

تئاتر

هیات انتخاب و داوری بخش
تله تئاتر معرفی شد



بیژن بیرنگ، روزبه معصومی و رضاحمدی خواه، مسئولیت انتخاب و داوری آثار بخش تله تئاتر و گزارش‌های صحنه‌های سی و نهمین جشنواره تئاتر فجر را بر عهده گرفتند.

بیژن بیرنگ متولد ۱۳۲۸ در تبریز تهیه‌کننده، کارگردان و نویسنده تئاتر، سینما و تلویزیون است. وی تاکنون کارگردانی مجموعه‌های نمایشی «باز هم زندگی»، «خانه سبز»، «چاق و لاغر»، «همسران» و... فیلم‌های سینمایی «قصه عشق»، «سیندرلا»، «علی و غول جنگل»، نویسندگی «محل برو بیا»، «محل بهداشت» و ساخت تله‌تئاترهای متعددی را بر عهده داشته‌است.

روزبه معصومی، فارغ‌التحصیل کارگردانی تئاتر از دانشکده هنرهای زیبا و فارغ‌التحصیل از مرکز آموزش فیلمسازی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نویسنده و کارگردان تئاتر، تلویزیون و سینما است. وی کارگردانی مجموعه‌های نمایشی «گلخند ۱»، «گلخند ۲»، «کدومطبخ»، «هزارویکتسب»، «رنگ نوروزی»، تله تئاترهای «ماینده ملت»، «روابط سودجویانه» و... را در کارنامه کاری خود دارد.

رضاحمدی خواه متولد سال ۱۳۴۶ در سبزوار کارگردان، مدرس دانشگاه و تهیه‌کننده تئاتر، سینما و تلویزیون است. وی کارگردانی و تهیه‌کنندگی بیش از ۴۰ نمایش تلویزیونی، مجموعه‌های نمایشی، فیلم‌ها و سریال از جمله کارگردانی نمایش‌های صحنه‌ای «اعتزافاتی درباره زنان»، «شهر شطرنجی»، «تلفن مشترک» و... نمایش‌های تلویزیونی «سوپ قارچ»، «زنگ ماسیاس»، «قلم عمه خانم»، «گمستک»، «تغ کهنه»، «روزانو»، کارگردانی فیلم‌های «هفت سین»، «چکمه‌های استالین»، «دیوار کاه گلی» و... از جمله سوابق حرفه‌ای این هنرمند است.

سی و نهمین جشنواره تئاتر فجر به دبیری حسین مسافر آستانه ۱۱ تا ۲۱ بهمن ۹۹ برگزار می‌شود.

گردشگری

عوارض خروج ۴۰۰ هزار تومانی
هدیه سال ۱۴۰۰ به گردشگران

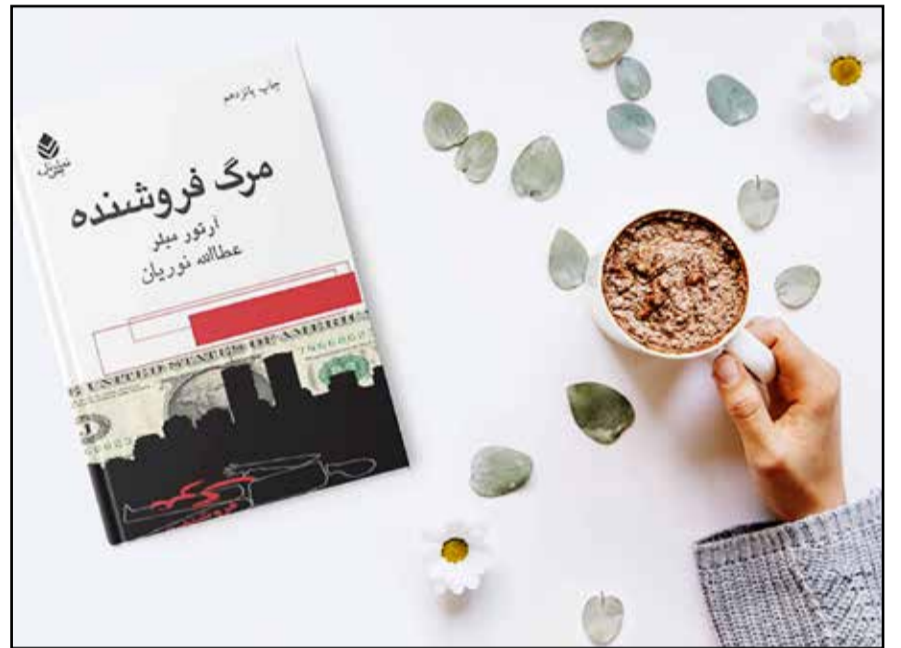
سخنگوی کمیسیون تلفیق لایحه بودجه ۱۴۰۰ از مصوبه این کمیسیون برای تعیین عوارض ۴۰۰ هزار تومانی خروج از کشور برای مسافران در سال آینده خبر داد و این در حالی است که گردشگران ایرانی روی عوارض خروج ۲۶۴ هزار تومانی سال ۹۹ را ندیدند. در حالی که مرزهای زمینی به روی مسافران ایرانی کماکان بسته است و پذیرش مسافران ایرانی در کشورهای دیگر با سختگیری انجام می‌گیرد. عوارض هوایی خروج از کشور برای مسافران در سال آینده ۴۰۰ هزار تومان تعیین شد.

سفر بین شهرهای زرد و آبی
آزاد شد

با آزاد شدن تردد بین شهرهای زرد و آبی پس از ۵۰ روز ممنوعیت، برنامه‌ریزی برای سفرهای بین شهری از سر گرفته شد، هر چند هنوز تردد به ۳۷ شهر شمالی کشور ممنوع و مشمول جریمه است. وزارت بهداشت ۷ شهر را قرمز، ۳۰ شهر را نارنجی، ۲۱۹ شهر را زرد و ۱۹۲ شهر را آبی (شاخص جدید) اعلام کرده است. تردد بین شهرهای زرد و آبی بدون مجوز و جریمه امکان پذیر شده است؛ اما ممنوعیت ورود خودرو با پلاک غیربومی به شهرهای قرمز و نارنجی کماکان ادامه دارد.

«مرگ فروشنده» آرتور میلر را پیش از مرگ باید خواند؛

مرثیه‌ای بر تبدیل انسان به کالایی مصرفی



نمایش‌نامه‌ای است در سه پرده، اما در واقع پرده‌ها در آن بی‌معنا هستند.

دیواری بین اتاق‌ها و صحنه‌ها و حال و گذشته وجود ندارد و مدام با فلش‌بک و تغییر زمان و مکان مواجهیم. حتی رویا و خیال هم تفکیک‌ناپذیرند.

البته میلر به سبک رئالیستی‌اش پایبند است اما کاراکتر اصلی نمایش، ویلی لومان چنان در چنگال گذشته و فرصت‌های از دست‌رفته‌اش اسیر است که مدام غرقه رویاهای بیداری (Day Dreams) می‌شود.

ویلی لومان بازاریاب دوره‌گردی است که برای یک شرکت در نیویورک کار می‌کند و تمام عمرش را در سفر بوده تا بتواند محصولات شرکت را به خریداران در ایالت‌های مختلف بفروشد. او حالا ۶۳ سال دارد و دیگر نمی‌تواند مثل سابق سفر و فروشنده‌گی کند.

اکنون ۳۶ سال از روزی که کار برای شرکت واگنر را آغاز کرده می‌گذرد. واگنر پیر، مرده و پسرش هوارد زمام امور را در دست گرفته است. این آغاز شوربختی‌های ویلی نیست اما اوج آن است.

واگنر جوان ابتدا حقوق ثابت ویلی لومان را قطع می‌کند و به او فقط پورسانت می‌دهد و اندکی بعد او را اخراج می‌کند. پسران ویلی هم وضع‌شان چندان تعریفی ندارد و هر کس در جست‌وجوی قله‌های تئاتر و ادبیات ایالات متحده باشد، نمی‌تواند بی‌تفاوت از کنار این نمایش بگذرد؛ گویا این که مضمون و درون‌مایه آن با توجه به تکرار فراوان در فیلم‌ها و کتاب‌های مختلف و زایل شدن موضوعیت آن، شاید باب طبع خواننده امروزی نباشد. «مرگ فروشنده» را باید در ظرف زمانه خودش دید و سنجید، یعنی سوادهای ۱۹۴۰ و اندکی پس از بحران بزرگ اقتصادی آمریکا. «مرگ فروشنده»

میشیگان استعداد تئاتری خود را به نمایش گذاشت. میلر نمایش‌نامه‌ها و نوول‌های زیادی نوشته است که از بین آن‌ها می‌توان به این آثار اشاره کرد: «همه پسران من»، «نگاهی از روی پل»، «پس از سقوط»، «ارزش»، «خاطرات دو دوشنبه»، «حادثه در ویلی»، «ارکستر زنان آشوبتس»، «تاجورها» و «پس از پاییز».

اگر بتوان دو دلیل برای شهرت آرتور میلر (۱۹۱۵-۲۰۰۵) بیان کرد یکی از آن‌ها ازدواجش با مریلین مونرو (مشهورترین زن ایالات متحده در آن سال‌ها) است و دیگری نمایش‌نامه «مرگ فروشنده». این آمریکایی نام‌دار در بروکلین بزرگ‌شده و از همان سال‌های جوانی در دانشگاه



حسین جاوید

پرده نقره‌ای

نظری بر فیلم «جهان با من برقص» آخرین ساخته سروش صحت

از مرگ لذت ببر



فریبا ملاملی

اولش در واقع از مرگ نمی‌گوید، در نکوش تنهایی است؛ اما از طعم فیلم دهان مان تلخ نمی‌شود و همین برای سینمای ما نویدبخش است.

این کارگردان نام‌آشنای فیلم اولی سینما، می‌خواهد به مخاطب بگوید که دنیایی رحیم‌تر از این است که با هم خوش نباشیم. این قصه تلخ آمیخته به کمدی دچار گسست، در صحنه‌هایی برای من یادآور فیلم «گاو» مهرجویی است اما با این تفاوت که این صاحب گاو است که مرگش نزدیک است و این آخرین تولد زندگی‌اش است که جهان را کنار هم می‌بیند. جهانی که توقع دارد همه از رفتنش غمگین باشند، اما دوستانش ناگهان این اتفاق را یک

در میان اخبار ملت‌هپ و فضای احساسی این روزهای جامعه اگر بخواهم از احوال جهان، نقش پسر رنگ فیلم «جهان با من برقص» بنویسم این است که فقط عشق می‌تواند جهان رانجات دهد عشقی که از اتکا به صلح و آشتی در درون جهان که نمایشی از پیرامون ما است شکل گرفته باشد. افسوس که چسبیده‌ایم به زندگی که رهایمان نکند، اما دریغ که او ساز خودش را می‌زند. «جهان با من برقص» فیلمی که اسمش را باید هر روز تکرار کرد. قصه برخلاف ضربه

این قصه تلخ آمیخته به کمدی دچار گسست، در صحنه‌هایی برای من یادآور فیلم «گاو» مهرجویی است؛ اما با این تفاوت که این صاحب گاو است که مرگش نزدیک است و این آخرین تولد زندگی‌اش است که دوستانش را کنار هم می‌بیند

روزمره طبیعی جلوه می‌دهند و از دل جهان بی‌خبرند که در دنیای خودش با هر سازی می‌رقصد و در انتها همین است که جهان را خوشحال می‌کند.

اگر چه شخصیت اول فیلم، منفعل است اما بازی‌های همسان و یکدست تمام بازیگران در آن لوکیشن بی‌نظیر با ترکیب موجودات طبیعت، حال‌مان را خوب می‌کند. فیلم ما را سمت دوستی می‌کشاند، این احساس غریب در وطن امروزمان



از زنده نگه می‌دارد، برای آواز خواندن باید دوست داشت، برای خوشحال بودن، برای زنده بودن، چون بالاخره یک آواز مشترک هست که هم تودوستش داری، هم من. خوب بگرد قیل از اینکه مرگ، تورا بمیراند.

که می‌توانیم حتی با وجود مرگ هم خوشبخت باشیم. چون همان قدر که برای ناراحت بودن دلیل‌هایی هست برای ناراحت نبودن هم وجود دارد. این دوست داشتن است که آدم‌ها

از کالاهای مصرفی تا بسته‌های آموزشی

البته تیزرها فقط در حوزه کالاهای مصرفی نیستند. مثلاً در زمینه آموزشی هم با شعار عدالت آموزشی قصد دارند دانش‌آموزان روستایی را هم به‌عنوان مشتری جذب خودشان کنند؛ اما کودک و نوجوانی که در روستاهای سیستان و بلوچستان کمترین امکانات را ندارد چطور می‌تواند یک بسته آموزشی گران را خریداری کند؟ گویی در سرزمین‌های شاعرانه‌ها به سر می‌بریم!

تناقض‌هایی که تمامی ندارند

توصیه برای مصرف بهینه، نکوهش مصرف‌گرایی و ترغیب مردم به حضور در خانه از یک طرف، آگهی‌هایی که هر لحظه می‌خواهند مردم را خانه‌های‌شان بیرون بکشند و راهی فروشگاه‌ها کنند از سویی دیگر فقط می‌توانند تناقض-های بزرگ تلویزیون را عیان کنند. اما آیا مسئله برای‌شان اهمیت دارد؟ درست است که به لطف آگهی‌ها، اعتبار مالی به جیب صاوسیمایم می‌شود، اما آیا اعتبار معنوی هم نصیبش می‌شود؟

از این فروشگاه‌ها حکم نمایشگاه دارند و باز دیدکنندگان فقط می‌توانند عامل طولانی شدن صف‌ها و تجمعاتی باشند که کار برای سرایت ویروس کرونا آسان می‌کند. پادمان نرود که طرح‌های تخفیفی، مشتری‌ها را برای خرید بیشتر ترغیب می‌کند و این همان اتفاقی است که کارشناسان مختلف صداوسیما تقبیحش می‌کنند! مصرف‌گرایی روزافزونی که فعلاً تمامی ندارد و ممکن است مشتری‌ها برای بالا بردن شانس بردشان، پول بیشتری از کف بدهند.



تبلیغات تلویزیونی روی اعصاب مردم

به نفع فروشگاه‌ها هستند تا مشتریان سعی می‌کنند با وعده‌های عجیب قاپ مخاطب را بزدند و آن‌ها را راهی فروشگاه‌ها کنند. اما آیا این به نفع کنترل همه‌گیری کرونا است یا صرفاً قرار است بودجه تلویزیون تامین شود و فروشگاه‌ها سود کنند؟

پدیده‌ای است که قاعده منفعت نمی‌گذارد صداوسیما خرید محلی (خرید از نزدیک‌ترین مغازه) را در کانون توجه مخاطبان قرار دهد، اما این همه ترویج خرید در دوران کرونا بیش از اندازه زیاد و مضر است. بگذریم از این ناهماهنگی عجیب و خنده‌دار، که بازیگر معروف در تیزری می‌گوید: «در شرایط کرونایی به کسب و کار تون رونق بدید»، اما در زیرنویس می‌خوانیم که این تصاویر قبل از کرونا ضبط شده‌اند.

ضمن اینکه باتوجه به شرایط اقتصادی مردم، بسیاری



نگار فثی آبادی

متخصصان سلامت در دوران کرونا، خانه ماندن را توصیه می‌کنند اما تلویزیون مدام تبلیغ خرید از فروشگاه‌ها را پخش می‌کند. اگر از ابتدای کرونا تا امروز، پیام‌های بازرگانی را دیده باشید متوجه می‌شوید که کار تلویزیون چقدر با توصیه پزشکان و سلامت مردم در تناقض است. گویی هیچ هماهنگی و نسبیته بین توصیه‌ها و آگهی‌ها وجود ندارد و قرار است هر کدام راه خودشان را بروند راهی که به مقصدی یکسان نمی‌رسد.

تبلیغ‌هایی که جیب‌تان را خالی می‌کنند
طرح‌های تخفیفی که البته خیلی‌های‌شان بیشتر