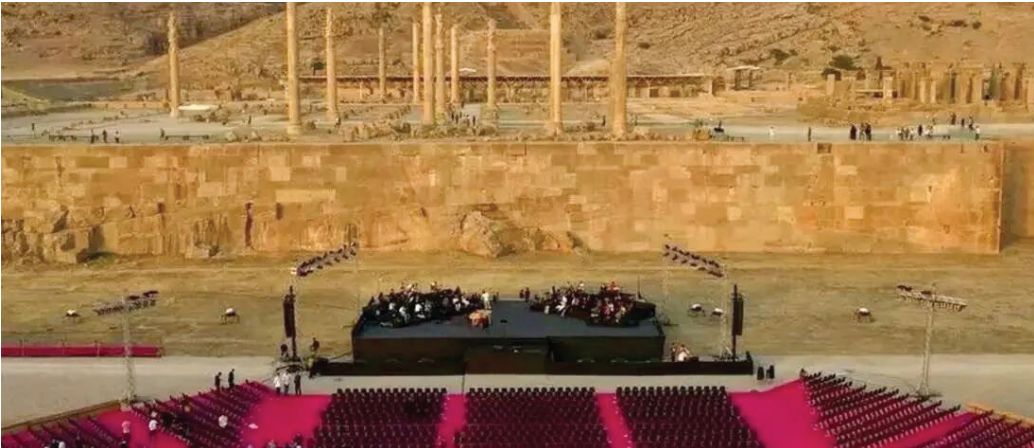


صدمین سال کنسرت ارکستر فیلارمونیک ارمنستان در تخت جمشید برگزار شد

سلام موسیقی به تاریخ



یک قرن نواختن

اگر از تهران حدود ۱۲۰۰ کیلومتر به سمت شمال غرب حرکت کنیم، به ایروان، پایتخت ارمنستان می‌رسیم؛ سرزمینی با کلیساهای باستانی، طبیعت کوهستانی و موسیقی کهن با ریتم‌ها و ترانه‌های آیینی. درست در همین شهر، ارکستر فیلارمونیک ملی ارمنستان (ANPO) نزدیک به یک قرن پیش و در سال ۱۹۲۵ به همت آرشاک آدامیان و آلکساندر اسپندلیاریان بنیان گذاشته شد. از آن زمان تاکنون، این ارکستر به مهم‌ترین مرکز موسیقی ارکسترال ارمنستان تبدیل شده و در کنار ارکستر سمفونیک و اپرا، یکی از سه ستون اصلی موسیقی کلاسیک این کشور به شمار می‌رود. ANPO نه تنها در مرزهای ارمنستان بلکه در صحنه جهانی نیز نامی شناخته شده است. رهبرانی برجسته همچون لوریس چکنکاریان، والری گریگوریف و ادوارد تو پچجیان که از سال ۲۰۰۰ تاکنون هدایت هنری گروه را برعهده دارند، این ارکستر را در مسیر شکوفایی همراهی کرده‌اند. تالار کنسرت آرام خاچاتوریان در ایروان، با معماری شاخص آلکساندر تامانیان و ظرفیت ۱ هزار و ۳۰۰ نفر خانه اصلی این ارکستر است؛ جایی که موسیقی کلاسیک، اپرا، آثار ملی و قطعات معاصر به گوش مخاطبان می‌رسند. در طول نزدیک به صد سال، بسیاری از نام‌های بزرگ موسیقی جهان، از دیوید اوپستراخ و اسو یوتسلا و ریختر

گرفته تا یالاسیدو دومینگو، ژولیا فیشر و پینکاس زوکرمن، روی صحنه با این ارکستر همکاری کرده‌اند. افزون بر این، آهنگسازان بزرگی چون آرام خاچاتوریان و کریستوف پندرتسکی آثار خود را شخصاً با این گروه اجرا کرده‌اند. اما ارکستر فیلارمونیک ملی ارمنستان تنها در ایروان نمانده و در این چند سال تلاش کرده تا خودش را به دنیا معرفی کند. سال‌هاست که همچون سفیر موسیقی این کشور، در تورهای جهانی حاضر می‌شود و مخاطبان تازه‌ای می‌یابد. تورهای گسترده در ژاپن، آمریکا، آلمان، ایتالیا، اسپانیا و حتی ایران، بخشی از کارنامه بین‌المللی این ارکستر است؛ کارنامه‌ای که در سال‌های اخیر با اجراء سالن‌های معتبر برلین، نیویورک و پاریس رنگ تازه‌ای به خود گرفته است.

امروز ANPO با بیش از ۴۰ آلبوم ضبط‌شده و جشنواره بین‌المللی موسیقی ایروان که از سال ۲۰۰۷ هر پاییز برگزار می‌شود، همچنان به‌عنوان یکی از ارکسترهای پر قدرت منطقه شناخته می‌شود. صدادهی دقیق، گروه‌هی پر توان و رهبری موفق تو پچیان باعث شده تا این ارکستر، جایگاهی ویژه در میان منتقدان و علاقه‌مندان به دست آورد. به همین دلیل هم صدمین سالگردش تنها یک جشن موسیقایی نیست؛ بلکه نشانی از پیوند فرهنگ، تاریخ و آینده‌ای است که موسیقی در آن نقش محوری دارد.



مریم فضالی
خبرنگار گروه فرهنگ

در میان خبرهای مربوط به لغو یا تمدید کنسرت‌ها، خبر برگزاری اجرای ارکستر فیلارمونیک ارمنستان در تخت جمشید توجه زیادی برانگیخت. این گروه که امسال صدمین سال فعالیت خود را جشن می‌گیرد، تصمیم دارد کنسرتی ویژه زیر آسمان پرستاره ایران برگزار کند؛ رویدادی که

جشن ۱۰۰ سالگی

شامگاه‌شنبه، تخت جمشید بار دیگر میزبان نوای موسیقی شده؛ این بار با اجرای ۱۰۳ نوازنده و خواننده از ارکستر فیلارمونیک ملی ارمنستان که صدمین سالال فعالیت خود را در قلب تاریخ ایران جشن گرفتند. کاخ باستانی هخامنشیان در حالی صحنه این اجرا بود که یک‌هزار و ۵۰۰ تماشاگر ایرانی و خارجی در میان ستون‌های سنگی، موسیقی رازیر آسمان ایران شنیدند. این انتخاب نمادین، تنها یک برنامه هنری نبود؛ بلکه پیامی روشن از پیوند فرهنگ‌ها و نقش موسیقی به‌عنوان زبان مشترک ملت‌ها داشت. در این مراسم، بسیاری از مقامات فرهنگی و دیپلماتیک حضور داشتند؛ از جمله ژانآ آندریاسیان، وزیر آموزش، دانش، فرهنگ و ورزش ارمنستان همراه با ۳۲ نفر هیئت همراه، همچنین ۴۳ سفیر و دیپلمات از ۲۳ کشور جهان و جمعی از هنرمندان و مسولان فرهنگی ایران. حضور گسترده هیئت‌های خارجی از اروپا، آسیا و آفریقا به این رویداد رنگ و بویی جهانی بخشید. سفرا و نمایندگان از کشورهای برزیل، مکزیک، کنیا، دانمارک، صربستان، ایتالیا، هند، کره جنوبی، آلمان، سوئد، سریلانکا، نیجریه، ازبکستان، فیلیپین و چند کشور دیگر نیز پیش از اجرا از حافظیه، سعدیه و باغ دلگشا بازدید کردند. همچنین دو نماینده سازمان یونسکو و چندین گروه رسانه‌ای خارجی در این مراسم حاضر بودند و پوشش خبری آن را بر عهده داشتند تا تصویر تخت جمشید و این جشن موسیقایی

شروع از مرزهای کوچک به سمت مرزهای بزرگ

اجرای ارکستر فیلارمونیک ارمنستان در تخت جمشید، تجربه‌ای نادر و تاریخی رقم می‌زند که نه تنها موسیقی دوستان ایرانی و خارجی را گردهم می‌آورد، بلکه نشان داد هنر و فرهنگ می‌توانند مرزهای جغرافیایی را پشت سر بگذارند. این رویداد، فرصتی فراهم کرد تا بسار دیگر ایران با جهان پیوندی دوباره و تازه برقرار کند و راه را برای تعاملات فرهنگی گسترده‌تر و پایدار هموار سازد. سرپرست اداره کل

علاقه‌مندان بسیاری را از کشورهای مختلف به خرید بلیت و سفر به ایران ترغیب کرده است.

البته این نخستین اجرای موسیقی در تخت جمشید نیست. سال گذشته، کنسرت‌های علیرضا قربانی آغازگر این مسیر بودند و تجربه موفق آن باعث شد، نگاه تازه‌ای به برگزاری رویدادهای هنری در محوطه‌های تاریخی شکل بگیرد و همکاری‌های مشترکی میان وزارت گردشگری و وزارت فرهنگ و ارشاد آغاز شود.

در قاب رسانه‌های جهان ثبت شود.

مهدی پارسایی، سرپرست معاونت هماهنگی امور گردشگری استانداری فارس، این اجرا را «رویدادی نادر» و «صفحه‌ای تازه در دیپلماسی فرهنگی ایران» توصیف کرد و گفت: «تخت جمشید می‌تواند میزبان هنرنمایی ملت‌های مختلف باشد و چنین رویدادهایی نقشی مهم در تقویت پیوندهای تاریخی و انسانی میان کشورها دارند.»

همچنین محسن ضیایی، سرپرست اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی فارس، بر اهمیت برگزاری این کنسرت در شرایط خاص منطقه‌ای تأکید کرد و آن را «آغازگر مروادات فرهنگی تازه میان ایران و ارمنستان» دانست. او گفت: «حضور بیش از ۲۰ هیئت خارجی در تخت جمشید پیام‌های مثبتی برای آینده تعاملات فرهنگی ایران دارد.» اجرای فیلارمونیک ارمنستان در تخت جمشید، نه تنها نقطه اوج جشن صدسالگی این ارکستر، بلکه نمادی از هم‌نشینی تاریخ و هنر بود؛ لحظه‌ای که گذشته باشکوه هخامنشیان با موسیقی زنده امروز پیوند خورد و تجربه‌ای یگانه برای ایران و جهان رقم زد. البته شیراز مقصد پایانی این گروه موسیقی نیست؛ چراکه از همان ابتدا قرار بود ارکستر فیلارمونیک ارمنستان دو اجرای مهم در ایران داشته باشد؛ نخست در تخت جمشید و سپس در تهران.

میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان فارس با اشاره به دیدار استاندار با سفیر ارمنستان و همچنین دیدار وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایران با مقامات فرهنگی این کشور، تأکید کرد که همکاری‌های فرهنگی دو کشور در امرن مختلف ایران و ارمنستان ادامه خواهد یافت و برگزاری صدمین سالگرد ارکستر فیلارمونیک در تخت جمشید، نقطه آغاز این مسیر است.

میراث جورجو آرمانی چه شوم چه مثبت فعلاً کار می‌کند

اسطورهٔ آرمان مصرف‌گرایی

تن می‌زنند. آرمانی خیلی زود بدل شد به بخشی از سبد مصرف خانواده‌های طبقه متوسط آمریکایی و اروپایی و خانواده‌های طبقه متوسط مرفح در آسیا و شمال آفریقا. تحلیلگران حوزه مد می‌گویند برگ برنده مرد بد اخلاق ایتالیایی، همین وارد کردن لوکس‌پوشی به زندگی طبقه متوسطی‌ها بود. از بازه ۲۰۰۰ تا همین امروز، هر سال آرمانی کالا هایی را معرفی می‌کند که به قول گاردین لباس جهان با آن تعیین می‌شود.

آن زمان که چینی‌ها بازار را گرفتند ایتالیایی بمان!

با تمام این احوالات باز هم از سال ۲۰۲۱ امپراتوری آرمانی رو به سقوط رفته. عجیب است اما مردم کمتر آرمانی می‌پوشند و در سال ۲۰۲۴، سود اصلی این شرکت ۲۴ درصد کاهش و فروش آن ۵ درصد افت داشته است. از طرفی رسانه‌های ایتالیایی می‌گویند، آرمانی برند فرسوده‌ای شده و حالا با آمدن وراثت کارش پیچیده‌تر هم می‌شود. آرمانی برای سادهمسازی و تقویت هویت برند خود، زیربرندهایی مانند Armani Collezioni را حذف کرده و آن‌ها را در خطوط اصلی مانند Emporio Armani ادغام کرده است.

این برند در سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری‌های خود را دو برابر کرده و بخش قابل توجهی از این سرمایه را صرف بازسازی و فروشگاه‌های اصلی خود و مدیریت داخلی عملیات تجارت الکترونیک کرده است. این رویکرد به جای تمرکز بر رشد سریع، بر تقویت زیرساخت و تجربه مشتری در بلندمدت متمرکز است، در حالی که سایر تولیدکنندگان لباس در آمریکا و آسیا، خیلی سریع‌تر از آرمانی فعالیت می‌کنند و در آفرینش و خلاقیت گوی رقابت را از آمریکایی برده‌اند. با این حال، هنوز همان تکنیک کلاسیک پوشی کار می‌کند و به نظر می‌رسد آرمانی شاید کوچ شود اما ورشکسته خیر!

حالا آرمانی دوشنبه می‌دود زیر هزار مَن خاک، اوصحنه را ایتالیایی شروع کرد و بازی را با آمریکایی‌ها ادامه داد. او می‌زانی را به جا گذاشت که فرهنگ

لاکچری را وارد زیست طبقه متوسط کرد و از لباس تا عطر و ادکلن و باقی چیزها را به واسطه هالیوود و هوشش در بازاریابی به دست آورد. مردی که وقتی دید در سریال «امیلی در پاریس» نویسنده سریال سعی کرده، شخصیتی را برگرفته از او (به عنوان شخصیت خاکستری ماجرا) بسازد، رفت و اسپانسر

افتتاحیه فصل چهارم این سریال شد تا هیچ فرصتی را برای استفاده از چهره‌ها از دست ندهد. حالا بالا این سؤال بالای سر تابوت آرمانی بین وراثت می‌چرخد:

«آیا امپراتوری این متجمل زاهد فرو می‌ریزد؟»

جوان آمریکا، مسئله اصلی اش راحتی باشد، نه چیز دیگر. برای این سبک زندگی حتی می‌شود کروات را هم قربانی کرد.

شما همان چیزی را می‌پوشید که ماتن می‌زنیم!

جورجو آرمانی در دهه هشتاد لباس‌های بازیگران فیلم‌های «ژوگولی آمریکایی» و کت و شلوار اداری ریحاردی گی‌ری، لباس کوین کاستنر و رابرت دنیرو در «تسخیرنایذیران»، مایکل پاری در «خیابان‌های آتشین» و جینفر کانلی در «پدیده‌ها» را تأمین کرد. آرمانی خیلی زود نامش بین استودیوهای هالیوودی چرخید و تا سال ۲۰۰۰ آتقدر در هالیوود تبلیغ کرد تا در نهایت به عنوان تأثیرگذارترین چهره ایتالیا در صنعت نوین مد انتخاب شد. ترکیب پیراهن و شلوار، تی شرت‌های یقه گرد با شلوار پارچه‌ای، استفاده حداقلی از کت یا بهرہ بردن از کت و شلوار آزاد، باعث شدند آرمانی بدل‌شود به برندی محبوب که می‌توانست بخشی مهمی از قشر جوان را جذب خود کند. آرمانی در «Goodfellas» ساخته اسکورسیزی تمام کت و شلوار‌ها را تأمین کرد و در همین زمان رابطه‌اش با اسکورسیزی بیشتر و بیشتر شد، تا جایی که اسکورسیزی از گرت و شلوار می‌خواست نمی‌توانست انتخابی به جز هم‌ریشه خود جورجو آرمانی داشته باشد. آرمانی از یک موضوع دیگر هم سود برد و آن هم محبوبیت ایتالیایی‌ها در سینمای دهه ۸۰ و ۹۰ میلادی در آمریکا بود، جذابیت کاراکترهای ایتالیایی در هالیوود باعث شد راه‌برای امثال آرمانی در آمریکا باز شود و خیلی زود تمام بازارهای مد و فشن در آمریکا را بگیرند. با این حال هنوز یک هدف دیگر بود که آرمانی باید به آن می‌رسید و آن هم بازار جهان است.

آرمانسی با ورود به آمریکا، راه ورود به بازار مصرف‌گرایی را یاد گرفت. او هر میزان بازیگرهای بیشتری را وارد جریان بازاریابی خود می‌کرد، حجم بالاتری از پائین‌کشی‌دند، نسل جدیدی می‌خواست ساختار شکن باشد و این شکست ساختار باید «تمام» زندگی را در بر می‌گرفت. وجه تمایز آرمانی هم دقیقاً همین فهمیدن نبض بازار بود. او فهمید برای آنکه فروش جهانی داشته باشد باید برود سراغ مهد فرهنگ پاپ. برای همین سال ۱۹۸۰ برندش را رسماً به آمریکا و هالیوود برد. آرمانی از سال ۱۹۸۱ فهمید نبض جامعه در طبقه متوسط می‌زند و تولیداتش را ارزان کرد. نه آنقدری که بشود مثل تولیدکنندگان انبوه آمریکایی، نه آنقدری گران که یک جوان طبقه متوسطی در آمریکا نتواند یک ست آرمانی را برای تولدش هدیه بگیرد. آرمانی فهمید لزوماً نباید تن مدل‌هایش کت و شلوار تن کند و می‌تواند استایل جدیدی بسازد، استایلی که مثل خطوط قرمز جامعه

این میراث چه بود و چرا پس از مرگ آرمانی نیمی از هالیوود، ملونی (نخست وزیر ایتالیا)، تمام سرمایه‌داران ایتالیا، فرانسه و آمریکا پیام تسلیت فرستادند؟

عمو جورجو به سلامت باد!

«مرد گوشه‌گیر»، «خشمگین»، «مرد حساس»، «مرد اول مد نوین» و «اهل تجمل زاهدانه» این تنها گوشه‌ای از توصیفات است که افراد مشهور درباره جورجو آرمانی به زبان آوردند. با این همه در میان تملق‌های ایتالیایی و کلمات قصار؛ یک جمله از همه بهتر آرمانی را به ما می‌شناساند، جمله‌ای از کارلو کاپاسا، رئیس اتاق ملی مد ایتالیا: «جورجو آرمانی مد معاصر را شکل داد، مرزهای آن را از نو تعریف کرد و مفهومی از سبک زندگی را خلق کرد که در سراسر جهان شناخته شده و مورد تحسین قرار گرفته است و همچنین «ساخت ایتالیا» را مترادف با تعالی قرار داد.» این جمله از حرف‌های کاپاسا در باقی پیام‌های تسلیت هم خودش را نشان می‌دهد: «اروش جدیدی برای لباس پوشیدن ما ابداع کرد»، «جورجو آرمانی یکی از معماران بزرگ مد مدرن بود»، «شیوه لباس پوشیدن یک نسل کامل را متحول کرد». تمام این جملات نتیجه‌اش می‌شود یک کلمه؛ او پدر مد معاصر بود. پدری که هر خانواده طبقه متوسطی در اروپا و آمریکا خودشان را ملزم می‌دانستند، یکی از دستاوردهایش را در کمد لباس‌ها آن‌را یازان کنند تا معلوم شود آن‌ها هم می‌توانند آرمانی بپوشند. آرمانی در آغاز کارش یک طراح مد متوسط در شرکت‌های ایتالیایی بود اما رفته‌رفته برند خودش را تأسیس کرد، درست در زمانی که بحران‌های مالی دهه هفتاد میلادی جهان را خفه می‌کرد. از طرفی زمان زمان فرهنگ پاپ بود مردم دیگر نمی‌خواستند از استانداردهای زیبایی مرسوم پیروی کنند، از طرفی موج دهه شصت میلادی شکسته بود و افراطی‌هایی که علیه گذشته بر آمده بودند، فیتله را پائین کشیدند. نسل جدیدی می‌خواست ساختار شکن باشد و این شکست ساختار باید «تمام» زندگی را در بر می‌گرفت. وجه تمایز آرمانی هم دقیقاً همین فهمیدن نبض بازار بود. او فهمید برای آنکه فروش جهانی داشته باشد باید برود سراغ مهد فرهنگ پاپ. برای همین سال ۱۹۸۰ برندش را رسماً به آمریکا و هالیوود برد. آرمانی از سال ۱۹۸۱ فهمید نبض جامعه در طبقه متوسط می‌زند و تولیداتش را ارزان کرد. نه آنقدری که بشود مثل تولیدکنندگان انبوه آمریکایی، نه آنقدری گران که یک جوان طبقه متوسطی در آمریکا نتواند یک ست آرمانی را برای تولدش هدیه بگیرد. آرمانی فهمید لزوماً نباید تن مدل‌هایش کت و شلوار تن کند و می‌تواند استایل جدیدی بسازد، استایلی که مثل خطوط قرمز جامعه



محمد حسین سلطانی
خبرنگار گروه فرهنگ

کنار تابوئش دو نفر پیج می‌کنند: «چوبش بلوطه؟» «بلوط؟! عقلتو از دست دادی؟ حتماً ماهونه!» جمعیت حاضر در سالن ناخودآگاه شروع می‌کنند به شمردن تعداد شمع‌های در سالن. ۱۰۱...۱۰۲...۱۰۳... شمع‌ها تمامی ندارد اما سالن «تاتار آرمانی» را این چند هزار شمع روشن نکرده، نوری که از سقف سالن می‌تابد، طوری تنظیم شده که مستقیم و متمرکز باشد روی تابوت. یک دسته گل رز سفید ایتالیایی را در دست کنار خطوط ایتالیک و کنده‌کاری شده روی این جعبه چوبی ۲ متری قرار دادند، همان‌جا که نوشته شده: «جورجو آرمانی». عکس‌هایی که خبرگزاری فرانسه، العربیه، روزنامه‌های محلی ایتالیا منتشر کرده‌اند نشان می‌دهد حوالی بعدازظهر جمعه در خیابان وی‌ا پرگوئینونه در میلان جای سوزن انداختن نبوده. همان جایی که امپراتوری آرمانی از آن نقطه برای آنچه مردم ژاپن تا آمریکا می‌پوشند تصمیم‌گیری می‌کرد. حالا روی دیوار این عمارت عکس‌های پیرمردی ۹۱ ساله‌ای چسبانه شده که در روزهای آخر عمر، بوتاکس‌هایش ریخته بود و دیگر آن گونه برآمده و صورت سرحال را نداشت.

اطرافیانش می‌گفتند اخلاقش بدتر از قبل شد. این را حتی در عکس‌های خانوادگی که آرمانی‌ها این اواخر گرفتند قابل تماشاست. وقتی تمام اعضای خانواده جمع شدند تا عکس یادگاری بگیرند تنها کسی که نمی‌خندید عمو جورجو بود. وارثان با خودشان می‌گفتند: چه زمانی قرار است پیر مرد ایتالیایی بی‌خیال زنده بودن شود.

جورجو آرمانی هیچ فرزندی نداشت. روزهای آخر عمرش تنها بود، درست مثل تمام عمرش. او از بازار سهام تنفر داشت برای همین برند آرمانی را به بورس جهانی عرضه نکرد. احساسش نسبت به باقی سرمایه‌دارهای ایتالیایی و فرانسوی هم همین‌طور بود. خانواده آتیلی چندین بار به او پیشنهاد مشارکت دادند اما مرد مغرور ایتالیایی هیچ وقت نپذیرفت. ۱۰ سال قبل همان موقعی که بالاخره قبول کرد پیر شده، بنیاد آرمانی را راه انداخت. خبرنگار کوریوہ دلا سرافت و از او پرسید: «شما که به تنهایی خوب بودید چرا بنیاد آرمانی را به راه انداختید؟» جورجو مکشی کرد و پایی روی پا انداخت و جواب داد: «برای آنکه ورثه و میلیاردرها به جان هم نفتند.» او بنیادی به راه انداخت و قوانینی برایش گذاشت که حتی پس از مرگش هم میراث آرمانی از دستان آتیلی‌ها، پراداها و باقی اعیان‌شین‌های میلان، رم، سیسیل، پاریس و نیویورک دور بماند، اما

فرهنگیان

فرهنگ



یکشنبه ۱۶ شهریور ۱۴۰۴



شماره ۴۵۰۰



FARHIKHTEGANDAILY.COM



FARHIKHTEGANONLINE

