



زمان و مکان مراسم تشییع پیکر ناصر تقوایی

اعلام شد.

به گزارش ایلنا، مراسم وداع و تشییع پیکر زنده یاد «ناصر تقوایی» کارگردان فقید سینمای ایران روز پنجشنبه ۲۴ مهرماه در امامزاده طاهر کرج برگزار می شود.

ساعت دقیق و جزئیات بیشتر مراسم متعاقبا اعلام خواهد شد.



نمایشگاه‌بین‌المللی کتاب‌فرانکفورت، بزرگ‌ترین رویداد جهان در حوزه نشر و کتاب، در شهر فرانکفورت آلمان افتتاح شد.

به گزارش ایسنا، این نمایشگاه سالانه، پس از دو روز ویژه‌برنامه‌های حرفه‌ای صنعت نشر، از روز جمعه به روی عموم باز می‌شود و انتظار می‌رود تا روز یکشنبه بیش از ۲۰۰ هزار بازدیدکننده داشته باشد.

لسلو کراسناهورکایی، نویسنده مجارستانی و برنده جایزه نوبل ادبیات ۲۰۲۵، قرار بود یکی از سخنرانان مراسم افتتاحیه باشد، اما به دلیل مشکلات جسمی ناچار شد در آخرین لحظه حضور خود را لغو کند.

به‌جای او، نورا حداده، نویسنده آلمانی و خالقِ رمان «چنین اندوه شیرینی»، در نشست خبری افتتاحیه سخنرانی کرد. او گفت ادبیات می‌تواند همچون سلاحی برای مقابله با روندهای منفی جهان امروز از جمله تغییرات اقلیمی، تهدید جنگ و شکنندگی نظام مالی عمل کند.

به گزارش خبرگزاری آلمان (dpa)، بر اساس اعلام برگزارکنندگان، امسال بیش از ۱۰۰۰ نویسنده و نمایندگانی از ۹۲ کشور در نمایشگاه شرکت می‌کنند. فلیپین مهمان افتخاری این دوره از نمایشگاه است و شعار امسال آن «تخیل، آسمان را پر می‌کند» انتخاب شده‌است. حدود ۱۰۰ نماینده از فیلیپین به فرانکفورت آمده‌اند که از جمله آن‌ها نرلی رسا، روزنامه‌نگار و برنده پیشین جایزه صلح نوبل است.

با این حال، نمایشگاه کتاب فرانکفورت اعلام کرد که شماری از نویسندگان در اعتراض به موضع دولت آلمان در قبال درگیری غزه، حضور خود را لغو کرده‌اند.

کارلین اشمیت-فریدریشس، رئیس انجمن ناشران و کتاب‌فروشان آلمان، در سخنرانی خود گفت این رویداد می‌تواند الگویی برای «همزیستی عادلانه میان انسان‌ها» باشد. او که به‌زودی سمت خود را ترک می‌کند، از فرصت سخنرانی برای هشدار درباره تهدیدهای ناشی از هوش مصنوعی بر نظام‌های دموکراتیک استفاده کرد و گفت: «جامعه دموکراتیک ما به‌تدریج در حال تضعیف شدن است، به‌ویژه به‌دلیل هوش مصنوعی که در اختیار الیگارش‌های دیجیتال و غیرمسئول قرار گرفته است.»

نمایشگاه‌بین‌المللی کتاب‌فرانکفورت، بزرگ‌ترین رویداد جهانی در عرصه نشر از تاریخ ۱۵ تا ۱۹ اکتبر (۲۳ تا ۲۷ مهرماه) در آلمان برگزار می‌شود.



نشست مهرماه خانه موسیقی ایران با موضوع گرامیداشت یاد هنرمندان تازه درگذشته، یکشنبه ۲۷ مهرماه در خانه موسیقی ایران برگزار می‌شود. به گزارش ایسنا به نقل از روابط‌عمومی خانه موسیقی ایران، نشست ماهانه خانه موسیقی ایران روز یکشنبه ۲۷ مهرماه ساعت ۱۶ در سالن اجتماعات این مجموعه برگزار خواهد شد. در این نشست که با حضور هنرمندان موسیقی، اعضای شورای عالی، هیات مدیره، مدیرعامل و اعضای کانون‌های مختلف همراه خواهد بود، یاد و خاطره ۶ هنرمند تازه درگذشته موسیقی ایران، رحیم عزیمت بقایی، احمد پژمان، جمشید عزیزخانی، بهمن رمچی، علادالدین یاسینی و امید جهان گرمای داشته می‌شود.

این مراسم فرصتی برای مرور زندگی هنری و خدمات ماندگار این چهره‌ها به موسیقی ایران خواهد بود و همکاران و شاگردان آن‌ها با یادکرد از آثار و خاطراتشان، بر استمرار راه و اندیشه این بزرگان تأکید خواهند کرد.

سلسله نشست‌های ماهانه خانه موسیقی ایران در سال‌های گذشته با هدف تقویت همدلی میان اهالی موسیقی، گرامیداشت مفاخر و ایجاد بستری‌های مؤثر برای طرح موضوعات و پیگیری مطالبات این قشر برگزار می‌شود. خانه موسیقی ایران در خیابان قاضی، انتهای خیابان جماران‌ده شمالی، شماره ۲۷ واقع شده است.

سعید مظفری در گذشت

دوبله‌ایران یکی از ستون‌هایش را از دست داد

سعید مظفری ـ دوبلور و مدیر دوبلاژ برجسته کشورمان ـ در سن ۸۳ سالگی درگذشت.



سینما ایران شود، جذابیتش نسبت به زمانی که شما در کار کوچک تلویزیون خانه‌تان آن را ببینید، دوچندان می‌شود.» او با همان بیان صریحش از سانسور فیلم‌ها هم انتقاد کرده بود: «فیلمی که سانسور می‌شود بخش زیادی از گیرایی‌اش را از دست می‌دهد و نمی‌تواند بیننده را جذب کند؛ البته این موضوع در رابطه با دوبله فیلم‌ها صدق نمی‌کند.» مظفری در عین حال درباره دوبله سریال «اوشین» هم به نکته جالبی اشاره کرده بود: «بخش‌های خیلی کمی از سریال «سال‌های دور از خانه» سانسور شده بود؛ شایعه‌های پیرامونش را جدی نگیرید، فیلم قصه جذابی داشت و در زمان خودش مخاطب را جذب می‌کرد.»

مدیر دوبلاژ: مظفری جز استثنای دوبله ایران بود

مدیر دوبلاژ و صدای پیشه آثار سینمایی و تلویزیونی با اشاره به درگذشت سعید مظفری گفت: او از استثنای عرصه دوبله بود و همواره برای استعدادیابی جوانان تلاش می کرد.

بهمن هاشمی در گفت وگو با ایرنا اظهار کرد: همه همکاری من با همکاران خاطره است. سعید مظفری در نسل طلایی دوبله دهه ۴۰ جز استثنا بود. او برای

که در این قسمت نجات‌دهنده دوبلور است، آن است که به رل نزدیک شود و هرچه به نقش نزدیک‌تر شود، موفق‌تر است و کارش نمود بهتری پیدا می‌کند. وگرنه اثر ایی از است.» سال ۱۳۹۸ وقتی برای مصاحبه سراغش رفتم، در پاسخ به این سوال که چرا درخشش دوبله درگذشت صدای خودی او را با دوبله کارهایی همچون «سال‌های دور از خانه» (اوشین)، «به خاطر یک مشت دلار» و «بازی تاج و تخت» می‌شناسیم. او را به عنوان دوبلور ثابت «جکی چان» هم می‌شناسند.

مظفری از قدیمی‌های دوبله ایران بود. اوایل دهه ۱۳۴۰ وارد این عرصه شده بود و تا همین سال‌های پایانی عمر به دلیل صدای جوانی که داشت، دوبله می‌کرد و به جوانان علاقمند به این حوزه آموزش می‌داد. در لایه‌ای همین تدریس‌ها هم بود که تأکید کرده بود: «خودت باش، تقلید نکن.»

مظفری در جمله‌هایی که با تمام وجود و با عشق به دوبله خطاب به هنرجویانش بیان می‌کرد، چنین گفته بود: «مهم آن است دوبلور آنچه از قلبش بیرون می‌آید را بطور به بیننده منتقل کند. که من که در خانه فیلم می‌بینم، حس کنم درست گفته است. تنها چیزی را می‌بینم،

«لیوبو» دیگر فقط یک عروسک نیست؛ پدیده‌ای است که هم بازار اسباب‌بازی ایران را دگرگون کرده و هم نشانه‌ای از تغییر ذائقه فرهنگی نسل جدید است. فراگیری این عروسک نه چندان زبیا، از ویتترین مغازه‌ها تا شبکه‌های اجتماعی، بازتابی از پیوند پیچیده میان بازی‌رایی جهانی، خلاق تولید بومی و میل نسل ۱ به همراهی با الگوی جهانی است که پرسشی جدی را مطرح می‌کند؛ وقتی تخیل و ذائقه نسل تازه به تسخیر برندهای خارجی ردمی‌آیدی، جای روایتی که نشانی از فرهنگ ایرانی داشته باشد، کجاست؟

به گزارش ایسنا، استقبال از عروسک «لیوبو» واکنشی جهانی است که در ایران نیز متأثر از موج جهانی این پدیده، با این موضوع مواجه شدیم. این هیولای کوچک از دل داستان‌های یک هنرمند هنگ‌کنگی و با رهبرد هوشمندانه شرکت «پاپ‌مارت» به بازارهای جهانی راه یافت و بی‌راه‌نیست اگر بگوییم در ایران نیز به یک پدیده تمام عیار تبدیل شده.

محبوبیتی لیوبو سبب شد این عروسک نه تنها ویتترین فروشگاه‌های آنلاین را تسخیر کند، بلکه بهانه‌ای برای شکل‌گیری یک بازار پرمخاطب، بحث‌های رسانه‌ای داغ و پرسش‌هایی جدی در حوزه اقتصاد فرهنگ و نظارت بر این عرصه باشد.

آمارها چه زمانی متولد شد؟

با این حال بررسی دقیق‌تر و عمیق‌تر نشان می‌دهد آنچه در ایران به صورت گسترده رواج یافته، نه محصول اصلی و کلکسیونی «لیوبو»، بلکه نسخه تقلبی و قابل دسترس آن است که حتی با نام متفاوت «لفوفو» شناخته می‌شود. اما بحث‌ها بر سر این عروسک زمانی به اوج خود رسید که دو گزارش از رسانه‌های داخلی، با ارائه آمارы متفاوت، تصویری پیچیده از مقیاس واقعی این بازار در کشور ترسیم کردند. روزنامه‌ای مدعی فروش بیش از یک میلیون عدد لیوبو در ایران شد؛ آمارى که در صورت صحت، نشان‌دهنده یک نفوذ فرهنگی و اقتصادی عظیم بود، اما در مقابل مرکز نماقر (گروه سیاست پژوهی و تحلیل داده) در تحلیلی اقتصادی، با برآورد ارزش بازار حدود ۱۰۰ میلیارد تومانى و در نظر گرفتن میانگین قیمت‌ها، آمار دیگری ارائه کرد و به عددی کمتر، یعنی حدود ۲۰ هزار عدد، اشاره کرد. این اختلاف اما بیش از هر چیز، واقعیت پیچیده بازار ایران و نبود داده‌های دقیق و قدرت بازارهای غیررسمی را نشان می‌داد.

قدرت فروش بیش از یک میلیون عدد لیوبو با توجه به اینکه کل فروش شرکت «پاپ‌مارت» به عنوان تولیدکننده اصلی برای تمام منطقه اروپا، خاورمیانه و آفریقا در مدت مشابه حدود ۱.۱ میلیون عدد بوده، این آمار از فروش در ایران را غیرمحتمل می‌کند. از سوی دیگر، یک تخمین داده‌محور که توسط نماقر ارائه شده، تصویری دیگر را ترسیم می‌کند. این تحلیل، با برآورد ارزش کل بازار و در نظر گرفتن میانگین قیمت نسخه‌های مختلف از کپی ارزان قیمت تا کپی شبیه به اصل و با توجه به اسناد مالی شرکت «پاپ‌مارت» که فروش کل غرب آسیا را کمتر از یک میلیون عروسک عنوان کرده است به این نتیجه تخمینی می‌رسد که تقریباً ۲۰۰ هزار عدد لِفوفو (نمونه غیراصل) در بازار ایران وجود دارد. با بررسی داده‌های بازار داخلی و راقم فروش، با توجه به اینکه میانگین قیمت از حدود ۸۰۰ هزارتومان به حدود ۵۰۰ هزارتومان در نسخه‌های تقلبی کاهش یافته، ارزش کل این بازار حدود صد میلیارد تومان برآورد می‌شود. بازاری که عمدتاً از محصولات تقلبی تشکیل شده است و نه عروسک‌های اصلی لیوبو.

یک نشتی فرهنگی

این بازار صد میلیارد تومانی اما بیش از هرچیز نشان‌دهنده «نشث» قابل توجه سرمایه فرهنگی و اقتصادی از اقتصاد خلاق داخلی ایران است. این حجم فروش، معیارا کفّی دقیقى از تقاضای برآورده نشده در میان کودکان، نوجوانان و جوانان ایرانی برای نوع خاصی از محصول فرهنگی است که ویژگی‌هایی چون طراحی مدرن، قابلیت کلکسیونی (مجموعه‌داری) و ارتباط با روندهای جهانی را داراست. این سرمایه می‌توانست به‌طور بالقوه از هنرمندان، طراحان و تولیدکنندگان داخلی حمایت کند. بنابراین، موفقیت لیوبو با «لفوفو» در واقع یک کيفرخواست علیه ناکامی صنعت خلاق داخلی در تسخیر این بازار است و یک شکاف حیاتی در طراحی محصول، بازاریابی و درک روانشناسی مصرف‌کننده نسل جدید را برجسته می‌کند.

برای سیاست‌گذاران و مصرف‌کنندگان، درک تفاوت‌های محصول اصلی و نسخه‌های تقلبی راجع در بازار ایران ضروری است. این تفاوت‌ها تنها

به قیمت محدود نمی‌شوند و ابعاد کیفی، ایمنی و حقوقی را نیز در برمی‌گیرند. جدول زیر یک تحلیل تطبیقی از این دو محصول ارائه می‌دهد.

تحلیل تطبیقی از دو محصول لیوبو و لفوفو

این تمایزها نشان می‌دهد که بازار ایران با یک پدیده مصرفی کاملاً متفاوت و بلکه خطرناک، آسیب‌زار روبه‌روست که پیامدهای خاص خود را در حوزه حقوق مصرف‌کننده، نظارت بر بازار و رقابت اقتصادی به همراه دارد.

درباره خالق لیوبو

نکته مهم اینکه پدیده لیوبو یک تب روزگزر نیست. موفقیت جهانی «لیوبو» ریشه در داستان زندگی و سبک هنری خالق آن یعنی «کاسینگ لانگ» دارد. او هنرمندی متولد هنگ‌کنگ است که در هلند بزرگ شده و این پیشینه دوگانه، عمیقاً بر آثار او تأثیر گذاشته است. سبک هنری او ترکیبی از تأثیرات شرقی و غربی است که از افسانه‌ها و اساطیر اروپایی، به‌ویژه فرهنگ عامه اسکندناوی، الهام گرفته است.

لیوبو چه زمانی متولد شد؟

شخصیت «لیوبو» در سال ۲۰۱۵ میلادی به‌عنوان بخشی از مجموعه داستان مصور «هیلوها» معرفی شد. این شخصیت یک موجود افسانه‌ای مهربان، اما بازیگوش توصیف می‌شود که قصد کمک به دیگران را دارد، اما اغلب به‌طور تصادفی باعث دردسر می‌شود. طراحی «لیوبو» نیز عامدانه دوگانه و جذاب است؛ با دندان‌های نیش‌مانند و لبخند شیطانی‌اش کمی ترسناک به‌نظر می‌رسد، اما چشمان درشت و معصومش حس دوست داشتنی بودن را منتقل می‌کند. این زیبایی‌شناسی که اغلب به‌عنوان «ژنش» (بازمه) توصیف می‌شود از استانداردهای متعارف دوری کرده و با نسلی که به دنبال اصالت و پذیرش نقص است، ارتباط عمیق‌تری برقرار می‌کند.

یک عامل مهم در موفقیت جهانی «لیوبو»، ابهام فرهنگی ذاتی آن است. این شخصیت، برخلاف نمادهایی مانند «میکي ماوس» آمریکایی یا «هلو کیتی»، ژاپنی، بار فرهنگی قدرتمندی را به دوش نمی‌کشد. الهام از اساطیر اسکندناویو به این شخصیت هویتی تقریباً خنثی بخشیده است. این ویژگی لیوبو را به یک بوم سفید برای مصرف‌کنندگان جهانی تبدیل کرده که می‌تواند بدون اصطکاک فرهنگی در هر زمینه‌ای، در یک جایزه نادر و این امر پذیرش سریع آن را تسهیل کرده است، به عبارت دیگر، لیوبو محصول یک فرهنگ واحد و مسلط نیست بلکه محصول جهانی شدن است. اما نقطه عطف کلیدی در تاریخ لیوبو، همکاری خالق آن با کمپانی معروف «پاپ‌مارت» در سال ۲۰۱۷ میلادی بود. پاپ‌مارت، ادغام شد و این امر پذیرش سریع شد، از یک فروشگاه خرده فروشی محصولات خلاق به یک غول فرهنگی. تجاری تبدیل شد که هنر را به سرگرمی درآمیخته است. این شرکت با کشف و تمرکز بر روی «اسباب‌بازی‌های هنری» و به‌طور مدل فروش «جعبه‌های شانس» موفقیتی عظیم رسید.

اکتا به شانس؛ ساز و کار فروش بیشتر لیوبو

این مدل کسب‌وکار، یک راهبرد هوشمندانه و چندلایه است که بر اصول روانشناختی و اقتصادی دقیقی استوار است. سازوکار اصلی فروش، یعنی جعبه‌شناسی، بسته‌بندی‌هایی است که محتوای دقیق آنها تا پس از خرید برای مشتری مشخص نیست. این مدل از محرک‌های روانشناختی قدرتمندی بهره می‌برد: «هیجان غافلگیری» ناشی از قطعیت نداشتن، غریزه ذاتی جمع‌آوری و «ذهنیت قمار» که با هر خرید، امید به دستیابی به یک جایزه نادر را ریزه نگه می‌دارد. این راهبرد با «کمپایی مهندسی شده» تقویت می‌شود؛ هر مجموعه استاندارد شامل یک دو نسخه مخفی یا کمپاب است که یافتن آنها بسیار دشوار و هیجان‌انگیز است. این کمپایی، یک بازار ثانویه قدرتمند ایجاد می‌کند که در آن، فیگورهای نادر می‌توانند چندین برابر قیمت اصلی خود فروخته شوند. این امر انگیزه «شکار» را در میان کلکسیونرها تشدید می‌کند. به این ترتیب یک خرید ساده به یک میل تبدیل می‌شود که مصرف‌کننده برای دستیابی به جایزه‌ای نادر، بارها و بارها در «بازی» شرکت می‌کند.

بازی دیگر صرفاً یک ابزار کودکانه نیست

نیروی محرکه اصلی بازار اسباب‌بازی هنری، پیوسته‌شناسی نوظهوری به نام «اکودک بزرگسالا» است؛ بزرگسالانی عمدتاً از نسل Z که برای خودشان اسباب‌بازی و ابزار سرگرمی مانند فیگورها می‌خرند.

فرهنگ و هنر



محمود دولت‌آبادی ناصر تقوایی را کارگردان دانا و موفقى می‌خواند و به دوره‌ای که از آن سربرآوردند اشاره کرده و می‌گوید: ما داریم تمام می‌شویم و حیف شد که شرایط اجازه نداد آدم‌هایی که در این دوره پدید آمده بودند با یکدیگر کار کنند.

این نویسنده پیشکسوت در پی درگذشت ناصر تقوایی، فیلمساز مطرح کشورمان که تجربه داستان‌نویسی هم داشت، در گفت‌وگو با ایسنا بیان کرد: تقوایی هنرمند ارزنده‌ای بود. من داستان‌های او را خوانده بودم که دیدمش و با او درباره کتاب صحبت کردم. جوان بود و نوشته‌هایش تصویری بود و همین تصویری بودن او را به سمت سینما هدایت کرد و چه خوب شد که به‌سینما رفت. تقوایی کارگردان موفق و دانایی بود. او سپس ادامه داد: بعد از ماجراهایی که در دوره قبل از انقلاب برایم پیش آمد و کارم به بازداشت کشیده شد، روابط ما کم و بعد قطع شد. البته ارتباطمان زیاد هم نبود. بعد از انقلاب هم، که‌گاه‌همدیگر را دیدیم، یک‌بار اتفاقاً او را دعوت کردم و به بیرون شهر رفتم تا از او بپرسم چه کسی پیشنهاد کرد که شما «دایی جان ناپلئون» را بسازید؟ خب «دایی جان ناپلئون» نمایش شمسلی بود که همه مردم ایران دیدند. گفت: والله خود آقایان! گفتم: یعنی چه؟ گفت: آقای گرگین این کتاب را به من داد و گفت از طرف آقای رئیس‌تولوزیرون است. من داشتم می‌رفتم آقای گفت این کتاب را در راه بخوان. من هم خواندم. زمانی که برگشتم، گفت: بهظرت چطور می‌رسد؟ گفتم: کتاب خوبی است. گفتمند: می‌توانی آن را فیلم کنی؟ گفتم: بله. و شروع کردم فیلم کردن. قسمد از این سؤال این بود که بدانم چه کسانی پشت‌سیاست این سریال بودند که نتوانست زندگی دربار را از نظر تن و توش بنیه زیادی نداشت. بنابراین تباهی یک شخصیت هنری مانند ناصر تقوایی از ۲۰ سال پیش شروع شد. من هم کمابیش در جریان احوالش بودم.

او سپس با اشاره به دیدارهای گاه‌گاه خود با تقوایی گفت: یکی دویار هم او را دیدم و به خانه رساندمش و یک‌بار درباره رودکی صحبت کردم. ایشان گفت با هم درباره رودکی کار کنیم. گفتم من اهل تحقیق نیستم. بحث بر این بود که زبان رودکی نمی‌تواند ناگهانی متولد شده باشد. این نویسنده مطرح تأکید کرد: تقوایی شخصیت دانایی بود، آگاه بود. بسیار باهوش بود. کارهایی که انجام داد به‌گونه‌ای نبود که آدم بتواند خرده‌ای به او بگیرد. خیلی واقع‌بین بود. همیشه به او علاقه داشتم و به او احترام می‌گذاشتم. الان هم همین‌طور.

محمود دولت‌آبادی در ادامه گفت‌وگو با ایسنا درباره اینکه ناصر تقوایی می‌خواست فیلمی از رمان «جای خالی سلو» او بسازد گفت: به من گفت طرح «جای خالی سلو» را بنویس و به من بده تا برای ساختن آن فکر کنم. ناصر من می‌نویسم ولی تو نمی‌توانی این کار را بکنی، برای اینکه دشوار است. قسمت‌هایی که عباس با شتر کار دارد، سنگین است. ولی نوشتم و طرح را به او دادم. البته انجام نگرفت. به‌هر حال دیگر نپرسیدم چرا انجام نگرفت. متأسفانه نشد. اگر توانایی‌اش را می‌داشت در زمانی که نیرو داشت، بهترین کارگردان برای ساختن اثر این بود. به‌هرحال طرح موجود است و «رضیه» (وقامهر، همسر ناصر تقوایی) می‌تواند آن را در آرشيو تقوایی پیدا کند زیرا را از تقوایی نگرفتم.

این داستان‌نویس در پایان خاطرنشان کرد: دوره‌ای که گذشت، وماها داریم به آخر می‌رسیم، حیف شد که شرایط اجازه نداد آدم‌هایی که در این دوره پدید آمده بودند با یکدیگر کار کنند؛ فرقی نمی‌کند گلشیری با کیارستمی، کیارستمی با فلاّن نویسنده، دولت‌آبادی با تقوایی و تقوایی با آن نویسنده. نشد. بین هنرمندان و اهل خلاقیت چنان تفرقه‌ای ایجاد شد که آدم‌ها متأسفانه نتوانستند یکدیگر را از آنچه که هستند تکمیل‌تر کنند. غبنی است که ما داریم. حیف شد. یادش گرمی.



کنسرت ارکستر «رتوریک» به رهبری رضا میروند با اجرای آثاری از آهنگسازان برجسته موسیقی کلاسیک جهان، ۲۹ مهرماه در تالار وحدت برگزار می‌شود.

به گزارش ایسنا، ارکستر رتوریک که پیش از این اجراهای متعددی را در تالارهای وحدت و رودکی روی صحنه برده است، در تازه‌ترین کنسرت خود سمفونی ۲۹ ولفگانگ آمادئوس موتزارت، سمفونی ۴۵ یوزف هایدن و آثاری دیگر از آهنگسازانی چون شوبرت، ژوز برژیه، روسینی، آفتاب و ... را پیش روی مخاطبان قرار می‌دهد.

در این اجرا فرید لطیفی کنسرت مایستر و اسماعیل محمدی و مرتضی سلطانی سولست هستند.

کنسرت ارکستر «رتوریک» به رهبری رضا میروند، از ساعت ۲۱:۳۰ شامگاه سه‌شنبه ۲۹ مهرماه ۱۴۰۴ در تالار وحدت برگزار می‌شود و علاقه‌مندان می‌توانند بلیت آن را از سایت ایران کنسرت تهیه کنند.