



برپایی نمایشگاه غزه ۲۹۰ روز، در موزه فلسطین

موزه هنرهای معاصر فلسطین با همکاری مرکز هنرهای تجسمی حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی، نمایشگاه «غزه ۲۹۰ روز» را از اول مرداد ماه برگزار می‌کند. نسل‌کشی رژیم صهیونیستی در فلسطین، هنرمندان آمریکای لاتین را بر آن داشت تا در انعکاس این جنایات، آثار موثری خلق کنند. نمایشگاه «غزه ۲۹۰ روز» شامل ۴۵ اثر منتخب از آثار کاریکاتور هنرمندان «آمریکای لاتین» از جمله کشورهای ونزوئلا، مکزیک، پرو، کلمبیا، جمهوری دومینیکن، کوبا و برزیل است که در پی جنایات اخیر به نمایش گذاشته می‌شود. علاقه‌مندان برای بازدید از این نمایشگاه می‌توانند از اول تا ۲۴ مرداد به جز پنجشنبه‌ها و روزهای تعطیل به موزه هنرهای معاصر فلسطین مراجعه کنند. امهر



هنرهای تجسمی باید کار شود تا اقتصادش راه بیفتد

محمود سالاری معاون هنری وزیر فرهنگ با اشاره به راهکارهای تقویت هنرهای تجسمی، اظهار کرد: از زمانی که هنر تجسمی از سمت بر طرف کردن نیازهای مردم به سوی تزئینی شدن حرکت کرد، اقتصاد ضربه خورد. وی ادامه داد: ما باید هنرهای تجسمی را به سطح زندگی عامه مردم نزدیک کرده و آن را کارآمد کنیم تا پاسخگوی نیازهای روزمره مردم هم باشد تا اقتصاد آن راه بیفتد. محمود سالاری با اشاره به تفاوت دیدگاه برخی از هنرمندان گفت: برخی از هنرمندان معتقدند زمانی که ما هنر را پاسخگوی نیازهای روزمره مردم می‌کنیم این هنر تنزل پیدا می‌کند و در حد کالاهای مصرفی نازل می‌شود. فارس

حمیدرضا مدقق مدرس علم ارتباطات:

رسانه‌ای که مخاطبش را از دست دهد رو به زوال می‌رود

ایران دستخوش تحول شده است. بیست و دومین جشنواره ملی رسانه‌های ایران ۱۷ مرداد ۱۴۰۳ برگزاریدگان خود را معرفی خواهد کرد. / اصباخبر

منطقی است که بلافاصله به سراغ رسانه‌ای که آن رویداد را پوشش داده برود. در واقع وقتی نیازهای خبری مخاطب از سوی یک رسانه تامین نشود به سمت رسانه‌های دیگر کشیده می‌شود. وی گفت: بدیهی است هر رسانه‌ای با مخاطب خود زنده است. رسانه‌ای که مخاطبش را از دست دهد و مرجعیتی نداشته باشد بالطبع رو به زوال می‌رود. برای هر رسانه‌ای اندوه بار است که دست به تولید و انتشار محتوایی می‌زند که مخاطب آن را نمی‌بیند، نمی‌خواند و نمی‌شنود و اساساً آن را قبول ندارد. این فاجعه‌های بزرگ برای یک رسانه با هر مجموعه رسانه‌ای است. اتفاقی که در این حین می‌افتد این است که مخاطب به سمت رسانه‌هایی که اساساً ایدئولوژی یا رویکرد متفاوتی داشته باشند یا دنبال هدف‌های دیگری باشند می‌رود که قطعاً برای هر مجموعه رسانه‌ای یا در سطح کلان برای هر سیاست‌گذاری امر خوشایندی نیست و بلکه بسیار هم نگران‌کننده است. مدقق گفت: فضای کار رسانه‌ای در جهان و همچنین در ایران در چندسال اخیر متحول شده است. رسانه‌ای که بخواهد فقط خودش را محدود به انتشار کند مثلاً در قالب متن یا صوتی و تصویری کار کند و از دیگر قالب‌ها و بسترها غفلت کند با شکست مواجه است. وی درباره شعار جشنواره بیست و دوم رسانه‌های ایران «افردا خبر بیست» گفت: شعار جشنواره، شعار مناسبی است و متناسب با حال و هوای جشنواره است. این شعار نگاهی به آینده دارد. درباره رویکرد کلی جشنواره که تحول در رسانه است، ما باید واقعیت را بپذیریم و بدانیم که سپهر رسانه‌ای در

حمیدرضا مدقق روزنامه‌نگار، مجری، منتقد سینما و مدرس علم ارتباطات در آستانه برگزاری بیست و دومین جشنواره ملی رسانه‌های ایران گفت: اینگونه نیست که رسانه‌های ما در حالت سنتی باقی مانده باشند، بسیاری از مطبوعات و خبرگزاری‌های ما در فضای مجازی نیز به خوبی فعالیت می‌کنند به عنوان مثال خبرگزاری‌هایی داریم که در کنار انتشار اخبار مکتوب همزمان به صورت صوتی و تصویری خبر را در سایت خود بارگذاری می‌کنند. در شبکه‌های اجتماعی نیز خیلی از خبرگزاری‌ها و مطبوعات ما فعال هستند همانطور که رادیو و تلویزیون ما به عنوان شاخه دیگری از رسانه‌های سنتی هم در فضای مجازی فعال است. وی افزود: خیلی از رسانه‌های ما در برخی شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، توئیتر و... فعال نیستند زیرا این شبکه‌های اجتماعی یا بسترهایی که باید در آنجا فعال باشند به لحاظ قانونی در کشور ممنوع هستند. از همین رو، رسانه‌ای که بخواهد در چارچوب قانون کار کند طبقاً از قانون هم تبعیت می‌کند و وارد آن بسترها نمی‌شود اما اینکه بخواهیم با قاطعیت بگوییم رسانه‌های ما در فضای سنتی ماندند و هیچ کدام پا به عرصه‌های مدرن تر کار خبری نگذاشتند، باید بگوییم که اینگونه نیست. این روزنامه‌نگار درباره دریافت خوراک خبری از سوی مخاطب گفت: وقتی رویدادی اتفاق می‌افتد طبیعی است مخاطبی که علاقه‌مند به آن رویداد و تحولات بعد از آن است بلافاصله به سراغ رسانه‌ای که به آن رویداد پرداخته برود. وقتی متوجه شود رسانه‌ای که انتخاب کرده اخباری از آن رویداد منتشر نکرده بسیار

