چهارمین جشنواره رسانه‌ای البرز برگزار می‌شود

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان البرز گفت: چهارمین جشنواره مطبوعات-خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری استان در ۲ بخش اصلی و موضوعی با همکاری خانه مطبوعات برگزار می‌شود.

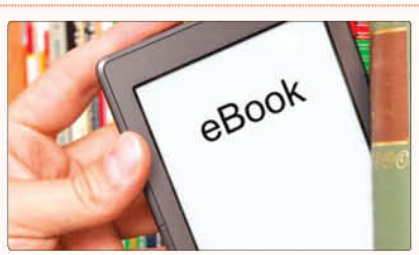
به گزارش پیام آشنا: ناصر مقدم- مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان البرز گفت: بخش‌های اصلی جشنواره شامل مقاله، یادداشت و سرمقاله، عکس (خبری، غیر خبری)، خبر، گزارش(خبری، تحلیلی)، مصاحبه، تیتر، طراحی و صفحه آرایی، طنز مکتوب، طرح و کاریکاتور است. وی ادامه داد: بخش‌های موضوعی شامل رونق تولید (حمایت از کالای ایرانی)، جهش تولید، توسعه استان البرز، حقوق شهروندی، دین و معنویت، نشاط اجتماعی، خانواده و سبک زندگی، آب و محیط زیست، چالش‌ها و آسیب‌های اجتماعی (طلاق، حاشیه نشینی، اعتیاد، فساد اداری، بیکاری و فقر) و نظام سلامت با محوریت ویروس کرونا خواهد بود. وی هدف از برگزاری این جشنواره ارتقای کیفی خبر و اطلاع رسانی در استان، گسترش فرهنگ مطالعه و روزنامه خوانی، شناسایی نقاط قوت و ضعف رسانه‌های استان و نیز توسعه ظرفیت‌های موجود مطبوعات عنوان کرد. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی البرز افزود: آثار رسیده در بخش‌های موضوعی جداگانه بررسی شده و از رسانه‌ای که بیشترین آثار را در هر یک از موضوعات فوق داشته باشد تجلیل خواهد شد. مقدم افزود: در این بخش ارسال اصل و یا تصویر چاپ شده آثار به دبیرخانه الزامی است و نیازی به بارگذاری این آثار در سامانه نیست. وی خاطر نشان کرد: متقاضیان شرکت در جشنواره می‌توانند از ۲۰ اردیبهشت۹۹ با مراجعه به پایگاه اینترنتی http:/alborz.pressfestival.ir آثار خود را تا ۲۰ تیر ۹۹ بارگذاری کرده و همچنین به صورت چاپ شده به دبیرخانه جشنواره ارسال کنند. وی با بیان اینکه اختتامیه جشنواره ۱۵ مرداد۹۹ به مناسبت بزرگداشت روز خبرنگار برگزار می‌شود، افزود: دبیرخانه جشنواره به نشانی البرز، بعداز پل آزادگان، خیابان مطهری، جنب شماره۲، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان البرز، معاونت فرهنگ و رسانه ای، گروه امور رسانه ای آثار شرکت کنندگان در جشنواره را دریافت می‌کند.

اوقاف البرز ربات قرآن خوان اینترنتی راه‌اندازی کرد

اداره کل اوقاف و امور خیریه استان البرز اقدام به راه‌اندازی ربات قرآن خوان اینترنتی در شبکه اجتماعی واتساپ کرده است.

به گزارش پیام آشنا، رئیس روابط عمومی و اطلاع رسانی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان البرز گفت: این ربات با شماره ۰۹۲۲۴۸۸۲۷۰۶ در واتساپ راه‌اندازی شد که علاقه مندان به ختم قرآن کریم می توانند به این شماره کلمه «رمضان» را ارسال کنند که فوراً ربات جواب می دهد که به «ربات ختم قرآن کریم اداره کل اوقاف و امور خیریه استان البرز خوش آمدید». علی علی‌اکبری با بیان اینکه این رباط از روز پنجشنبه راه اندازی شده، افزود: در این ربات برنامه های ختم قرآن کریم، تحدیر (تندخوانی) قرآن کریم، دعای عظیم البلاء، ختم صلوات و دعای هفتم سجادیه برگذاری شده است. وی افزود: همچنین در این ربات مسابقه مفاهیم قرآنی نیز بارگذاری شده که هر روز یک مسابقه برگزار می شود و در پایان هر روز به سه نفر از برندگان هدایایی اهدا می شود. وی گفت: مردم روزه دار و قرآن خوان و قرآن دوست استان البرز برای کسب اطلاعات بیشتر می توانند به سامانه اداره کل اوقاف و امور خیریه استان مراجعه کنند. علی‌اکبری در ادامه به برنامه های آستان مقدس امامزادگان در ایام ماه مبارک رمضان اشاره کرد و افزود: این برنامه ها که همه یا به صورت مجازی در حسینیه مجازی و یا در شبکه استانی پخش می شود، شامل برنامه هایی همچون تفسیر قرآن کریم، جزءخوانی، احکام، تلاوت مجلسی قرآن کریم و سخنرانی است. وی اضافه کرد: یکی از برنامه های جالب در امامزادگان به خصوص آستان مقدس امامزاده طاهر(ع) مهرشهر چیدمان تصویر شهدا در صحن امامزاده به عنوان مستمعین دعا، مناجات خوانی و تلاوت قرآن است. رئیس روابط عمومی اوقاف البرز همچنین به رزمایش کمک مومنانه اشاره کرد و گفت: تا نیمه ماه مبارک رمضان اوقاف استان ۵هزار بسته معیشتی توزیع می کند که تاکنون حدود ۲۵۰۰ بسته آن توزیع شده است. وی افزود: در آستان مقدس امامزاده محمد(ع) حصارک کرج امروز نخستین مرحله توزیع بسته های معیشتی با اهدای ۵۰۰ بسته از محل درآمد امامزاده اجرا می شود ولی در آستان مقدس امامزاده حسن(ع) تاکنون سه مرحله توزیع بسته های معیشتی به تعداد ۳۳۰ بسته اجرا شده است.

حمایت از فروش ۲۳۶هزار نسخه کتاب الکترونیکی در ایام کرونا



معاون امور فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: در ایام شیوع کرونا از بیش از ۲۳۶هزار نسخه کتاب الکترونیکی حمایت شد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر، محسن جوادی-معاون امور فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با اشاره به برخی اقدامات این معاونت در ایام شیوع ویروس کرونا گفت: در این ایام از بیش از ۲۳۶هزار نسخه کتاب الکترونیکی حمایت شد. با شیوع و گسترش ویروس کرونا در کشور، معاونت امور فرهنگی تلاش کرد فعالیت‌هایی را در راستای شعار «در خانه بمانیم» طراحی و برگزار کند. یکی از اقدام‌ها برگزاری طرح «کتاب در خانه» بود. وی افزود: این پویش با همکاری دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی و مؤسسه خانه کتاب به مناسبت آخرین نوروز قرن ویژه کودکان و نوجوانان برگزار شد. هدف این پویش، استفاده از فرافت به وجود آمده در خانه‌ها بیشتر مردن از امکانات موجود در فضاهای مجازی برای ترویج اجتماعی کتاب‌خوانی در سراسر ایران و تشویق کودکان و نوجوانان به گفت‌وگو پیرامون کتاب‌های مطالعه شده بود. در این پویش ملی شرکت‌کنندگان می‌توانستند کتاب‌های مطالعه شده را در یک کلیپ ویدئویی کوتاه معرفی کنند، یا نظرشان را درباره آن بگویند. معاون فرهنگی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با اشاره به استقبال خوب گروه‌های سنی کودک و نوجوان از این پویش گفت: این طرح به دلیل مهار نشدن ویروس کرونا و بازنشدن مدارس تاکنون دوبار تمدید شده است و تا ۱۲ اردیبهشت ماه ادامه خواهد داشت.

حمایت از فروش ۲۳۶ هزار نسخه کتاب الکترونیکی

جوادی دومین برنامه معاونت امور فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ایام کرونا را ارائه تخفیف‌های بالا برای خرید کتاب‌های الکترونیکی از پلتفرم‌های کتابخانی اعلام کرد و گفت: در این طرح که با مشارکت مرکز فناوری‌های اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال انجام شد، تخفیف‌های ۷۰ و ۸۰ درصدی به کتاب‌های بزرگسالان و کودک و نوجوان ارائه شد. تا از این طریق در ایام خانه‌نشینی، کتاب در دسترس خانواده‌ها باشد. وی ادامه داد: گسترش استفاده نسل جوان از کتاب‌های صوتی و مطالعه آنها در پلتفرم‌های کتابخانی، در دسترس قرار دادن کتاب برای خانواده‌ها و افراد کتابخوان و تلاش برای در خانه نگه داشتن کتابخوانان از جمله اهداف این طرح بود. بر اساس اعلام بسیاری از مدیران این پلتفرم‌ها در ایام نوروز کتاب‌های بسیاری از طریق این پلتفرم‌ها خریداری شده‌اند و از اجرای این طرح بسیار خرسند بودند. این طرح از تاریخ یکم فروردین ماه سال ۱۳۹۹ آغاز شد و تا پایان ۳۰ فروردین ماه ادامه داشت. بیش از ۲۳۶هزار نسخه کتاب الکترونیکی با ارزشی بالغ بر ۲۶ میلیارد ریال فروخته شد. این میزان فروش از رشد مطلوب کمی و کیفی نشان الکترونیک کشور در سال‌های اخیر حکایت می‌کند که منجر به استقبال مخاطبان از محصولات ارائه شده است.

ارسال ۳۱هزار بسته کتاب از طریق سامانه «پست‌کتاب»

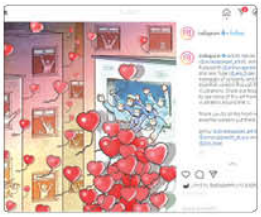
معاون امور فرهنگی سومین اقدام این معاونت در ایام کرونا را حمایت از «سامانه پست کتاب» اعلام کرد و توضیح داد: در این ایام بخشی از یارانهٔ کتاب به حمایت از «سامانهٔ پست کتاب» اختصاص داده شد تا از این طریق هزینهٔ ارسال کتاب از طریق پست تا پایان فروردین ۱۳۹۹ با حدود ۸۰درصد تخفیف محاسبه شود. وی ادامه داد: بر اساس این طرح، برای ارسال هر بسته پستی کتاب در سامانه «پست کتاب» تا دو کیلوگرم صرفاً مبلغ ۳۰هزار ریال دریافت و مابقی هزینه پست مبلغ از محل یارانه کتاب توسط خانه کتاب به شرکت پست پرداخت شد. این طرح نیز از ۲۵ اسفندماه سال گذشته آغاز و تا پایان فروردین ماه ۳۱هزار بسته کتاب از طریق این سامانه به مناطق کشور ارسال شد که این رقم معادل فعالیت شش ماه از سال ۱۳۹۸ بود بیشترین میزان ارسال کتاب در این طرح متعلق به استان‌های تهران، قم و خراسان رضوی و بیشترین دریافت کنندگان کتاب در تهران، اصفهان و فارس بودند.

پیگیری تأمین خسارت اهالی نشر و فرهنگ

جوادی با تأکید بر پیگیری خسارت‌های وارد شده به اهالی نشر و کتاب به خاطر شیوع کرونا گفت: تأمین خسارت برای فعالان حوزه نشر و کتاب از طریق برخورداری از تسهیلاتی که دولت در نظر گرفته است در حال پیگیری است. همچنین در تلاش هستیم تا بیمه بیکاری اهالی نشر و پرداخت بیمه سه ماهه اهل قلم را در دستور کار داشته باشیم تا از این طریق بخشی از خسارت‌هایی را که به اهالی نشر و کتاب در ایام کرونا وارد شده است جبران کنیم.

برای اولین بار؛

اینستاگرام آثار امیدبخش کارتونیست ایرانی را معرفی کرد



اینستاگرام، برای اولین بار با انتشار کارتون‌های علیرضا پاکدل با محوریت «مبارزه با بیماری کرونا»، «مبارزه کادر درمانی با کرونا» و «در خانه بمانیم» اقدام به معرفی این هنرمند ایرانی کرده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر، پس از بازتاب جهانی کارتون‌های علیرضا پاکدل هنرمند جوان با محوریت «مبارزه با بیماری کرونا»، «مبارزه کادر درمانی با کرونا» و «در خانه بمانیم»، این بار اینستاگرام اقدام به معرفی این هنرمند ایرانی کرده است.

اینستاگرام با انتشار یکی از آثار امیدبخش علیرضا پاکدل با موضوع مبارزه مردم و کادر درمانی با کرونا و تک کردن وی، علیرضا پاکدل و ۲ هنرمند دیگر مخاطبان را ترغیب به تماشای آثار آنها با پیام‌های همبستگی و امید کرده است.

پیش از این نیز پاکدل در مورد ویژگی‌های طرح‌هایش که سبب دیده شدن آن‌ها در مقیاس وسیع جهانی شده است، به مهر گفت: نگاه دقیق به مسائل مربوط به این بیماری و توجه ویژه به نوع عملکرد در شرایط سخت کادر درمان و همه نیروهای درگیر اعم از آتش نشانی، پاکبان‌ها و نیروی هلال احمر و... و همچنین استفاده از نظرات مردم و مخاطبان کشور و سایر کشورهای جهان در قالب کارتون را می‌توانم به عنوان دلایل دیده شدن آثارم نزد مخاطب جهانی برشمرم.

رقابت شبکه‌ها و سردرگمی مخاطبان ماه رمضان تلویزیون

همه شبکه‌ها یکصدا نوای سحر را برمی‌آورند و هم سفره اقطار پهن می‌کنند؛ این مخاطب نیاز به برنامه‌های با کیفیت و تأثیرگذار دارد نه این‌قدر طعم رمضان را با کمیت‌های نه چندان موفق بچشد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از تسنیم، تلویزیون مثل هر سال برنامه‌های رمضانی‌اش را روی آنتن می‌برد؛ از ۱۲ شب به بعد مناجات را در همه شبکه‌های سیما دارد و سحر و افطار هم مهمان منازل مردم می‌شود اما نکته‌ای که هیچوقت به آن توجه نکردند رقابت بیش از حد و بی‌معنایی است که همه باید برنامه رمضانی تولید کنند. اینجا مخاطب نمی‌داند کدام برنامه و شبکه را دنبال کند؟ آنقدر مخاطب را سردرگم کردهاند که بعضاً برنامه‌ها به هم ترجیح داده می‌شوند. این معضل بزرگ باعث شده نه تنها همه برنامه‌ها به خوبی دیده نشوند بلکه عمدتاً از وی دست همدیگر بنوسند. مشکل سریال‌سازی را بگذاریم در مجالی دیگر، برنامه‌سازی فقط خلاصه شده در دکور و ظواهر و چشم و هم‌چشمی‌های شبکه‌ای؛ ببینیم آن برنامه مجری چه کت و شلواری پوشیده و اینجا چه سخنران و مناجات‌خوان و مهمانی آوردهاند. اما کسی مشتری محتوا نیست؛ متأسفانه مدیران و صاحبان تصمیم در صداوسیما هم همین‌گونه نظارت و ارزیابی می‌کنند. تحقیق، پژوهش، خلاقیت و نوآوری به فراموشی سپرده شده و سوژه‌ها و پرداخت‌ها کاپی‌شاق و تکراری شده‌اند. اسال همه به مناقصات سلامت می‌پردازند؛ بسیار خوب، واجب است که این تلاش‌ها دیده شوند و از آنها در برنامه‌های تلویزیونی گفته شود اما چقدر برنامه و قندرگی؛ این مخاطب در ایام ماه مبارک رمضان به تلاوت قرآن، کسب معنویت و استفاده از سخنرانی‌های عالمانه و حتی کنار هم بودن و استراحت نیاز دارد.

تلویزیون را روشن می‌کنیم انگار همه شبکه‌ها دعوای دیده شدن و جلب توجه دارند؛ مجری آن برنامه مهمانی دعوت کرده و سری به کانال دیگر هم بزنیم همین خبرها است. در سحر اگر "ماه خدا" را با چهار استودیو می‌بینیم و هنوز هم اتفاق قابل تأملی در آن رخ ندادهه، در شبکه۲. "پگاه عاشقی". در شبکه۳ "ماه خدا". در شبکه۴ "سحری". در شبکه۵ "خلوتگه عارفان". در شبکه قرآن "مهمان خدا" و همچنین در شبکه‌های آموزش و افق سیما هم همین سفره سحری با برجاست. کدام‌ را ببینند؟ آیا با این چشم و هم‌چشمی‌ها و رقابت‌های غیرمنطقی شبکه‌ها این سرمایه تلویزیون به هدر نمی‌رود؟ حلا جلوتر برویم دیگر برنامه‌های رمضانی خصوصاً زمان افطار آنقدر یک شلوغی تلویزیون دارد که مخاطب نمی‌داند کدامش را ببیند؟ "مکث". "مثل ماه" و یا "جشن رمضان" و دیگر برنامه‌ها را به جای آروی دست هم نوشتن و اجرای برنامه و تهیه‌کنندگی و کارگردانی و مدیران ما هم چشم و هم چشمی را کنار بگذارند و به دادِ وقت این بینندهٔ و هزینه بیت‌المال رسانه‌ملی باشند. این رسانه آنقدر کمیت برنامه نمی‌خواهد مخاطب ایرانی کیفیت و تأثیرگذاری و محتوامی خواهد.

وقتی سریال‌ها را نگاهی داریم و ایضاً برنامه‌ها آن نکات شتابزدگی و قطع روی آنتن ماندن و بدون اندیشه ساخت برنامه همه به یادمان می‌آید. واقعاً وقت آن فرا رسیده که تلویزیون برای ساخت برنامه‌های مناسبتی تأمل ویژه داشته باشد؟ تا چه زمانی قرار است همه برای یلدا، نوروز و رمضان، به جان آنتن بیفتند و مخاطب هم نداند کدام شبکه و کدام برنامه را ببیند؟

تلویزیون مدت‌ها است از فقدان تحقیق و پژوهش لازم در مقوله برنامه‌سازی رنج می‌برد؛ برنامه‌هایی که هیچ بینندهای ندارند و بایستی‌ها تماشایشان لذت نمی‌برند. عالمانه و محققانه ساخته نمی‌شوند. باید این تغییر کارکرد و رویکرد برنامه‌سازی خصوصاً در مناسبت‌ها اتفاق بیفتد. در واقع باید مدیریت فرهنگی خلاقانه‌ای حاکم شود و نه از روی ذوق صرف کاری کنند. همان لحظه‌ای که ایده‌ای به ذهن‌شان می‌رسد روی آنتن اجرایی نشود؛ زیرا ایده باید از ذهن بگذرد. کنکاش و تحقیق به روی آن اندیشه صورت بگیرد و پس از خردورزی به مرحله اجرا درآید. قاعدتاً بزرگ‌ترین مشکل برنامه‌سازی همان فقدان توجه به چرایی المان‌های برنامه‌سازی است؛ برنامه‌ساز با خود بگوید: "چرا این مهمان را دعوت کردم. این دکور را استفاده می‌کنم و با این هدف و موضوع به‌سراغ ساخت این برنامه می‌روم؟". به‌خلاف رویه موجود متعلدیم اگر به چرایی در برنامه‌سازی توجه شود، چونکی آن پیدا می‌شود. اگر تولید مقدمه، بدون زیرساخت مدنامدار، معنایی و فلسفی برنامه‌ای تولید شود یا در واقع آن برنامه‌سازی از فقدان توجه به چرایی رنج ببرد، برنامه هیچ حسن تأثیرگذاری به مخاطب القا نخواهد کرد. چون غفلت از چرایی، راه چگونگی را هموار می‌کند؛ مثلاً مهمان را دعوت کردم درگیر چگونگی می‌شوم و هدف رسانه‌ای آن برنامه محقق نمی‌شود. زمانی که برنامه‌ساز بداند چرا این مهمان را دعوت کرده آنگاه می‌داند نحوه گفت‌وگو و پرسش و پاسخ از مهمان و هدف رسانه‌ای برنامه چگونه باید پیش برود. متأسفانه امروز در حوزه ساختار و تکنیک کاملاً برنامه‌سازان مقلد شده‌اند و هیچ رویکرد خلاقانه‌ای نسبت به این مؤلفه ندارند. مثل مُدهای لباس، یک دوره‌ای برنامه‌های گفت‌وگومحور، رقابتی‌شو و استعدادیابی مُد می‌شود. در صورتی که باید بر اساس چرایی‌هایمان به ساختار و اعتقاد در برنامه‌سازی برسیم. این که برنامه‌ساز ما باشد کارمندی نباید رفتار کند و حتماً دغدغه‌مند تحقق اهداف برنامه باشد. متأسفانه باید این عبارت را دوباره تکرار کرد که امروز برنامه‌ها شبیه به هم ساخته می‌شوند و هنوز نقیصه نودی خودشان را به آنتن می‌رسانند. وقتی هم‌جیز در خدمت برنامه باشد و هیچ‌گونه توقف‌زدگی در کار نباشد، هم‌جیز بر اساس مبنا و هدف جلو می‌رود. شاید نقطه عطف برنامه‌های رمضانی اسال را تا اینجا استفاده از مجریان کاملاً تلویزیونی باشد که قدری به هدایت‌های برنامه‌ها کمک کرده است اما هنوز آن مشکل اصلی مجلهای کار کردن و دقیقه ۹۰ طرحی را به آنتن رساندن و همه شبکه‌ها برنامه داشتن را برجاست.

مردم ما نیز آمده دید تازه در برنامه‌سازی‌اند؛ حتماً روشنایی و جامعه‌شناسی را باید در برنامه‌سازی مدنظر قرار دهیم. نگاه خلاقانه اهمیت دارد؛ چه کارهایی کردیم که نباید بکنیم و ضعف‌هایی که وجود دارد را رفع کنیم. کار نوآورانه را در دستور کار قرار ببندند که مردم نیازمند دید تازه‌اند؛ مناسبت‌ها تکرار نشدنی‌اند و باید میان برنامه‌های رمضانی با نوروزی سال‌های قبل با اسال وجه تمایزهایی وجود داشته باشد. این اتفاق در حالی می‌افتد که زاویه نگاه تازه، عمق معنا و رویکرد تازه معنایی با بهره‌مندی از آنمدهای تازه و ساختارهای نو به منصه ظهور می‌رسد. اگر قرار باشد همان مدل قبلی با المان‌های موجود روی آنتن برود در واقع تکرار مکررات گردیدیم. شاید یکی از دلایل فاصله گرفتن برنامه‌سازی تلویزیون از روزهای اوج خودش این نکته باشد که همه اسیر فضای مجازی شده‌اند؛ این گرفتاری امروز برنامه‌سازان و مجریان در ویژه‌های تحویل سال اسال هم به چشم خورد. وقتی تهیه‌کننده‌ای تمام آمال و آرزویش وایرال شدن ویدئوها و انتقادات برنامه‌اش در فضای مجازی است. برنامه‌سازی از یک معضل سطحی‌نگری رنج می‌برد؛ متأسفانه این سطحی‌نگری به برنامه‌سازی مدیریت برنامه‌ها و نظارت بر برنامه‌ها سرایت کرده است.

با احترام به تمام برنامه‌سازان و تلاشگران رسانه‌ملی در این دوران کرونایی، باید تلویزیون هرچه زودتر برای ساخت برنامه‌ها و سریال‌های مناسبتی‌اش خصوصاً در نوروز و رمضان تجدیدنظری داشته باشد. امروز برخی سریال‌ها و برنامه‌ها می‌توانستند نباشند تا برنامه‌ها و سریال‌های دیگر بهتر دیده شوند. اما آمدند و همه مخاطب را سردرگم کردند. دور از هر چشم و هم‌چشمی و رقابت نامناسبی میان شبکه‌ها کیفیت را به کمیت‌های غیرحرفه‌ای ترجیح ندهند.

کوتاه از فرهنگ

برگزاری هجدهمین جشنواره بین‌المللی امام رضا(ع) امسال به صورت ویژه

مدیرعامل بنیاد بین‌المللی فرهنگی هنری امام رضا(ع) گفت: با توجه به شیوع ویروس کرونا جشنواره‌های امام رضا(ع) در استان‌های کشور به صورت ویژه برگزار خواهد شد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر، محمودرضا برازش- مدیرعامل بنیاد بین‌المللی فرهنگی هنری امام رضا(ع) گفت: متأسفانه بیماری کرونا این روزها همه کشورهای دنیا را آلوده کرده و مناسبات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار داده است. وی افزود: کشور ما نیز از این موضوع مستثنا نبوده و بسیاری از فعالیت‌ها و اقدامات دینی، فرهنگی و هنری تحت تأثیر این ویروس، دستخوش تغییر شده‌اند و حرم مطهر امام رضا علیه‌السلام و سایر اماکن مقدس کشور برای زیارت و حضور زائران تعطیل شده است و معلوم نیست عادی‌سازی شرایط چه زمانی محقق شود.

برازش تصریح کرد: در این راستا جلسه هیئت مدیره بنیاد بین‌المللی امام رضا علیه‌السلام ابتدای اردیبهشت امسال به صورت ویژه تشکیل و مقرر شد برنامه شب میلاد امام رضا علیه‌السلام، تقدیر از خادمان داخلی و بین‌المللی فرهنگ رضوی، هجدهمین دوره جشنواره بین‌المللی امام رضا علیه‌السلام و تقدیر از برگزیدگان جشنواره‌های استانی با ملاحظات ویژه و به صورت محدود برگزار شود که مورد موافقت وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز قرار گرفت.

مدیرعامل بنیاد بین‌المللی فرهنگی هنری امام رضا علیه‌السلام افزود: در این راستا امسال برنامه شب میلاد امام رضا علیه‌السلام همانند سال‌های گذشته برگزار نخواهد شد و راهکار دیگری برای این مهم پیش بینی شده است. وی خاطرنشان کرد: اگر تا پیش از میلاد امام رضا علیه‌السلام که ۱۳ تیرماه است شرایط بهداشتی اجازه حضور افراد در یک سالن و برگزاری مراسم را به ما ندهد، با همکاری رسانه ملی و بهره‌گیری از قضای مجازی مراسم جشن شب میلاد و تجلیل از خادمان فرهنگ رضوی و برگزیدگان جشنواره‌های استانی امام رضا علیه‌السلام برگزار خواهد شد. برازش افزود: اگر شرایط بهداشتی بهتر شد و امکان برگزاری مراسم را با رعایت دستورالعمل‌های بهداشتی و فاصله گذاری اجتماعی را داشته باشیم، مراسم شب میلاد به صورت محدود در یکی از سالن‌های شهر مشهد برگزار می‌شود.

مدیرعامل بنیاد بین‌المللی فرهنگی هنری امام رضا علیه‌السلام در ادامه خاطرنشان کرد: برگزاری جشنواره‌های فرهنگی و هنری امام رضا علیه‌السلام در استان‌ها نیز از سال تحت تأثیر شیوع کرونا قرار گرفت و مطابق سنوات گذشته امکان انتشار فراخوان و شروع جشنواره‌ها از اسفند سال گذشته فراهم نشد. وی گفت: در این راستا و پس از دریافت نظرات دبیران جشنواره‌های استانی مقرر شد، مراسم هجدهمین دوره جشنواره بین‌المللی امام رضا علیه‌السلام در استان‌های کشور در نیمه دوم سال ۹۹ و پس از پایان ماه صفر آغاز و تا انتهای سال ادامه یابد که اطلاعات لازم در این خصوص به‌زودی در سایت بنیاد بین‌المللی امام رضا علیه‌السلام منتشر خواهد شد.

برازش تصریح کرد: بنیاد بین‌المللی امام رضا علیه‌السلام طی ماه‌های گذشته علاوه بر پیگیری امور مربوط به برگزاری جشنواره‌های فرهنگی و هنری امام رضا علیه‌السلام تلاش کرده با استفاده از ظرفیت شبکه‌های مجازی برای نشر و گسترش معارف اهل بیت علیهم‌السلام برنامه‌ریزی و فعالیت کرده و از تولید آثار فرهنگی و هنری در این حوزه حمایت کند.

جهان کتاب

ثبت‌نام طرح بهارانه کتاب۹۹ آغاز شد

ثبت‌نام در طرح بهارانه کتاب۹۹ از روز چهارشنبه ۱۰ اردیبهشت آغاز شد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر، ثبت‌نام کتابفروشی‌ها در طرح بهارانه کتاب۱۳۹۹ از روز چهارشنبه ۱۰ اردیبهشت در سامانه اینترنتی این طرح آغاز شد. این طرح بنامست از ۲۰ اردیبهشت تا ۳ خرداد در سراسر کشور به گزار شود.

به این ترتیب کتابفروشی‌های سراسر کشور می‌توانند با مراجعه به سامانه اینترنتی tarh.ketabir نسبت به ثبت‌نام در این طرح اقدام کنند.

کتابفروشی‌های عضو طرح‌های پیشین خانه کتاب، برای تأیید شرکت در طرح بهارانه کتاب۱۳۹۹، نیاز به ثبت‌نام مجدد ندارند و کافی است با مراجعه به پنل کاربری خود، شرایط شرکت در طرح را تأیید و اطلاعات خود را کنترل و ویرایش کنند.

سینمای ایران

«یلدا» در آمریکا و اروپا اکران می‌شود

کمپانی مستقل فیلم مومنت یا در اختیار گرفتن حقوق پخش فیلم «یلدا» در آمریکا آن را در ماه سپتامبر روی پرده می‌برد.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا این کمپانی «یلدا» را از شهریورماه در سینماهای مستقل آمریکا و نیز به شکل آنلاین برای گروهی از سینماداران مستقل آمریکایی و تماشاگرانشان و سپس به شکل دی وی دی پخش می‌کند.

اکران سینمایی یلدا محصول مشترک ایران با چهار کشور اروپایی و نیز لبنان که قرار بود از ۱۷ اردیبهشت در فرانسه آغاز شود از شهریورماه به ترتیب در آلمان، سپس فرانسه، سوئیس، بلژیک، لوکزامبورگ و اسپانیا و بتدریج در سایر کشورهای اروپایی انجام می‌شود.

یلدا پس از کسب جایزه بزرگ داوران جشنواره سانداس آمریکا در ماه ژانویه و نمایش در هفتادمین جشنواره برلین، تا کنون به جشنواره های ژنو، صوفیه، لوکزامبورگ، سیدنی، ملبورن، بلگراد، کارلو وی واری، هلسینکی و پیناگلیو راه یافته که بدلیل شیوع بیماری کووید۱۹ برخی از آنها به تعویق افتاده یا تعطیل شده‌اند.

یلدا در ایران توسط علی مصفا با مشارکت موسسه هنری مستقل بن گاه (مسعود و محمود بخشی) تهیه شده و با بازگشایی سینماها اکران خواهد شد.