سینما بدون ماسک در هالیوود

با واکسینه‌شدن بیش از ۷۰ درصد جمعیت ایالت کالیفرنیا، محدودیت‌های سینمایی شامل استفاده از ماسک و ظرفیت محدود سالن‌های سینما برداشته شد. ورایتی این گزارش را منتشر و ایسنا آن را ترجمه کرده است. در این گزارش آمده گوین نیوسام، فرماندار ایالت کالیفرنیا در یک نشست خبری به‌صورت رسمی از پایان محدودیت‌های اعمال‌شده برای سالن‌ها و مخاطبان سینمایی در این ایالت خبر داد.

اجرای ارکستر ملی بعد از انتخابات

زمان برگزاری کنسرت «شب موسیقی فیلم» ارکستر ملی ایران در تالار وحدت به بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۰ موکول شد. روابط عمومی و امور بین‌الملل بنیاد فرهنگی هنری رودکی گفته، با توجه به نزدیکی زمان برگزاری کنسرت شب موسیقی فیلم ارکستر ملی ایران در تالار وحدت با روز انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۰ این اجرا به تاریخی بعد از انتخابات موکول شد.

...نی مردم از نامزدهای انتخاباتی دارد و از این فرصت چه بهره‌برداری‌هایی شده است

...ی در خدمت انتخابات

...ری، دو اثر
...ابات گل
...تی بیرون
...م نه فقط
...ی نامزدها
...تبلیغاتی
...ده شد که
...ونی بودن
...تبلیغاتی
...فاده شد

که گویا پیشتر اجازه‌ای از سمت صاحبان اثر کسب نشده بود. به فیلم‌های تبلیغاتی نامزدها هم که در این صفحه پرداخته‌ایم، اغلب عاری از ایده‌های خلاقانه بوده‌اند. این در حالی است که فیلم‌های تبلیغاتی نامزدهای ریاست جمهوری در دنیا و کمپین‌هایی که آنها حول این محور به راه می‌اندازند، حاصل ایده‌پردازی‌های خلاقانه هنری است.

یاد کمپینی که استیون اسپیلبرگ، کارگردان نامدار هالیوودی برای شرکت در انتخابات راه انداخت، بیفتید که چه بازی بکری راه انداخته بود. در گرافیک که معمول‌ترین هنر مورد استفاده در کمپین‌های تبلیغاتی است نیز مورد خیره‌کننده‌ای دیده نشد. اغلب طراحی‌ها، مبتنی بر کلیشه‌های تبلیغاتی بود و از آنها فراتر نمی‌رفت.

مورد دیگری که جای بروز و ظهور خلاقیت در کمپین‌های تبلیغاتی از این دست است، شعارها هستند. شعارها گاهی سمت شعر می‌روند و گاهی سراغ دیگر استراتژی‌ها. می‌دانیم که انتخاب شعار تبلیغاتی نباید بدون دلیل و استراتژی باشد. یکی از بزرگ‌ترین اشتباهات نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری، همین است. آنها یا تیم‌شان تصور دارند که جملات زیبا اما بدون هدف می‌توانند گزینه مناسبی باشند یا عده‌ای با وام‌گرفتن از ضرب‌المثل‌ها یا دیالوگ‌های معروف در فیلم‌ها و موزیک‌ها، قصد دارند صرفا جلب توجه کنند. پیام خلاصه شده در شعار انتخاباتی، باید بیانگر برنامه فعالیت شما پس از پیروزی باشد. جای چنین شعاری نیز در تبلیغات انتخابات ۱۴۰۰ خالی می‌نمود.

افزون بر آثار هنری، خود هنرمندان نیز در تبلیغات انتخاباتی بسیار تعیین‌کننده هستند

یک معامله چند سر سود

فارغ از بهره‌مندی نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری از فرآورده‌ها و تولیدات فرهنگی و هنری - می‌تواند مستند، قطعه موسیقی، پوستر و طرح گرافیکی، نقاشی، شعر و... باشد - مقوله دیگری که در این فضا باید آن را بررسی کرد و برای آن اهمیت بسیاری قائل شد، مؤلفان این آثار هستند. هر اثر هنری، پدیدآورنده‌ای دارد که حضور او در اثرش بیش از هر فاکتور دیگری برای مخاطب قابل‌لمس است.

مولد بودن و قابلیت آفرینندگی که در هنرمندان وجود دارد، آنها را از مردم عادی متمایز می‌کند و همین است که یک نامزد انتخاباتی ترجیح می‌دهد افزون بر آثار هنری، از خالقان این آثار نیز بهره ببرد. از این منظر باید در فرآیندهای تبلیغاتی انتخابات به حضور هنرمندان نیز توجه ویژه‌ای داشت و صرف‌نظر از به خدمت گرفتن آثار آنها توسط نامزدها به جایگاه ویژه یک هنرمند در کنار فردی سیاسی نیز متمرکز بود.

در دوره‌های پیشین ریاست جمهوری، هنرمندان با حضور در ستاد تبلیغاتی یک نامزد و حمایت از او، علاوه بر این‌که توجه هواداران خود را به نامزد مربوط متوجه می‌کردند، ویترینی از تفکرات نامزد انتخاباتی موردنظر را نیز ارائه می‌دادند.

با توجه به موضع‌گیری‌های هنر و هنرمندان در کشور ما درباره مسائل مختلف، جناح‌های مختلف سیاسی در حوزه هنر نیز مصادیقی دارند و به همین علت حضور هنرمندان با وجهه‌ای خاص در جامعه کنار یک نامزد انتخاباتی، گویای سیاست‌گذاری‌های آن فرد در حوزه هنر نیز است.

افزون بر این کارکرد، در دوره‌های مختلف انتخابات ریاست جمهوری، هر نامزد جلساتی را با اقشار مختلف خانواده هنرمندان تشکیل می‌داد و در آن جلسات شنونده نظرات هنرمندان و فعالان عرصه فرهنگ می‌بود. اهالی سینما، عکاسان، خوانندگان و آهنگسازان، شاعران و نویسندگان همه ازجمله اقشاری بودند که در این جلسات به بیان دیدگاه‌ها و نیازهای خود در حوزه خاصی که در آن فعالیت می‌کنند، می‌پرداختند.

علاوه بر این‌که این جلسات باعث تبادل‌نظر و یافتن راهکارهای گاهی درست برای حل معضلات فرهنگی و هنری یک کشور می‌شود، تأثیر ثانویه‌ای نیز در ارائه وجهه فرهنگی از نامزد موردنظر دارد. البته در دوره‌های پیشین آرام‌آرام حضور هنرمندان در برنامه‌های این‌چنینی با اهداف بیشتری از سوی دعوت‌کنندگان نیز همراه بود.

به این معنا که مسؤولان برگزاری این برنامه‌ها، با نگاه میتینگ تبلیغاتی آنها را برگزار می‌کردند و ترجیح می‌دادند از هنرمندانی برای حضور در این برنامه‌ها دعوت کنند که طرفدار و اصطلاحاً فالوئر بیشتری داشته باشند تا حضور آن شخص در کنار رئیس جمهور احتمالی بعدی، برای رئیس جمهور آورده تبلیغاتی خوبی داشته باشد و آرای بیشتری را به صندوق او بریزد! این شیوه استفاده را باید بدترین برخورد ممکن با یک هنرمند دانست. استفاده‌ای ابزاری و صرفا برای رسیدن به اهداف شخصی که در هر زمینه‌ای جز فرهنگ و هنر تحقق می‌یابد.

در دوره‌ای از انتخابات ریاست جمهوری که امسال در حال گذراندن آن هستیم، برخی نامزدهای تبلیغاتی با برنامه‌ریزی درست و سنجیده در قالب دیدارهایی با هنرمندان و فعالان عرصه فرهنگ و هنر دیدار کرده‌اند.

تجربه ناموفق دوره قبل سبب شده هنرمندان کمتر راغب باشند در جمع‌های این‌چنینی حضور پیدا کنند تا بعدها به‌عنوان هوادار یک نامزد خاص، پیکان انتقادها به‌سوی آنها متوجه شود اما برخی نامزدها که هنرمندان به آنها اعتماد بیشتری دارند، با رعایت حرمت و جایگاه هنرمندان بازهم توانستند هنرمندان را در کنار خود داشته باشند. حالا باید دید نامزد منتخب از میان این کاندیداها، می‌تواند به تحقق اهداف و رفع نیازهای اصحاب فرهنگ و هنر کمک کند یا این حضورها صرفا یک میتینگ انتخاباتی بوده که با اتمام شور و حال ایام انتخابات نیز به‌راحتی به فراموشی سپرده خواهد شد.

حضور هنرمندان با وجهه‌ای خاص در جامعه کنار یک نامزد انتخاباتی، گویای سیاستگذاری‌های آن فرد در حوزه هنر است

ضمایر [آنها]

نفس‌بریده‌های کرونا

یکی از نوازندگان موسیقی نواحی از مظلومیت اهالی این موسیقی می‌گوید

بازهم حدیث تکراری مظلومیت آنها؛ اهالی موسیقی نواحی. این بار در گفت‌وگو با یکی از دوتارنوازان خراسان. دیروز عزیز تنها - نوازنده دوتار خراسان - با ایسنا به گفت‌وگو نشسته و نکاتی را درباره لزوم حمایت از هنرمندان نواحی و حفظ هنر آنها، مظلومیت این حوزه از موسیقی به‌خصوص در دوران کرونا و همچنین ضرورت ثبت تجارب مطرح کرده است.

او درباره اقدامات خود برای خارج کردن آموزش موسیقی نواحی به روشی خارج از شیوه شفاهی و به‌اصطلاح سینه‌به‌سینه گفت: درباره آموزش این ساز، از آنجا که با مشکلات فراگیری روش سینه‌به‌سینه و شفاهی آشنا بودم، روش‌هایی مکتوب برای هنرجویان آماده کردم که درنهایت منجر به تألیف کتاب آموزش دوتار و نرم‌افزار آموزشی آن شد و در حال حاضر به این شیوه آموزش می‌دهم. از این هنرمند درباره لزوم نوآوری در موسیقی نواحی پرسیده‌اند که پاسخ داده: همان‌طور که گذشتگان، این ملودی‌ها، آهنگ‌ها یا مقام‌ها را ساخته و به نسل‌های بعد منتقل کرده‌اند، در هر دوره باید بر اساس موسیقی هر منطقه و طبق ریتم‌ها و تم‌های موسیقی آن منطقه، نوآوری و آهنگسازی صورت گیرد تا از یکنواختی و درجا زدن در این حوزه جلوگیری شود که خود باعث گسترش و ترویج این نوع موسیقی است.

عزیز تنها درباره ثبت و حفظ آثار پیشکسوتان موسیقی نواحی بیان کرد: آثار استادان تا حدودی ثبت و ضبط‌شده که البته بسیار ناچیز است. کاش می‌شد مسؤولان به ثبت، ضبط و حفظ این میراث اهمیت بیشتری بدهند. البته من و بعضی دیگر از هنرمندان بدون هیچ حمایت دولتی تلاش کردیم در حوزه خودمان فعالیت‌هایی درزمینه ثبت و ضبط آثار گذشتگان و همچنین جمع‌آوری مقام‌ها انجام دهیم که البته اگر این فعالیت در قالب طرح‌هایی به‌صورت گسترده‌تر و کاراتر با حمایت ارگان‌های مربوط - که متولی این کار هستند - انجام شود مطمئنا نتیجه بهتری خواهیم گرفت و مقام‌ها و ملودی‌هایی که پشتوانه فرهنگ و هنر این سرزمین است برای نسل‌های بعد باقی خواهد ماند.

این مساله نیز با او مطرح‌شده که طبق گفته فعالان حوزه موسیقی نواحی در این سال‌ها حمایتی که باید از هنرمندان موسیقی نواحی انجام‌نشده است؛ خود هنرمندان برای حفظ این حوزه از موسیقی چه‌کار می‌توانند انجام دهند؟ عزیز تنها ادامه داد: از هنرمندان حوزه موسیقی نواحی حمایت درستی صورت نمی‌گیرد؛ به‌خصوص در این دوران که کرونا و فشارهای اقتصادی و معیشتی امان همه مردم به‌خصوص هنرمندان را بریده است.

عطف [کتاب]

پایان بهارانه کتاب به روایت ارقام

مدیرعامل خانه کتاب و ادبیات ایران، جزئیات برگزاری طرح بهارانه کتاب را شرح داد

مدیرعامل خانه کتاب و ادبیات ایران با ارائه گزارشی از برگزاری طرح بهارانه کتاب ۱۴۰۰ گفته در بهارانه کتاب، ۵۶۱ هزار و ۸۹۳ نسخه کتاب به ارزش ۲۲۰ میلیارد و ۸۳۶ میلیون و ۵۴۳ هزار و ۵۴۹ ریال به فروش رسیده است.

آن‌طور که روابط‌عمومی خانه کتاب و ادبیات ایران خبر داده، ایوب دهقانکار با پایان یافتن هفدهمین دوره طرح‌های توزیع یارانه کتاب از طریق کتابفروشی‌ها (طرح‌های فصلی فروش کتاب) درباره یارانه اختصاص‌یافته به استان‌ها در طرح بهارانه کتاب ۱۴۰۰ توضیح داد و گفت: مجموع کل یارانه اختصاص‌یافته به بهارانه کتاب ۱۴۰۰، ۴۲ میلیارد و ۲۲ میلیون ریال بود که از این مبلغ، هفت میلیارد و ۲۷۰ میلیون و ۶۰۰ هزار ریال به استان تهران و ۳۴ میلیارد و ۷۵۱ میلیون و ۴۰۰ هزار ریال به سایر استان‌ها تعلق گرفت. او افزود: از مبلغ کل یارانه اختصاص‌یافته، ۳۹ میلیارد و ۵۹۴ میلیون و ۹۲۹ هزار و ۴۳۹ ریال در کل کشور مصرف شده است که شش میلیارد و ۷۴۵ میلیون و ۹۶۰ هزار و ۹۴۴ ریال در استان تهران و ۳۲ میلیارد و ۸۴۸ میلیون و ۹۶۸ هزار و ۴۹۵ ریال در سایر استان‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

دهقانکار با اشاره به میزان یارانه مصرف‌شده در دو طرح بهارانه کتاب ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ بیان کرد: در بهارانه کتاب سال ۹۹، ۲۰ میلیارد و ۷۹۲ میلیون و ۳۰۶ هزار و ۷۳۳ ریال یارانه مصرف شده بود اما در بهارانه کتاب ۱۴۰۰ این میزان با افزایش ۹۰ درصدی همراه بود و به ۳۹ میلیارد و ۵۹۴ میلیون و ۹۲۹ هزار و ۴۳۹ ریال رسیده است.

مدیرعامل خانه کتاب و ادبیات ایران همچنین بیان کرد: از مجموع ۵۶۱ هزار و ۸۹۳ نسخه کتاب فروخته‌شده در طرح بهارانه کتاب ۱۴۰۰ به ارزش ۲۲۰ میلیارد و ۸۳۶ میلیون و ۵۴۳ هزار و ۵۴۹ ریال، کتابفروشی‌های استان تهران توانستند ۹۳ هزار و ۲۱۸ نسخه کتاب به ارزش ۳۶ میلیارد و ۵۰۰ میلیون و ۳۷۰ هزار و ۵۴۴ ریال به فروش برسانند و کتابفروشی‌های سایر استان‌ها نیز توانستند ۴۶۸ هزار و ۶۷۵ نسخه کتاب به ارزش ۱۸۴ میلیارد و ۳۳۶ میلیون و ۱۷۳ هزار ریال کتاب بفروشند.

مدیرعامل خانه کتاب و ادبیات ایران به میزان مشارکت کتابفروشی‌های عضو طرح بهارانه کتاب ۱۴۰۰ اشاره کرد و گفت: ۹۲۱ کتابفروشی از سراسر کشور در بهارانه کتاب ۱۴۰۰ ثبت‌نام کرده‌اند که از این تعداد ۸۸۷ کتابفروشی برای مشارکت در طرح تایید شدند که از بین این تعداد، ۲۰۶ کتابفروشی در شهرستان‌ها و ۶۸۱ کتابفروشی در مراکز استان‌ها حضور داشتند. این آمار نشان‌دهنده افزایش حضور و مشارکت ۳۳ درصدی کتابفروشی‌ها در مقایسه با بهارانه کتاب سال ۹۹ است. در بهارانه کتاب سال گذشته ۶۶۷ کتابفروشی از سراسر کشور فعالیت داشتند. او در ادامه تصریح کرد: از بین ۳۱ استان مشارکت‌کننده در طرح، استان تهران با ۱۳۵ کتابفروشی در صدر قرار دارد و پس از آن خراسان رضوی با ۱۱۲ کتابفروشی، قم با ۸۳ کتابفروشی، اصفهان با ۸۰ کتابفروشی، آذربایجان شرقی با ۵۹ کتابفروشی، کردستان با ۴۵ کتابفروشی و فارس با ۴۵ کتابفروشی در جایگاه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

طرح بهارانه کتاب ۱۴۰۰ از ۱۷ خرداد آغاز به کار کرد و بنا بر اعلام، با توجه به استقبال عمومی از طرح و مطالبه کتابفروشان از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مبنی بر افزایش اعتبار و مدت زمان اجرای طرح تا ۲۵ خرداد ادامه پیدا کرد.