

داستانی از پهلوان ایرانی برای کودکان

«پهلوان و فیل» عنوان کتابی است از سیدمهدی شجاعی با تصویرگری فرهاد جمشیدی که از سوی نشر نیستان برای کودکان و نوجوانان منتشر شده است. پهلوان و فیل بازآفرینی از داستان‌های شگفت‌انگیز پهلوانان ایران است. بازآفرینی یکی از شیوه‌های آفرینش آثار ادبی و هنری است. در این روش نویسنده از اثر کهن یا معاصر الهام می‌گیرد، موضوع اثر را تغییر می‌دهد و اثری نو و مستقل پدید می‌آورد. سیدمهدی شجاعی با

استفاده از این تکنیک کتاب پهلوان و فیل را با تصویرگری فرهاد جمشیدی، با تصاویری به سبک قهوه‌خانه‌ای یا پرده‌خوانی با نشانه‌های ایرانی (چهره خورشیدخانم، گل‌های چندپَر) که بر زمینه‌ای کاهگلی نقش بسته، بازآفرینی کرده است. جهان پهلوان محمد مالانی، پهلوان دربار حسین میرزا، حاکم هرات که بین مردم محبوبیتی خاص دارد، هنگام بازگشت از هندوستان برای حاکم، فیلی بسیار بزرگ و زورمند هدیه می‌آورد؛ حاکم

قدرت فیل را بیش از انسان می‌داند ولی پهلوان مالانی مخالف اوست و از این جا کشمکش ماجرای داستان شروع می‌شود. حاکم از پهلوان مالانی می‌خواهد عقیده خود را در کشتی بافیل به اثبات برساند. پهلوان مالانی ابتدا با شگردی عاقلانه فیل را به زمین می‌زند و سپس کینه را از دل فیل که انتظار چنین درگیری را ندارد شسته و با او دوست می‌شود؛ این گونه دو وجه عقل و عاطفه انسانی را ثابت می‌کند.

«جام جم» به بهانه روز جهانی گرافیک، نقش طراحی پوستر در سینمای ایران را بررسی می‌کند

سینما اسیر سندرم فتوشاپ

۲۷ آوریل (هشتم اردیبهشت) مصادف با روز جهانی گرافیک است. این هنر که امروز تمامی ابعاد زندگی انسانی را دربر گرفته و در هر محصولی که استفاده می‌کنیم، ردی از آن را می‌بینیم، تأثیر بسیاری در رشد و آگاهی بصری اجتماع دارد. این هنر ابعاد مختلفی دارد که در این گزارش می‌خواهیم به جایگاه آن در هنر سینما و البته پوسترهایی که این روزها پس از طوفان آلاقمی تا وعده صادق به شکل مختلف منتشر شده است، بپردازیم. می‌دانیم گرافیک، هنر سفارش است و از تصاویر، رنگ‌ها، سطوح و خطوط برای بیان موضوعی بهره می‌برد. پیوند این هنر با سینما، پیوند ناگسستنی و انکارناپذیر است. چنان‌که سینما را نمی‌توان از گرافیک جدا دانست و همان‌قدر که رنگ، خط و حرکت در یک اثر گرافیکی مهم است در سینما نیز دارای اهمیت است. ضمن این‌که گرافیک سینمایی را هم نمی‌توان به طراحی

پوستر خوب از یک فیلم بد ممکن نیست!

محمد روح‌الامین از طراحان جوان اما با سابقه سینما، پیرامون ارتباط معنادار بین توجه به بخش‌های گرافیکی و طراحی محتوای تبلیغاتی فیلم‌های سینمایی با ضعیف یا قوی بودن این تولیدات هنری، به جام‌جم گفت؛ اساسا در هنر گرافیک، تولید اثر برای یک سفارش صورت می‌گیرد. طبیعتا در این هنر، سفارش دهنده نقش مهمی دارد که اثر گرافیکی تولیدشده را تأیید یا رد می‌کند. طراح پوستر فیلم سینمایی «موقعیت مهدی» تصریح کرد: در هر فضای حقیقی یا مجازی، زمانی که با تولیدات گرافیکی مواجه می‌شویم، نقش هنرمند گرافیکست در تأمین کیفیت کار نسبت به استانداردهای این حوزه، در بهترین حالت تقریباً ده درصد است چرا که سفارش دهنده، اعم از تهیه‌کننده، کارگردان، مدیر فرهنگی، رئیس یک صنعت و... که کار را سفارش داده، سطح سواد بصری بسیار نازلی دارد.

بهزاد خورشیدی گرافیکست و طراح پوستر فیلم‌های سینمایی نیز در ادامه همین بحث به جام‌جم گفت؛ برآیند یک فیلم خوب، پوستر خوب است. یعنی این‌که پوسترهای خوب و باکیفیت هنرمندانه از فیلم‌ها و سفارش دهنده‌های خوب پدید می‌آیند و ماندگار می‌شوند و این موضوع قطعیت دارد. من با دلایل و پیرهان می‌گویم که امکان ندارد که یک پوستر فیلم سینمایی خوب و استاندارد برآمده از یک فیلم بد باشد! البته استثناهایی در این مورد خاص بوده است. حتی یک فیلم سینمای ساده درام هم می‌تواند دارای پوستر استاندارد، خلاقانه و مینیمال باشد. طراح پوستر فیلم «رستاخیز» در ادامه بیان کرد؛ یک گرافیکست حرفه‌ای باید از ظرفیت‌های موجود، استفاده بهینه‌ای داشته باشد و با اتکا به خلاقیت و توانایی خود، دست بالا را داشته باشد تا بتواند در این عرصه هم فعالیت کند و طرح‌های حرفه‌ای و هنرمندانه‌تری را عرضه کند. البته وقتی برخی از فیلم‌ها حتی استانداردهای اولیه یک فیلم سینمایی را هم دارا نباشند چه باید کرد؟ گرافیکست با چه چیزی مواجه است؟ خروجی او چه می‌تواند باشد؟

تأکید به ارزش‌های هنری و لاا

این هنرمند افزود؛ معتقد نیستم که پوستر به‌تنهایی بتواند در جذب مخاطب صددرصدی نقش مهمی را ایفا کند. در بهترین و بدترین شرایط هم این‌گونه نبوده و نیست. فیلم خوب مبلغ اصلی کیفیت خودش است. اگر یک فیلم محتوا و کیفیت حداقلی را هم نداشته باشد، بهترین پوسترها و مدیای تبلیغاتی هم نمی‌تواند در کسب موقعیت فیلم اثرگذار باشد. طراح پوستر فیلم سینمایی قصر شیرین افزود؛ به اعتقاد من، تعریف ساده یک پوستر خوب و استاندارد این است که یک پوستر فیلم می‌تواند ضمن سود جستن از مضمون و محتوای فیلم باید بتواند به تنهایی هم دارای قابلیت ارزش‌های هنری والایی باشد. وی تأکید کرد؛ استاد مرتضی ممیز پدر گرافیک نوین ایران لقب گرفته است و در تاریخ سینمای ایران، پوسترهای درخشانی را به یادگار گذاشت. همچون پوستر فیلم‌های «خانه دوست کجاست»، «مادر»، «شیرسنگی»، «ناخدا خورشید» و بسیاری آثار قابل توجه دیگر که هرکدام از این پوسترها به شکلی مجزاد دارای هویتی مستقل و هنرمندانه هم است. به نوعی این آثار ماندگار از تأثیرگذارترین دوره‌های طراحی پوستر در سینمای ایران بوده است. البته از گذشته و سال‌های اولیه شکل‌گیری سینمای ایران تا به امروز، سینمای ما گرافیکست‌های مهم و تراز اول جهانی را هم به خود دیده است البته و به ضرر طایع می‌گویم هیچ گرافیکستی طی دو دهه در سینمای ایران همچون ممیز با این حجم از پوسترهای خوب و استاندارد فعال و اثرگذار نبوده است.

پوستر، ضعف فیلم را نمی‌پوشاند

محمد تقی پور طراح و گرافیکست نیز در رابطه با همین موضوع با اشاره به پوستر فیلم سینمایی به‌عنوان یکی از مواد تبلیغاتی فیلم‌های سینمایی به جام‌جم گفت؛ پوستر یک فیلم، مسئولیت خاص خود را برعهده دارد و قرار است مخاطب را جذب و وی را تشویق کند

تا به تماشای فیلم بنشیند. پس پوستر به‌واسطه این مسئولیت، نهایتا دارای یک ظرفیت مشخصی است و ما در ایده‌آل‌ترین حالت ممکن باید به عنوان طراح، تمام این ظرفیت را به‌کار بگیریم تا حداکثر جذب مخاطب را به‌واسطه پوستر برای فیلم داشته باشیم اما این ادعا که پوستر می‌تواند ضعف یا نواقص سایر اجزای فیلم را به دوش بکشد، محل بحث است که نه کاملاً رد می‌شود و نه می‌توان گفت ایده درستی است. طراح پوستر فیلم سینمایی «۲۳ نفر» تأکید کرد؛ به‌طور کلی پوستر می‌تواند وظیفه خودش را در نهایت به درستی ایفا کند اما نمی‌توان چنین توقعی از آن داشت که ضعف‌های یک فیلم را نیز بپوشاند. این‌که یک فیلم یا فیلمنامه سینمایی ضعف داشته باشد و بخواهد خودش را وابسته به عناصر تبلیغاتی کند، می‌توان گفت اخلاقا درست و حرفه‌ای نیست، هرچند که زیاد شاهد اتفاقات این‌چنینی هستیم. ضعف فیلم، ضعف کل کار محسوب می‌شود و طبیعتا در اینجا پوستر به تنهایی نمی‌تواند اقدام خاصی برای تقویت یک فیلم یا فیلمنامه انجام دهد.

آسیب به هویت بصری فیلم با کمبود بودجه

حمید زربیاف هنرمند طراح و مدیر هنری نیز با بیان این‌که زمانی که یک فیلم سینمایی سطح بالایی دارد، قاعداً آلمان‌های گرافیکی مرتبط با این تولید نیز دست بالا خواهد بود و شاهد تولیدات هنری قابل تامل می‌شویم، به «جام‌جم» گفت؛ در واقع یک تولید نامایشی که صرفاً یک سرگرمی معمولی محسوب می‌شود، پوستر و نشانه‌هایی در همان سطح دارد. کسی که این دست آثار نامایشی را تولید می‌کند هم دنبال پوستر فاخر و هنری نیست. زربیاف در ادامه با تأکید به این‌که بودجه نقش مهمی در خروجی با کیفیت گرافیکی دارد، توضیح داد؛ معمولاً در رویداد‌های هنری یا تولیدات بصری، در زمینه پذیرایی و... محاسبات دقیقی صورت می‌گیرد، ولی در خصوص بودجه طراح و گرافیک اینگونه نیست. هویت بصری یک تولید هنری، اعم از فیلم یا تئاتر در صورت لحاظ نشدن بودجه جدی در این بخش ممکن است آسیب ببیند. مدیران بالادستی هنرمندان بیشتر باید به این نکات توجه کنند و هنرمند به خودی خود نسبت به موضوع آگاه است. زربیاف معتقد به ارتباط معنادار بین کیفیت یک فیلم و وضعیت کیفی محتوای گرافیکی است که برای آن تولید می‌شود. وی در این خصوص تصریح کرد؛ ما یک سری آثار نامایشی چه در تئاتر و چه در سینما داریم که می‌تواند آثاری عامه پسند باشد و سطح متوسط محسوب شود؛ این نوع آثار که سطح دو و با سه هستند، قاعداً پوستر با نشانه‌های گرافیکی خاصی نخواهند داشت و این ربطی به ضعف گرافیکست‌ها ندارد. در واقع از دل اثر هنری ضعیف، تولیدات گرافیکی و تبلیغاتی قوی خارج نمی‌شود چرا که در واقع خمیرمایه قوی از اثر است. هنرمند گرافیکست داده نشده که منتظر خروجی خاصی از وی باشیم.

رشد سواد بصری باید همگانی باشد

توسعه سواد هنری جامعه و نقش گرافیکست‌ها در همراهی با سینماگران سؤال بعدی بود که با طراحان در میان گذاشتیم زیرا رشد بصری جامعه می‌تواند به ارتقای کیفیت زندگی منجر شود.

روح‌الامین در مورد توسعه سواد هنری جامعه و نقش گرافیکست‌ها در این بین و تأثیرگذاری سینما و گرافیک

این ادعا که پوستر می‌تواند ضعف یا نواقص سایر اجزای فیلم را به دوش بکشد، محل بحث است که نه کاملاً رد می‌شود و نه می‌توان گفت ایده درستی است

در پرورش حس زیبایی‌شناسی جامعه اظهار کرد؛ مانند جامعه‌ای که رو به توسعه قدم برمی‌دارد و لازم است این توسعه از تمامی وجوه اتفاق بیفتد، در زمینه هنر نیز باید رشد سواد بصری همگانی باشد و نمی‌توان توقع داشت هنرمند نهایت سواد بصری خود را در بستری که از سواد هنری و بصری کافی نیست به‌کار بگیرد و نتیجه مطلوب حاصل شود چرا که توازن در این وضعیت بین هنرمند و سفارش دهنده وجود ندارد. روح‌الامین ادامه داد؛ وقتی جامعه‌ای از نظر فرهنگی رو به جلو حرکت نکند یا در جابجند، امکان ندارد گرافیک و نقاشی در این جامعه رو به جلو برود. نقاشی، هنری فردی است و هنرمند بیشتر مبتنی بر احوالات خود کار می‌کند و می‌تواند عالمی را بدون دخالت شخص دومی به تصویر بکشد و کیفیت کار دست خودش است. ولی گرافیک سمت دیگری جز هنرمند دارد که آن سمت کار، سفارش دهنده است و به‌بیشتر از آنچه فکرش را می‌کند در تولید اثر گرافیکی اثرگذار است. آن‌قدر زیاد که من می‌گویم نقش سفارش دهنده در یک تولید گرافیکی نزدیک به ۸۰ درصد است. طراح پوستر فیلم سینمایی «ضد» خاطرنشان کرد؛ گرافیک در سینما، تلویزیون و سطح شهر ما هر وضعیتی که دارد، منحصراً به‌توان و سواد هنری گرافیکست‌ها نیست بلکه نشانه‌ای از میزان سواد مدیران فرهنگی و در واقع سفارش دهندگان این تولیدات هم هست.

بازگشت به یک اقدام مهم در دهه ۶۰

خورشیدی در ادامه همین بحث از ایده جالبی یاد کرد که به همت مدیران هنری وقت در دهه ۶۰ به منظور شکوفایی ابعاد هنری پوسترهای فیلم‌های سینمایی دنبال می‌شده است. وی در این خصوص توضیح داد؛ در دهه ۶۰ سینمای ایران، یک الگویی وجود داشت که از سوی فراقایی و وزارت ارشاد انجام می‌شد و اغلب صاحبان فیلم‌ها ملزم بودند علاوه بر پوستر تجاری، یک پوستر هنری و خاص هم طراحی و چاپ می‌کردند. به‌نظرم دلیل چنین ایده‌ای این بود که راهی هم برای پوسترهای خلاقانه باز شود. طراح پوستر فیلم سینمایی «به نام پدر» گفت؛ در همه این سال‌ها، اغلب سینما دارا یا برخی تهیه‌کننده‌ها با جهت‌گیری خاص در طراحی و عرضه پوسترهای می‌کیفیت نقش قابل توجهی هم داشته‌اند. در این وضعیت، گرافیکست‌ها و طراحان پوستر، صرفاً تابع سفارش دهنده بودند. در چند سال اخیر و با پیشرفت نرم‌افزارهای گرافیکی- دیجیتال و کامپیوتری، شکل و قواره پوسترها بسیار متفاوت و در برخی مواقع به لحاظ بصری هم رشد داشته‌اند ولی در این میان اشکالات بزرگ‌تری هم به وجود آمده است. گویی بخش مهمی از این پوسترها جان ندارند و انگار روحی در کالبدشان نیست.

رابطه رشد سواد هنری مدیران و جامعه

زربیاف معتقد است بین رشد سواد هنری مدیران و جامعه ارتباط وجود دارد. وی گفت؛ امروز همه بر ضرورت وجود گرافیک و طراح هنری در پروژه‌ها و رشد حس زیبایی‌شناسی در شهر و بین مردم تأکید دارند و اشکال کار شاید آنجاست که مدیران اداری ما هنوز به درک کاملی از این قضیه نرسیده‌اند و مطمئن نیستند مثلاً یک فیلم حتماً نشان هنرمندانه می‌خواهد یا باید پوستر حرفه‌ای داشته باشد. زربیاف ادامه داد؛ هنرمندان گرافیکست در فعالیت‌هایی که انجام

می‌دهند صرفاً به جنبه مادی پروژه‌ها توجه ندارند و نتایجی که یک تولید تصویری و گرافیکی در جامعه به جامی گذارده‌ای آنرا اهمیت بالایی بر خود را است اما آیارای مدیران فرهنگی و هنری ما نیز همین‌گونه است؟ اگر این مسأله حل شود خیلی از چالش‌های گرافیکست‌ها در سینما و سایر بسترهای هنری حل خواهد شد. این گرافیکست افزود؛ سواد بصری زمانی به وجود می‌آید که نیاز به آن درک شده باشد. زمانی که مردم احساس می‌کنند نیاز دارند مثلاً پوسترهای سینمایی یا نشانه‌های خوبی ببینند که این نیاز از قبل در آنها ایجاد شده باشد. این مقوله نیز به میزان سواد بصری مدیران فرهنگی و حساسیت آنها روی این موضوع مرتبط است. زربیاف افزود؛ در سطح آسیایک موزه گرافیک در تهران وجود دارد که متعلق به انجمن گرافیک ایران است. شرط می‌بندم خیلی از افراد حتی اطلاع ندارند چنین موزه‌ای وجود دارد! مدیران هم شاید بی‌خبر باشند. آیا مدیران فرهنگی ما اصلاً از این موزه بازدید کرده‌اند؟ می‌دانند یا چه زحمتی چنین مجموعه‌ا از زحمندی گردآوری شده است؟ دیده شدن این آثار قطعا به سواد بصری مردم کمک می‌کند تا حس زیبایی‌شناسی آنها ارتقویت‌کند. وقتی دیدن زیبایی و ذرک آن برای مردم عادت شود، روند رو به رشد می‌شود.

در هالوود هم پوسترهای سینمایی کلیشه‌ای داریم

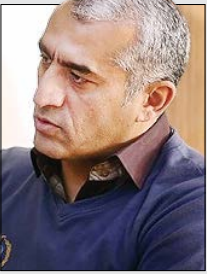
جانش همیشگی هنر، خلاقیت و در مقابل آن عدم خلاقیت و کپی‌کاری در آثار بوده و هست؛ طبیعتاً گرافیک نیز از این مسأله مستثنا نیست و در سال‌های اخیر هم دربار کپی‌کاری در پوسترهای سینمایی زیاد شنیده‌ایم. روح‌الامین درباره این چالش به‌ویژه در سینما و علت تولید پوسترهای سینمایی مشابه اظهار کرد؛ در جهانی که سرمایه‌داری حاکم است و سینما نیز متأثر از سرمایه‌داری به حیاست ادامه می‌دهد، جانش گرافیکست‌ها در سینما شبیه یکدیگر است و شاید در هالوود هم شاهد پوسترهایی شبیه هم و کلیشه‌ای باشیم. بنابراین چنین آسیبی منحصراً به پوسترهای سینمای ایران نیست. این گرافیکست با بیان این‌که در سینمای جهان هزاران فیلم در طول سال تولید می‌شود و طبیعی است که با این حجم بالای تولید، نمی‌توان فارغ از تجربه‌های گذشته‌گان کاری کرد، گفت؛ یک گرافیکست در این موقعیت، می‌تواند در فضای مجازی بسته‌های هزارتایی از پوسترهایی را پیدا کند که شبیه هم هستند! مانند موقعیت‌های نامایشی در سینما و تئاتر که گفته می‌شود ۲۶ موقعیت نامایشی وجود دارد و هنوز کسی نتوانسته سی و هفتمین موقعیت نامایشی را ایجاد کند و همه داستان‌ها و نمایشنامه‌ها و فیلمنامه‌های دنیا ذیل این ۲۶ موقعیت قرار دارند. بنابراین در گرافیک و طراحی پوستر فیلم این طور نیست که تکراری بودن پوسترها منوط به سینمای ایران باشد. وی عنوان کرد؛ ما ایرانی‌ها چون بلندپرواز هستیم و همیشه از خودمان گله‌مندیم، دل‌مان می‌خواهد که بهترین باشیم، اما کسانی بیشتر گله‌مند هستند که از دور موضوع را بررسی می‌کنند و زمانی که در بطن ماجرا می‌رویم، می‌بینیم اگر پوسترها به‌قولی تکراری شده و می‌گویند چرا محتوای همه پوسترهای سینمایی عکس بازنگار فیلم است؟ به‌خاطر این است که خبر ندارند چه مواردی در سینما اهمیت دارد؛ در یک فیلم سینمایی، بازیگر اهمیت زیادی دارد و باید در پوستر فیلم دیده

دیدگاه

تأثیر نمایشگاه کتاب بر «گردشگری ادبی»

آرش نورآقایی، کارشناس «گردشگری ادبی» در گفت‌وگو با ستاد خبری سی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران با بیان این‌که گردشگری ادبی یک زائر جدید در حوزه گردشگری است، ادامه داد؛ وقتی بر اساس رویداد سفر می‌کنیم

این به نوعی گردشگری رویداد هم محسوب می‌شود و همزمان طبق محتوای رویداد می‌تواند گردشگری ادبی نیز محسوب شود، مانند آیین بزرگداشت مولانا و نمایشگاه کتاب فارغ از این‌که می‌تواند یکی از اتفاقات مرتبط با گردشگری ادبی باشد. این مین البته باید برخی از طرفات‌ها را در نظر گرفت. در واقع باید توجه کرد چگونه می‌توان به نمایشگاه کتاب به مثابه گردشگری ادبی نگاه کرد. فضاها و اقتصاد‌های پیرامون نمایشگاه کتاب، گردشگری ادبی را شکل می‌دهند و می‌شود ایده‌هایی داشت که نمایشگاه کتاب به یک رویداد در حوزه گردشگری ادبی تبدیل شود. حضور فروشگاه‌های کتاب یا نمایشگاه کتاب می‌تواند در انتخاب یک شهر به عنوان «شهر ادبیات» موثر باشد.



رویداد

آیین پایانی پنجمین جایزه ادبی سیمین

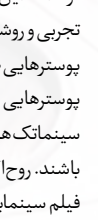
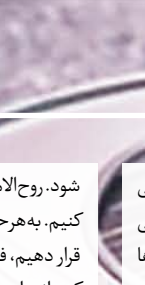
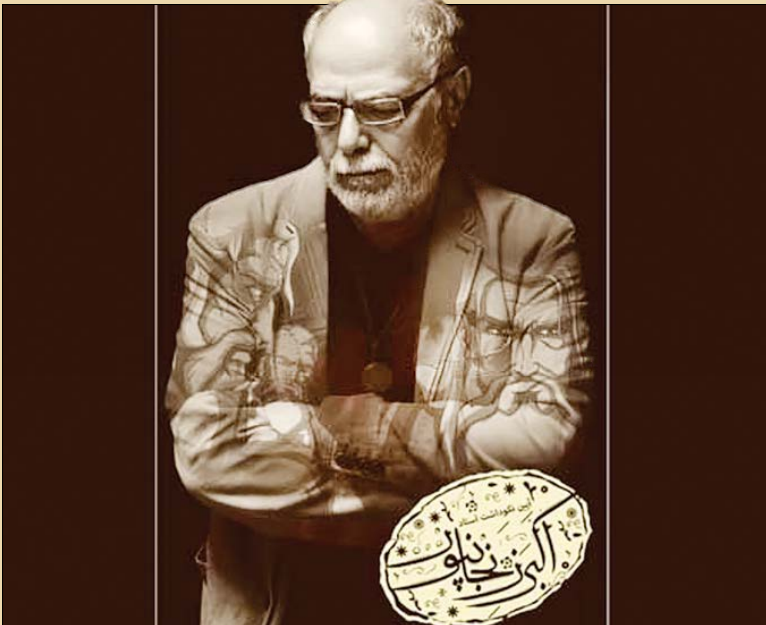
همزمان با سالروز تولد سیمین دانشور، بزرگ بانوی داستان‌نویسی معاصر ایران آیین پایانی پنجمین جشنواره جایزه ادبی سیمین با حضور برگزیدگان، اهالی قلم و هیات داوران برگزار خواهد شد. سیدمحمد حسین حسینی، دبیر این جایزه گفت؛ توسعه فرهنگ مطالعه و کتابخوانی، حمایت از استعداد‌های داستان‌نویسی، تجلیل از سیمین دانشور و تشویق استعداد‌های نوظهور نویسندگی و انگیزه‌بخشی به نوقلمان از جمله اهداف این جشنواره ادبی داستانی است. وی ادامه داد؛ علاقه‌مندان پس از انتشار فراخوان داستان‌های خود را با موضوع آزاد و بدون هیچ محدودیت موضوعی خاصی به دبیرخانه این جشنواره ارسال کردند و بیش از ۴۵۰ داستان ارسالی مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفتند. ابتدا آثار رسیده توسط ساجده اسدی، کارشناس ارشد ادبیات بررسی شدند و سپس آثار ارسالی که به لحاظ رعایت شرایط اولیه مورد تأیید قرار گرفته بودند در مرحله بعد توسط هیات داوران شامل سودابه فرضی‌پور داستان‌نویس و منتقد، سعیده اسداللهی مدرس دانشگاه، شهرام احمدزاده مدرس دانشگاه، مهدیه‌کوهی‌کار داستان‌نویس و سیدمحمدحسین حسینی منتقد و داستان‌نویس مورد بررسی و داوری قرار گرفتند. این مراسم، امروز ساعت ۱۷ در ساختمان سنایی واقع در تهران، خیابان سنایی، نرسیده به خیابان مطهری، کوچه ۲۱، طبقه دوم برگزار می‌شود.



قاب

نکوداشت اکبر زنجانی‌پور در «شب کارگردان»

آیین نکوداشت اکبر زنجانی‌پور، بازیگر و کارگردان با سابقه تئاتر در نوزدهمین «شب کارگردان» خانه تئاتر برگزار می‌شود. در این مراسم که به همت انجمن کارگردانان طبق رسم سال‌های گذشته در نهم اردیبهشت مصادف با تولد حمید سمندریان کارگردان فقید تئاتر ایران برپا می‌شود، مدالیوم این انجمن منقش به پاس سال‌ها تلاش و استمرار در حوزه کارگردانی تئاتر به اکبر زنجانی‌پور اهدا می‌شود. همچنین در این مراسم از چند چهره تئاتری دیگر نیز تجلیل و تندیس انجمن منقش کارگردانان تئاتر ایران به آنها اهدا می‌شود. این مراسم فردا و از ساعت ۱۷ در سالن شهناز خانه هنرمندان ایران برگزار می‌شود و ورود برای علاقه‌مندان آزاد است.



بودجه نقش مهمی در خروجی با کیفیت گرافیکی دارد در تولیدات بصری محاسبات دقیقی صورت می‌گیرد، ولی در خصوص بودجه طراح و گرافیک این‌گونه نیست

