدی درباره کارآمدی مدیریتی این سازمان ایجاد کرده است. این چالش‌ها در کنار یکدیگر، توانایی صداسوسما در جذب مخاطب و حفظ جایگاه خود را به شدت تضعیف کرده‌اند.

شیب افقی: نه پیشرفت، نه پسرفت؟

ادعای “افقی شدن” کاهش مخاطبان، به‌نوعی تلاش برای پوشاندن شکست‌های مکرر این رسانه است. توقف کاهش مخاطبان زمانی ارزشمند است که با افزایش کیفیت و گسترش مخاطبان همراه باشد. اما آنچه امروز مشاهده می‌شود، رکود است. این رکود نشان می‌دهد که صداسوسما توانسته با تغییرات جامعه و نیازهای جدید

از یول‌پاشی پلتفرم تا پمپاژ وحشت با تبلیغات



ویدئوهای دلهره آور بهرنگ علوی که مخاطبان فضای مجازی را نگران او کرده بود به اعتراض‌های کاربران و کارگردان سریال «آزادیل» منجر شد.

به گزارش مهر؛ احتمالاًدیگر خیلی‌ها در جریان کمپین تبلیغی سریال «آزادیل» قرار گرفته اند؛ سریالی که حسن فتحی کارگردان آن است و قرار است به زودی در شبکه نمایش خانگی عرضه شود. حسن فتحی جزو کارگردانان باسابقه و شناخته شده است، با این حال سریال اخیر او از ابتدای پیش تولید بیشتر با حواشی مختلف خیرساز شد و کار به جایی رسید که دیگر خود کارگردان هم نسبت به مورد آخر این حواشی یعنی کمپین تبلیغی معترض شد.

ارائه مجوز پس از اصلاحات جزئی

بیشتر از یک سال است که اخبار غیررسمی درباره سریال «آزادیل» و بازیگران آن در فضای مجازی منتشر می‌شود. سریالی که فضای معمایی دارد و به تازگی از ساترا مجوز دریافت کرده است. حدود یک ماه پیش روابط عمومی ساترا در خبری اعلام کرد که حسن فتحی به همراه تهیه‌کننده سریال برای دریافت مجوز انتشار اثر به جلسه ساترا رفته‌اند. در این جلسه مقرر شده بود که مجوز انتشار سریال با اعمال برخی اصلاحات جزئی صادر شود.

انتشار لیست دستمزدهای نجومی

با فاصله ای دو هفته‌ای از این جلسه، لیستی از دستمزدهای نجومی بازیگران سریال منتشر شد. دستمزدهایی که برای یک ماه کار رقم‌هایی بالاتر از یک میلیارد در نشان می داد و با نگاهی کلی برای سریال پر بازیگر «آزادیل» رقمی سوپر نجومی صرفاً برای بازیگران (و نه کل پروژه) را به همراه دارد. عجیب است که بعد از انتشار این فهرست نه تهیه

وقتی افقی شدن هم دست‌آورد می‌شود!

رسانه ملی یا بودجه‌خوار ملی؟

صداسوسما یا دریافت ۲۴ هزار میلیارد تومان بودجه در سال ۱۴۰۳، مدعی شده است که پس از ۱۲ سال کاهش مخاطبان، این روند “افقی” شده است. این ادعا، نه تنها نشانه‌ای از پیشرفت نیست، بلکه اعترافی تلخ به ناکارآمدی نهادی است که سالانه میلیاردها تومان از منابع ملی را صرف محتوایی می‌کند که جذابیتی برای عموم ندارد. عدم اعتماد عمومی، نبود نوآوری، و رقابت رسانه‌های دیجیتال، صداسوسما را به نهادی کم‌اثر و فاقد خلاقیت تبدیل کرده است.



کمبودشفافیت

مالی در

هزینه‌کرد

بودجه‌های

هنگفت

پرسش‌های

جدی درباره

کارآمدی

مدیریتی این

سازمان ایجاد

کرده‌است

مخاطبان همگام شود.

با بودجه ۲۴ هزار میلیارد تومانی، امکان تولید برنامه‌های جذاب و تعاملی با حضور چهره‌های مستقل و تأثیرگذار فراهم می‌شد که می‌توانست تعامل مخاطبان را افزایش دهد. این مبلغ می‌توانست در توسعه زیرساخت‌های دیجیتال سرمایه‌گذاری شود تا رسانه ملی توان رقابت با پلتفرم‌های آنلاین را پیدا کند. همچنین، حمایت از تولیدات فرهنگی و هنری مستقل می‌توانست نقش مهمی در بازگرداندن اعتماد عمومی ایفا کند. استفاده از تکنیک‌های نوین رسانه‌ای نیز فرصت مناسبی برای جذب نسل جوان و همگام‌سازی با نیازهای روز فراهم می‌کرد.

صداسوسمایی جمهوری اسلامی ایران در شرایطی قرار دارد که یا باید به بازسازی

کامل ساختار و سیاست‌های خود بپردازد یا سرنوشتی مشابه بسیاری از رسانه‌های دولتی دیگردر سراسر دنیا، یعنی حذف از میدان رقابت را تجربه کند. به گفته کارشناسان، اعتمادسازی، بازنگری در سیاست‌های محتوایی و شفافیت مالی سه ضرورت اساسی برای بازگرداندن این رسانه به جایگاه پیشین خود به شمار می‌روند.

در صورت عدم تحقق این تغییرات، میلیاردها تومان از منابع کشور همچنان صرف تولید محتوای بی‌اثر خواهد شد که نتیجه‌ای جز فرسایش سرمایه‌های ملی و فرهنگی ندارد. تحلیل‌گران هشدار می‌دهند که عدم اصلاحات جدی در صداسوسما، ممکن است این سازمان را به نهادی بی‌اثر در عرصه رسانه‌ای تبدیل کند.

اعتراض کارگردان

طی یکی دو روز گذشته فضای مجازی پر شد از واکنش‌ها به ویدئوهای بهرنگ علوی و تقریباً می توان گفت غالب این واکنش‌ها هم انتقادی بوده است چه آنها که همان ابتدا به تبلیغاتی بودن ماجرا پی برده اند و چه آنها که دیرتر ماجرا را فهمیدند. هر دو طیف از این مدل انتقاد کرده و در حداقلی‌ترین واکنش‌ها این مدل را فاقد خلاقیت دانسته‌اند.

همجه‌ها به این مدل تبلیغ به قدری بود که حسن فتحی کارگردان سریال نیز لب به اعتراض‌گشود و در صفحه خود در اینستاگرام متنی را به اشتراک گذاشت. فتحی در این یادداشت این چنین آورده است: «بارها در گفت‌وگو با همکاران و رسانه‌ها بر این نکته تأکید کرده‌ام که جنس تبلیغات رسانه ای پلتفرم‌ها باید با شرایط روحی و ذهنی جامعه مطبق و همسنگ باشد. از ماجرای تبلیغ پیشامد کرده تا دیشب کاملاً بی‌خبر بودم و اساساً نیازی به این دست از تبلیغات نمی‌بینم؛ عطر آنست که خود بپویند نه آنکه عطر بگیرد!»

تذکره در کار نیست؟

از آخرین نمونه های تبلیغاتی برای سریال های شبکه خانگی که باعث حیرت وحتی در جایی انتقاد کاربران شده‌بود تبلیغ چاقوی بزرگ خونین در یکی از فضاهای محیطی شهر تهران بود که به سریال «زخم کاری» تعلق داشت و بعداً مشخص شد با هوش مصنوعی طراحی شده است. ویدئوهای بهرنگ علوی اما شدت تنش و دلهره و اضطراب بیشتری را به مخاطب منتقل کرد چون می توانست هر لحظه تصور کند که چنین اتفاقی برای او هم رخ بدهد.

ویدئوی تبلیغی «زخم کاری» در آن زمان تذکر گرفت اما هنوز مدیران ساترا هیچ تذکر یا توبیخی برای مدیران پلتفرم نم‌اوا قائل نشده اند و باید منتظر بود تا ببینیم خود مدیران نماوا چه زمانی قرار است نسبت به اعتراضات واکنش رسمی نشان دهند.

از نمونه دیگر این تبلیغات عجیب و دلهره‌آور می‌توان به گریم افرادی شبیه به داش و وروشان با اسب به یک پردیس سینمایی برای تبلیغ فیلم «به وقت شام» ابراهیم حاتمی کیا اشاره کرد. این تبلیغات شاید در وهله اول کاری شاذ و خلاقانه به نظر برسد اما در چند نمونه‌ای که برای رویدادهای هنری انجام گرفته است عملاً ضدتبلیغ عمل کرده و بیشتر به رعب و وحشت و دلهره مخاطب دامن زده است. آن هم مخاطبی که در جامعه امروز هر از گاهی در شوک اتفاقات و حوادث عجیب جامعه‌اش قرار می‌گیرد و حتی تا مدت‌ها همین اتفاقات واقعی را هم نمی‌تواند هضم کند و مساله ذهنی‌اش می‌شود.

فرهنگ و هنر

اخبار

سفر به چهار کشور جهان با ارکستر سمفونیک تهران

ارکستر سمفونیک تهران در کنار حامد گارسچی، رهبری که در آلمان تحصیلات موسیقی دیده است، اجرایی تمیز و خوش‌صدا را به نمایش گذاشت و طی یک شب مخاطب را در فضای موسیقی چهار کشور جهان قرار داد.

به گزارش ایسنا، ارکستر سمفونیک تهران شامگاه گذشته (۱۸ دی‌ماه) به رهبری حامد گارسچی روی صحنه رفت و قرار است امشب هم باری دیگر همین اجرا را روی صحنه ببرد. حامد گارسچی پیش‌تر هم در تابستان سال ۱۴۰۱ از آلمان به ایران آمد و به مدت دو شب با ارکستر سمفونیک تهران روی صحنه رفت. اکنون هم حضور او در ایران به واسطه استفاده ارکستر سمفونیک تهران از رهبران مهمان است.

گارسچی طی اجرای پیشین خود با ارکستر سمفونیک هم، اجرایی رضایت‌بخش را روی صحنه برده بود، چه بسا که در هر دو اجرا قطعاتی کمتر اجرا شده یا اجرا نشده برای مخاطبان با کیفیتی قابل قبول نواخته شد که خود این امر یکی از مزیت‌های کنسرت ارکستر سمفونیک تهران به رهبری او بود.

قطعاتی که در این کنسرت نواخته شد از هنرمندانی مشهوری همچون پیتربلیچ چایکوفسکی (روسیه)، ژان سبیلیوس (فنلاند)، فکرت امیرف (آذربایجان) و آرام خاچاطوریان (گرجستان) بودند.

کاپریس آذربایجان از امیرف

آغاز این کنسرت با اثری معروف از فکرت امیرف بود.

شروع اثر در اوج بود و با طنازی فضای موسیقی آذربایجان را به مخاطب منتقل می‌کرد که خود این امر به جذابیت اجرای آن افزوده بود. البته که بخشی از جذابیت این قطعه به واسطه اجرای خوش صدای ارکستر از این قطعه بود که باعث می‌شد مخاطب با آن همراه شود.

آداجیو برای اسباب‌تاکوس از خاچاطوریان

یکی از مشهورترین آثار موسیقی کلاسیک به خاچاطوریان تعلق دارد که شاید هر کدام از ما اگر گوش شاد به موسیقی کلاسیک باشیم، آن را شنیده‌ایم. این قطعه یکی از شاهکارهای موسیقی کلاسیک است که همانطور که از نام آن برمی‌آید، فضایی آرام و دلنشین دارد. زمانی که این قطعه پس از اثر پر شور و هیجان آذری قبلی نواخته شد، گویی که به یک باره آرامشی عمیق به سالن بخشیده شد.

آوای این قطعه همچون دو پال پرواز بود که آدمی را از زمین جدا کرده و در آرامش خیال به پرواز در می‌آورد. سبک بالی از جنس بهایی، درست همانطور که از داستان این قطعه برمی‌آید؛ داستانی که درباره آزادی برده‌ها است.

۴۴. Sibelius: Valse triste, Op

در ادامه دو قطعه از سیبلیوس نواخته شد. نخستین قطعه یک والس بود که فضایی آرام و البته موزون داشت؛ زیرا همانطور که از نام آن برمی‌آید این قطعه برای رقص محلی است و بدین واسطه حین شنیدن آن، ذهن شما فضای یک سالن رقص را تصور خواهد کرد. دیگر قطعه‌ای که از سیبلیوس نواخته شد، **Op.۲۶. Finlandia** بود.

رومئو و ژولیت از چایکوفسکی

آخرین قطعه روایت یک تراژدی از چایکوفسکی بود.

اثر با ملودی دراماتیک شروع شد و فضایی غمگین داشت که سازهایی بادی در کنار هارپ به آن فضا دامن می‌زدند. اجرای آثار چایکوفسکی به دلیل پیچیدگی که دارند از انتخاب‌های سخت به شمار می‌روند، البته شده است که کنسرت شب گذشته ارکستر آثاری نو و فضاهای متفاوت را اجرا کرد که به نوبه خود اتفاق خوبی بود.



تقلیل جشنواره مد و لباس فجر به یک گزارش عملکرد کمتی

چرا زمان برگزاری مشخص نیست؟

کار این است که به تولید لباس بپردازیم.

نواقص چرخه فرهنگی مد در ایران

عضو هیئت مدیره انجمن طراحان لباس با اشاره به اینکه مد یک چرخه فرهنگی دارد،

ادامه داد: عکاسی، مد، رسانه، مد، خریدگار مد، برگزاری هفته‌های مد، اینفلوئنسر مد و...

همگی با درصد تأثیرگذاری‌های متفاوت، بخشی از این چرخه هستند؛ چرخه‌ای که در ایران ناقص است و اوصاف کار فرهنگی درستی شکل نمی‌گیرد و نمی‌توان ترند مد و لباس را تغییر داد. با این حال ما می‌توانیم به تولید لباس هم ورود کنیم.

خصوصی دولتی مهم نیست، تخصصی کار کنید

او درباره نکاتی که نسبت به از رونق افتادن جشنواره مد و لباس فجر در مقابل سایر جشنواره‌های خصوصی و دانشگاهی مطرح می‌شود نیز بیان کرد: هر کاری باید به شکل تخصصی انجام شود و زمانی که متخصصان به برگزاری جشنواره مد و لباس فجر کمک نکنند، مصطلحاتی رخ خواهد داد. اینکه جشنواره خصوصی یا دولتی برگزار شود، مسئله نیست؛ این مهم است که جشنواره به شکل تخصصی و با هدف مشخص برپا شود. نمی‌شود مدیری از رشته‌ای دیگر که هیچ آگاهی و دغدغه‌ای نسبت به مد و لباس ندارد بیاید و جشنواره را برگزار کند.

این طرح لباس با تأکید بر اینکه با افزایش تعداد جشنواره‌های مد و لباس مخالف است، گفت: اینکه تعداد جشنواره‌ها بدون هیچ خروجی مشخصی افزایش پیدا کند پذیرفتنی نیست و آسیب‌هایی در پی دارد. اگر در سایر کشورها نیز جشنواره‌های دوره‌ای برگزار می‌شود، هرکدام به شکل تخصصی به موضوعاتی مثل مد عقیانه با اسلامی، مد پایدار و... می‌پردازند. اگر قرار است ما هم جشنواره‌های مختلف مد و لباس برگزار کنیم،