

از ارمغان دریا تا سفالینه‌ای یگانه در دنیا

صنعت اسباب بازی نداریم

فرصتی برای صادرات صنایع دستی

پوشاک ملی نشان دار می شود

بفرمایید «راتاتویی» دست پخت موش سرآشپز



مدیر مسئول: علی عسگری

شورای سردبیری: سید امیرحسین دهقانی، ایمان شمسایی، بهزاد شهبازی

دبیر تحریریه: زهره نیلی

همکاران این شماره: رویا دیانت، مازیار معتمدی، زهره نیلی

مدیر هنری: بهمن وخشور

شماره تماس: ۸۸۰۹۵۰۰

پست الکترونیک: culture@mehregan.com

آدرس: ایران، تهران، خیابان استاد نجات‌الهی، کوچه بیمه، پلاک ۱۸

علاقمندان می‌توانند مقالات و مطالب خود را برای مجله صنایع فرهنگی مهر ارسال کنند.

اسباب بازی و بازی رایانه‌ای



- ۴ بازار بازی های رایانه ای در رکود کامل
- ۷ صنعت اسباب بازی نداریم
- ۸ ورود «دارا و سارا» به دنیای بازی های رایانه ای
- ۱۰ دستاورد «پیوست فرهنگی» نمایشگاه کتاب چه بود؟

صنایع دستی



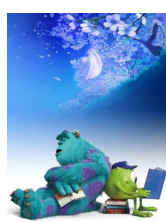
- ۱۲ جلوی قاچاق را بگیرد تا ایران به قطب صنایع دستی تبدیل شود
- ۱۵ از ارمغان دریا تا سفالینه ای یگانه در دنیا
- ۱۸ فرصتی برای صادرات صنایع دستی
- ۱۹ هیچ نظارتی بر تولید و فروش وجود ندارد

مد و لباس



- ۲۲ پوشاک ملی نشان دار می شود
- ۲۳ جزئیات نخستین جشنواره مد و لباس دانشجویی
- ۲۳ می توان به سلیقه مخاطبان جهت داد

پویانمایی



- ۲۹ پای باب اسفنجی و دوستان به زمین باز شد
- ۳۲ به جای بوقلمون پیتزای سبزیجات بخورید
- ۳۶ درس زندگی در دنیای غول های شاخ دار
- ۳۹ بفرمایید «راتاتویی» دست پخت موش سرآشپز

مقالات



- ۴۸ نقش مدیریت استراتژیک در توسعه صنایع فرهنگی

صنعت فرهنگی و اهمیت آن

صنعت فرهنگی، گونه‌ای از صنعت است که به خلق ایده، تولید و توزیع محصولاتی می‌پردازد که ماهیت فرهنگی دارند. سینما، تئاتر، موسیقی، هنرهای تجسمی، موسیقی، اسباب بازی و بازی‌های رایانه‌ای، صنایع دستی و مد و لباس در شمار صنایع فرهنگی به شمار می‌روند.

متأسفانه ایران، جایگاه چندان قابل قبولی در آمار سالانه یونسکو در حوزه صنایع فرهنگی ندارد به همین خاطر ضروری است که متولیان فرهنگی تدابیر لازم برای توسعه این گونه از صنایع را در نظر بگیرند و از آنچه صنایع فرهنگی نامیده می‌شود پشتیبانی کنند و گرنه طرح فرش کاشان و خاتم اصفهان را چینی‌ها کپی می‌کنند و آب از آب تکان نمی‌خورد.

اسباب بازی و بازی رایانه‌ای

آن روزها، خبری از ماهواره، اینترنت و بازی‌های رایانه‌ای نبود. مادران هم ناچار نبودند از صبح تا شب کار کنند، زحمت بکشند و خسته و بی‌رمق به خانه برگردند و دیگر توان قصه گفتن و لالایی خواندن برای بچه‌هایشان را نداشته باشند.

آن روزها، بچه‌ها بیشتر وقت خود را به بازی‌های رایانه‌ای اختصاص نمی‌دادند و هیچ چیز رقیب لالایی‌های مادر و قصه‌های مادر بزرگ نبود. اما امروز همه چیز تغییر کرده و بازی‌های رایانه‌ای در تمام دنیا، طرفداران بسیار دارند و ما بهتر است به جای آن که بر این واقعیت چشم بندیم به تولید بازی‌هایی بپردازیم که با فرهنگ و پیشینه فرهنگی ما هماهنگ است.

مجله صنایع فرهنگی در این شماره به ارائه گزارشی از رکود بازار برزای بازی‌های داخلی، نبود قانون کی‌رایت و مشکلات حاصل از آن، رقابت نابرابر بازی‌های داخلی و خارجی و همچنین معرفی دو بازی «حفاری بی‌نهایت» و «ملک محمد» پرداخته است.

بخش دیگری را هم به ساخت عروسک‌هایی هماهنگ با فرهنگ ایرانی اختصاص داده که در این قسمت به‌طور ویژه به عروسک‌های «دارا و سارا» اشاره شده است. اما نمایشگاهی با عنوان «نمایشگاه پیوست فرهنگی» همزمان با نمایشگاه کتاب تهران برگزار شد که چندان در جذب مخاطب، موفق نبود و بیشتر به ارائه اسباب‌بازی‌های چینی روی آورده بود. در این شماره به نمایشگاه پیوست فرهنگی نیز توجه شده است.



بازار بازی‌های رایانه‌ای در رکود کامل

امروز بازی‌های رایانه‌ای در سراسر جهان، طرفداران بسیار دارد و تعداد زیادی از کاربران، وقت زیادی را به این گونه بازی‌ها اختصاص می‌دهند. بچه‌ها هم در شمار این کاربران هستند تا آنجا که یکی از نگرانی‌های خانواده‌ها و کارشناسان کودک و نوجوان، همین مساله است چون معتقدند بچه‌ها تنبل و انزواطلب می‌شوند و دیگر سراغ کتاب و دوستی با یکدیگر نمی‌روند.



است که پدر و مادها، حتی خود بچه‌ها حاضر نیستند به جای یک بازی باکیفیت و خوب خارجی، بازی ایرانی بخرند و رفع این مشکل، وجود یک سیاست کلان و پیگیری‌های بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای را می‌طلبد.

رضا رفیعی اما ریشه این مشکل را در جای دیگری جست‌وجو می‌کند و معتقد است: در کشور ما، بازی رایانه‌ای یک کالای مصرفی است، بچه از مدرسه برمی‌گردد ۱۰ هزار تومان می‌دهد و ۵ بازی می‌خرد اما خارجی‌ها باید ۴۰ دلار هزینه کنند پس از چند ماه پیش برای خرید یک بازی سرمایه‌گذاری می‌کنند.

|| سازوکار قانونی برای گرفتن عوارض از بازی‌های خارجی وجود ندارد

اما حسن کریمی قدوسی، قائم مقام بنیاد بازی‌های رایانه‌ای نیز همسو با بازی‌سازهای رایانه‌ای است و فکر می‌کند بازی‌سازان داخلی توان رقابت با بازی‌های خارجی را ندارند. به گفته او، بازی‌سازان و تولیدکنندگان داخلی، به‌خاطر نبود کپی‌رایت و ورود بازی‌های خارجی با کیفیت و با قیمت ارزان، قابلیت رقابت با خارجی‌ها را ندارند و این بزرگ‌ترین مشکل بازی‌سازان داخلی است.

قائم مقام بنیاد بازی‌های رایانه‌ای به این که ما سازوکار قانونی برای گرفتن عوارض از بازی‌های خارجی نداریم اشاره و بیان می‌کند: ما نمی‌توانیم این بازی‌ها را گران کنیم، واقعیت این است که بازی‌های ایرانی به لحاظ ساختاری نمی‌توانند با نمونه‌های خارجی رقابت کنند و ما قانون کپی‌رایت را به رسمیت نشناخته‌ایم. از این رو مشکلات ما در زمینه بازی‌های داخلی، به این زودی برطرف نمی‌شود.

دستگاه‌های

دولتی بزرگ‌ترین

نقض‌کننده

کپی‌رایت هستند

و هیچ خط مشی

مشخصی برای

رعایت حقوق مولف

وجود ندارد |

به گفته کریمی قدوسی، همان‌طور که پرده‌های سینما را در اختیار فیلم‌های خارجی نمی‌گذاریم باید از بازی‌های داخلی نیز حمایت کنیم؛ چون این بازی‌ها از بیرون مرزها وارد کشور نمی‌شوند که داخل کشور دانه‌لود و کپی می‌شوند و به قیمت ارزان و با کیفیت بالا در اختیار مخاطبان قرار می‌گیرند.

قائم مقام بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای به این که قوانین گزنده‌ای برای تطهیر بازار از بازی‌های غیرمجاز و حتی مستهجن وجود

بازی‌ها به راحتی شکسته و یک هولوگرام بر آن چسبانده می‌شود ما از نظر اقتصادی هم شکست می‌خوریم. رضا رفیعی یکی دیگر از بازی‌سازان رایانه‌ای نیز به مشکلات متعددی که برای بازی‌سازان رایانه‌ای وجود دارد اشاره و بیان می‌کند: کپی‌رایت یکی از مشکلات ما بازی‌سازهاست که ما دانه‌لود غیرمجاز فرق دارد. به این معنی که حتی اگر دولت و مجلس، قانون کپی‌رایت را بپذیرند و ایران به کنوانسیون برن بپیوندد تا زمانی که فرهنگ‌سازی نشود و مردم نپذیرند که نباید به طور غیرمجاز دانه‌لود کنند و به حق و حقوق دیگران احترام بگذارند هیچ فایده‌ای ندارد.

|| راه نفس کشیدن بر تولیدات داخلی بسته شده است

حسین احمدی، یکی دیگر از بازی‌سازان رایانه‌ای است. او به شرایط وخیم بازی‌سازی کامپیوتری در ایران اشاره می‌کند و ورود بازی‌های خارجی را مهم‌ترین مشکل بازی‌سازان می‌داند و می‌گوید: نگرانی امروز ما تولید بازی خوب و با کیفیت نیست؛ نگرانی عمده ما این است که بازاری برای بازی‌های ایرانی وجود ندارد و خانواده‌ها رغبتی به خرید تولیدات داخلی نشان نمی‌دهند. به گفته سازنده بازی «سرعت‌شکنان» یکی از راه‌های درمان افزایش قیمت بازی‌های خارجی است چرا که قیمت واقعی این بازی‌ها، ۵۹.۹ دلار است که در ایران ۱۰۰۰ تومان فروخته می‌شود. معلوم

بازی‌های رایانه‌ای را فراموش و محصولی که تولید می‌کنند، آن قدر بی‌کیفیت است که کاربر ایرانی با آن ارتباط برقرار نمی‌کند.

وی ادامه داد: برای مثال کشورهایی که طلایه‌دار بازی رایانه‌ای هستند بازی‌هایی تولید می‌کنند که در درجه نخست جنبه سرگرم‌کننده دارد؛ به این معنی که بچه‌ها، سربازان آمریکایی هستند که آدم‌های بد داستان را می‌کشند و نابود می‌کنند و از انجام بازی لذت می‌برند و بعد به این نتیجه می‌رسند که ای دل غافل، پیام بازی حمایت از اسرائیل یا هر چیز دیگری بوده است اما ما همان ابتدای بازی، با پیام مستقیم خود، مخاطب را از خود دور می‌کنیم. چون کاربر ما از بازی لذت نبرده و به آن اعتماد نکرده است.

|| دولت، بزرگ‌ترین نقض‌کننده کپی‌رایت است

مهدی اصل معتقد است: دستگاه‌های دولتی بزرگ‌ترین نقض‌کننده کپی‌رایت هستند و هیچ خط‌مشی مشخصی برای رعایت حقوق مولف وجود ندارد. نه یارانه می‌دهند و نه کنترلی بر بازار دارند. وی می‌افزاید: ما تولیدکنندگان داخلی در حال مبارزه‌ای نابرابر و بی‌منطق با محصولات خارجی هستیم. بازی‌هایی که با کیفیت بالا و قیمت پایین در دسترس مخاطب قرار می‌گیرند و از همان ابتدای کار ما را کیش و مات می‌کنند چون توان رقابت با این کارها، به لحاظ کیفی در ما نیست از سوی دیگر وقتی قفل این

اما این اقبال بیشتر متوجه بازی‌سازان و بازی‌های خارجی است؛ نه به این خاطر که بازی‌های داخلی بی‌کیفیت است؛ شاید به این دلیل که نظارتی بر بازی‌های خارجی و ورود آن و قیمت‌گذاری بر آن وجود ندارد.

به این بهانه به گفت‌وگو با بازی‌سازان پرداخته تا از مشکلات ریز و درشت آنان باخبر شود. عدم نظارت بر ورود بازی‌های خارجی، یکی از مشکلات بازی‌سازهای داخلی است. نبود قانون کپی‌رایت و توزیع نامناسب یا به عبارتی نبود بازار برای بازی‌های تولید شده از دیگر مسائلی است که بازی‌سازان با آن دست و پنجه نرم می‌کنند.

|| بازی رایانه‌ای، در درجه نخست، باید سرگرم‌کننده باشد

حسن مهدی اصل، در پاسخ به این که بازی‌های رایانه‌ای چه تاثیری بر سبک و سیاق زندگی کودکان و نوجوانان دارند؟ می‌گوید: بی‌شک بازی‌های رایانه‌ای بر ذهن و روان مخاطبان خود تاثیر می‌گذارد و ما از طریق این بازی‌ها می‌توانیم سبک و روش زندگی ایرانی-اسلامی خود و بسیاری مفاهیم دیگر را به بچه‌ها آموزش دهیم اما واقعیت این که به قدری انتقال مفاهیم در بازی‌های ما، رو و مستقیم است که مخاطبان با آن ارتباط برقرار نمی‌کنند. به گفته مدیر شرکت نرم‌افزاری سورنا پردازش آریا، بازی در درجه نخست باید سرگرم‌کننده باشد؛ اما گاه سفارش دهندگان و بازی‌سازان، هدف اصلی از ساخت

به ضرورت حمایت‌های دولتی از بازی‌های رایانه‌ای اشاره و بیان می‌کند: ماجرا این است که ما چیزی به عنوان صنعت گیم نداریم. هستند بازی‌سازانی که خوب و خلاقه رفتار می‌کنند اما هنوز بازی‌های رایانه‌ای در کشور ما به صنعت تبدیل نشده است و برای رسیدن به این جایگاه نیازمند حمایت‌های مالی و معنوی دولت هستیم البته این پشتیبانی به معنای دخالت دولت در تصمیم‌گیری‌ها نیست.

رفیعی با اشاره به این که در کشور ما صنعت گیم وجود ندارد گفت: زمانی صنعت گیم معنا پیدا می‌کند که بازی‌های داخلی، درآمدزا باشند و چرخه خود را کامل کنند. لازمه رسیدن به این مرحله این است که یارانه‌های دولتی برداشته شود و تولیدکنندگان بتوانند به‌طور مستقل فعالیت کنند.

|| مخاطب خود را بشناسیم

خوب است که درمانی برای بازی‌سازان رایانه‌ای در نظر گرفته شود. بیمه، یکی از مشکلات این گروه ارز افراد جامعه است. همچنین ضرورت وجود فروشگاه‌هایی که به‌طور تخصصی به بازی‌های رایانه‌ای بپردازند با فروشندگانی که بازی‌ها را می‌شناسند و می‌توانند خریداران را راهنمایی کنند، ضروری به نظر می‌رسد.

توجه به بازار داخلی یکی دیگر از مواردی است که باید به آن پرداخته شود. اگر بازی «گرساسب» ساخته می‌شود و فروش بالایی دارد، به خاطر این است که ایرانی‌ها علاقه دارند درباره فرهنگ و تاریخ سرزمین خود بدانند. اما یک غیرایرانی، علاقه چندانی به شناخت «گرساسب» و خرید این بازی ندارد.

دانستن تفاوت‌های بازار ایران و خارج از ایران یکی دیگر از مواردی است که شناخت آن، ضروری به نظر می‌رسد. چرا که شناخت بازار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و مخاطب، یک وجه اصلی است که تولیدکنندگان باید به آن توجه کنند. شناخت مخاطب و شناخت بازار به آنها امکان تولید بازی‌های بهتر را می‌دهد.



ایرانی حمایت کنیم. به گفته قائم مقام بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، قوانین گزنده‌ای برای تطهیر بازار از بازی‌های غیرمجاز و حتی مستهجن وجود ندارد. باید مصوبات جدی چه از سوی هیات دولت چه از سوی مجلس به عنوان قانونگذاران اصلی وجود داشته باشد تا وقتی جرایم معلوم نشود، هیچ چیز به سامان نمی‌شود و ما نمی‌توانیم فروشگاه‌های تهران را از بازی‌های غیرمجاز پاک کنیم.

|| بنیاد ملی بازی‌ها نباید برای بازی‌سازها تعیین تکلیف کند

رضا رفیعی، خصوصی سازی را یکی از راه‌های کم‌ریز کردن مشکلات بازی‌سازان رایانه‌ای می‌داند و می‌گوید: قرار بود، انجمن صنفی بازی‌سازان رایانه‌ای تشکیل شد. بعد، دوستان هیئت موسس از پیوستن این انجمن به اتحادیه نرم‌افزار و انفورماتیک خبر دادند. در هر حال من فکر می‌کنم، برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها باید برعهده بخش خصوصی باشد. نه این که بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برای ما تعیین تکلیف کند. اصلاً اعضای انجمن و شرکت‌ها و تولیدکنندگان هستند که به‌طور مستقیم با مشکلات دست و پنجه نرم می‌کنند نه مدیرانی که می‌آیند و در خوشبینانه‌ترین حالت، چهار سال بر صندلی خود تکیه می‌زنند و بعد هم می‌روند.

سازنده بازی رایانه‌ای «شکست حصرآبادان»

هستم و دلم نمی‌خواهد دچار احساسات ناسیونالیستی شوم. ما نه قدرت تبلیغاتی آنها را داریم نه بودجه و تخصص کافی. پس طبیعی است که نتوانیم با آنها رقابت کنیم. در این شرایط بهتر است تیم‌های خود را تقویت کنیم و بدانیم بازی‌هایی رایانه‌ای ترکیبی از چند هنر و تخصص است. داستان خوب به تنهایی به کار نمی‌آید اگر موسیقی و طراحی و... خوب نباشد.

|| هولوگرام، دردی را درمان نمی‌کند

قرار است هولوگرام امکان پخش بازی‌های غیرمجاز را به حداقل برساند اما به گفته بازی‌سازها، این امکان محقق نمی‌شود تا زمانی که ایران به کنوانسیون برن نیبوند و قانون جهانی کپی‌رایت را نپذیرد.

حسین احمدی در پاسخ به این که نصب هولوگرام تا چه اندازه می‌تواند به عرضه متناسب بازی‌های داخلی و خارجی و کم شدن کپی‌های غیرمجاز کمک کند، می‌گوید: در شرایط فعلی، تنها روش موجود که می‌تواند عرضه بازی‌های خارجی را تا اندازه‌ای کنترل کند، نصب هولوگرام است. سیاست بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای بر انتخاب روش بهتر است؛ حداقل با نصب هولوگرام، کنترل ضعیفی روی بازی‌های خارجی وجود دارد.

قائم مقام بنیاد بازی‌های رایانه‌ای، هولوگرام را راهی برای سنجش بازار داخلی و خارجی می‌داند و بیان می‌کند: برای اصلاح بازار باید آمار درستی از آن در اختیار داشته باشیم. هولوگرام قرار بود آمار بازی‌های داخلی و خارجی را به ما بدهد اما ناشران هولوگرام حمایتی دریافت می‌کنند و ما آمار دقیقی از بازار فروش بازی‌های رایانه‌ای نداریم و بنیاد نمی‌داند چه تعداد بازی فروخته شده است.

کریمی قدوسی معتقد است: قیمت‌گذاری باید بر اساس بهای تمام شده بازی رایانه‌ای باشد نه قیمت تجاری آن؛ الان، چهار میلیون هولوگرام در دست ناشران است. ما باید همه این هولوگرام‌های حمایتی حذف کنیم، بر الصاق هولوگرام نظارت داشته باشیم، بازار بازی‌های خارجی را کنترل و از تکثیر و توزیع بازی‌های

ندارد اشاره و بیان می‌کند: باید مصوبات جدی چه از سوی هیات دولت چه از سوی مجلس به عنوان قانونگذاران اصلی وجود داشته باشد تا وقتی جرایم معلوم نشود، هیچ چیز به سامان نمی‌شود و ما نمی‌توانیم فروشگاه‌های تهران را از بازی‌های غیرمجاز پاک کنیم.

|| بازی‌های رایانه‌ای از نبود تبلیغات و بازار مناسب رنج می‌برند

حسین احمدی، با اشاره به توزیع نامناسب و نبود تبلیغات برای بازی‌های رایانه‌ای می‌گوید: شرایط توزیع و بازار بسیار بد است. به هر حال بازی‌ای که تولید و منتشر می‌شود، باید پخش شود و در اختیار مخاطب قرار بگیرد. اما این پخش خوب وجود ندارد و ناشران نمی‌توانند کار خود را با نصب بیل‌بورد و تبلیغ تلویزیونی و... معرفی کنند.

رفیعی، سازنده بازی «شکست حصر آبادان»، عدم وجود تبلیغات و توزیع نامناسب را یکی دیگر از مشکلات بازی‌سازها می‌داند و می‌گوید: ما برای ارائه بهتر و فروش بیشتر محصولات خود نیازمند تبلیغات هستیم. تبلیغ به اختصاص بودجه و تخصص نیاز دارد مگر چند درصد بازی‌سازها می‌توانند هزینه‌های تبلیغ را تامین کنند از سوی دیگر توزیع ما ناکارآمد است. ما حتی اگر به مخاطب و بازار هم توجه داشته باشیم نمی‌توانیم سیستم فلج توزیع را درمان کنیم.

او در پاسخ به این که چرا بازی‌سازها به سیستم پخش سوپرمارکتی توجه نمی‌کنند، می‌گوید: خود من همه این راه‌ها را پیموده‌ام و نتیجه‌بخش نبوده تا وقتی گیم به صنعت تبدیل نشود هیچ اتفاق خاصی نمی‌افتد و لازمه صنعتی شدن بازی‌های رایانه‌ای، حمایت‌های دولتی است.

|| معرفی شخصیت‌های ایرانی، نیازمند بودجه است

حسن مهدی اصل، به داستان سیاوش پرداخته است. قصه این بخش از شاهنامه را آرمان آریین بازنویسی کرده است. او با اشاره به این که بازی‌هایی که شخصیت‌های تاریخی و اسطوره‌ای را بن‌مایه خود قرار داده‌اند، کمتر ساخته شده‌اند، می‌گوید: ساخت این گونه بازی‌ها، نیازمند پژوهش است. از سوی دیگر بازی‌های این چنین، بازار خارجی ندارند چون ایرانی‌ها هستند که رستم و سهراب را می‌شناسند. آن هم اگر بشناسند و تولیدکننده‌ای که بودجه کمی دارد و از هیچ کجا حمایت نمی‌شود ترجیح می‌دهد به ارائه محصولی بپردازد که به پژوهش کمتری نیاز دارد و مخاطب آن هم فراگیرتر است.

سازنده بازی «سیاوش»، در پاسخ به این که چرا ما ایرانی‌ها «اسپایدرمن» و «بتمن» را می‌شناسیم اما نباید انتظار داشته باشیم خارجی‌ها، به تدریج با رستم و سهراب آشنا شوند، بیان می‌کند: من ادم واقع‌بینی





«حفاری بی نهایت» در دنیای بازی / حضورمان در بازار داخل آزمایشی است

|| روی سنگها بایستید تا از میان برداشته شوند

بازی «حفاری بی نهایت»، یک بازی هیجان انگیز با فضای فانتزی است و کاربران در این بازی در نقش کاراکتر اصلی بازی باید روی سنگ‌های مختلف که روبه روی آنها ظاهر می‌شوند، صفحه را لمس کنند تا این سنگ‌ها از میان برداشته شوند. با توجه به محدودیت زمانی کاربران باید سرعت عمل بالایی داشته باشند تا بیشتر حفاری کنند و به پیش بروند، دقت و سرعت عمل در تصمیم گیری دو معیار اصلی در این بازی محسوب می‌شوند. هدف بازی کسب رکورد بالاتر و حفاری بیشتر و کندن سنگ‌های مختلف است.

کاربران اگر با اکانت گوگل خود وارد بازی شوند می‌توانند کلیه افتخارات و امتیازهای خود را در بخش «افتخارات» و «مدال‌ها» مشاهده می‌کنند و می‌توانند با دوستان خود و تمام کسانی که این بازی را انجام داده‌اند، رقابت کنند و اگر دوستان زیادی در اکانت گوگل خود دارند، متوجه خواهند شد که رقابت با آنها در این بازی لذت بخش خواهد بود. پس پیشنهاد می‌کنیم که با اکانت گوگل خود وارد بازی شوند تا قابلیت جدید بازی برای آنها نمایان شود.

بر اساس این گزارش تیم سازنده بازی اعلام کرد: در به روز رسانی‌های آینده کاراکترهای جدید، مراحل جدید و بخش‌های مختلف دیگر به بازی اضافه خواهند شد.

حسن مهدی اصل، مدیر پروژه بازی رایانه‌ای «حفاری بی نهایت» از دانلود رایگان این بازی خبر داد و افزود: مراحل ساخت این بازی، روزهای آخر اسفند به پایان رسید. «حفاری بی نهایت»، نخستین تجربه ما در زمینه تولید بازی‌های اندروید بود به همین خاطر تصمیم گرفتیم تا آن را به‌طور رایگان در اختیار مخاطبان خود بگذاریم تا هم به آنها عیدی داده باشیم و هم مردم را سرگرم کرده باشیم.

اما از تبلیغ کارهایی چون «حفاری بی نهایت» که یک تولید داخلی است، خبری نیست.

مدیر شرکت سورنا در ادامه به ضرورت حمایت ناشران از بازی‌های داخلی، اشاره و بیان کرد: ناشران و سایت‌هایی چون کافه بازار باید از بازی‌های داخلی که به زبان فارسی و هماهنگ با فرهنگ و هویت ما هستند پشتیبانی کنند، وگرنه بازار بازی‌های داخلی به بدترین شکل ممکن شکست می‌خورد آن هم در شرایطی که امکان رقابت با بازی‌های خارجی وجود ندارد.

مهدی اصل با اشاره به این که دانلود بازی «حفاری بی نهایت»، ۱۵ هزار بوده گفت: تصور من این بود که این بازی بین ۵۰ تا ۱۰۰ هزار بار دانلود شود. اما شاید زمان انتشار آن، وقت مناسبی نبوده و امید می‌رود با تبلیغ مناسب، این بازی بیشتر و بهتر دیده شود.

باید هزینه پرداخت کند گفت: این بازی مرحله به مرحله نیست، تنها در نسخه‌های بعدی، تبلیغاتی به بازی اضافه شده که دیدنشان اجباری نیست اما اگر کاربر حوصله کند و تبلیغ‌ها را ببیند، به اندازه ۱۵ ثانیه برای هر تبلیغ زمان بیشتری را به خود اختصاص می‌دهد و طبیعتاً رکورد بیشتری می‌زند.

|| ناشران به سود بیشتر خود فکر می‌کنند

مهدی اصل با گلایه از ناشران بازی‌های رایانه‌ای گفت: ناشران به سود بیشتر خود توجه می‌کنند و به هرچه درآمدزا نباشد، اهمیت نمی‌دهند. آنها محصولات را معرفی و تبلیغ می‌کنند که پولی باشد. بازی‌های خارجی را دانلود می‌کنند و می‌فروشند و به اخلاق و مسایل اخلاقی بی‌توجه هستند، کافی است «کافه بازار» را ببینید. محصولات خارجی را تبلیغ کرده

به گفته مدیر شرکت سورنا، ورود به بازار بازی‌های موبایل، بسیار خطرناک است چون هرکس می‌تواند یک بازی موبایلی بسازد بدون آن که به کیفیت آن توجه کند اما مادر تولید و ساخت «حفاری بی نهایت» به کیفیت بازی توجه کردیم و هدف ما این بود که کاربران دوستان خود را هم به بازی دعوت کنند و رکورد بیشتری نسبت به دوستان خود داشته باشند.

|| بازار ایران برای ما، جنبه آزمون و خطا دارد

مهدی اصل به این که در زمینه بازی‌های اندرویدی، هنوز مرحله آزمون و خطا را پشت سر می‌گذارد گفت: ما برای ساخت بازی «حفاری بی نهایت»، بیش از ۱۰ میلیون تومان هزینه کردیم و آن را به رایگان در اختیار کاربران گذاشتیم. پس حالا که قرار نیست از این بازی پولی به دست آوریم و کسب درآمد کنیم، حداقل می‌توانیم، آن را محکمی برای شناخت نقاط ضعف و قوت خود بدانیم. به عبارتی بازار ایران برای ما، جنبه آزمایشی داشته تا میزان استقبال مخاطبان از این بازی را پیش‌بینی و در نهایت «حفاری بی نهایت» را برای آیفون و گوگل پلی آماده کنیم.

سازنده بازی «سپاوش» در پاسخ به این که آیا همه مراحل بازی رایگان است یا ابتدا مخاطب علاقه‌مند می‌شود و برای ورود به مراحل بعدی



یک بازی با ساختار افسانه و اسطوره ایرانی تولید می‌شود

شرکت طرح برجسته، اقدام به تولید بازی رایانه‌ای در ژانر اکشن ماجراجویی و درونمای کهن افسانه‌ای، با نام «افسانه ملک محمد» (سیب طلایی) کرده است.

و سهم کوچکی از این صنعت را تأمین کند. محیط و المان‌های ساخته شده در این بازی و بافت‌های به کار رفته در آنها با کیفیت مطلوب ایجاد شده و سعی در بهینه شدن تصویر برای رضایت خاطر بازیکن شده است.

گیم پلی بازی به دو صورت مبارزات دو یا چند نفره و سینماتیک اینترکتیو است. داستان بازی برگرفته از داستان‌های کهن ایرانی بوده و برای بهتر و هیجان‌انگیزتر شدن بازی تغییراتی در روند داستان داده شده است.

ساختار بازی ملک محمد بر پایه افسانه و اسطوره بوده و این موضوع سبب شده تا بازی حاوی تصاویری از غول‌ها و شخصیت‌های خیالی باشد.

تولیدکنندگان بازی‌های جدید خارجی، برای ایجاد تصاویری با کیفیت بالا در المان‌های محیطی و شخصیتی، مدیریت در گیم پلی بازی و اجرای صحیح حرکات کاراکترها و انیمیشن‌های موجود، سعی کرده‌اند از تکنیک سینماتیک اینترکتیو بهره برده و زمینه رضایت بیشتر بازیکن را فراهم کنند.

شرکت طرح برجسته نیز از این قافله عقب نمانده و سعی کرده با پیاده‌سازی این تکنیک در بازی‌های داخلی، نقصان بازی‌های ایرانی موجود در صحنه را جبران کرده

بازی در چهار مرحله در حال تولید است که مرحله نخست آن مربوط به محیط داخل قصر و مرحله دوم بازی پس از گذشتن از جنگل، ملک از دهانه چاهی وارد غار دیومی شود و در مرحله سوم از بازی دنیای فانتزی به نام دنیای سیاه است و مرحله آخر بازی مربوط به قصر سیب طلا است.



دبیر شورای نظارت بر اسباب بازی‌ها:

صنعت اسباب بازی نداریم

محمدحسین فرجو، دبیر شورای نظارت بر اسباب بازی‌ها با اشاره به این‌که ما صنعت اسباب بازی نداریم گفت: ما نمی‌توانیم اسباب بازی‌های پیچیده‌ای تولید کنیم. برای مثال شرکت‌های خارجی، ۲۵۰ نوع چشم عروسک تولید می‌کنند؛ از چشم‌های رنگی برای عروسک‌های دختر و پسر گرفته تا چشم ببر و گرگ و پلنگ اما ما این امکان و تنوع تولید را نداریم و در این صنعت، تازه کار و بسیار کم تجربه‌ایم.

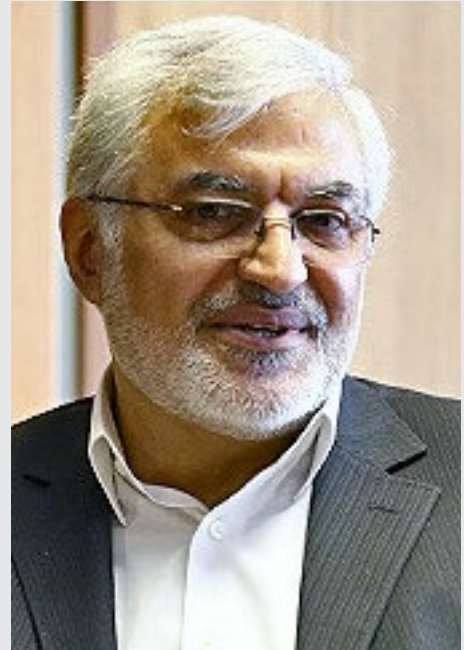
او به تاریخچه واردات اسباب بازی به ایران اشاره و بر ضرورت نظارت بر آن تأکید کرد و گفت: واردات اسباب بازی از مهرماه سال ۸۱ آغاز شد چون شورای نظارت بر اسباب بازی‌ها معتقد بود در دنیا، وسایل خوبی ساخته می‌شود که بچه‌های ما باید از آن استفاده کنند اما طبیعی است که باید یک سیستم نظارتی وجود داشت و اسباب بازی‌های وارداتی را کنترل کند. فرجو در ادامه گفت: سال ۱۳۸۱ که واردات

به گفته فرجو، کاهش واردات اسباب بازی به این معنا نیست که از صفر تا صد آنچه تولید می‌شود ایرانی است از دید شورای نظارت بر اسباب بازی تغییر ۳۰ درصدی کافی است. تولیدکنندگانی هستند که یک کالای بی کیفیت چینی را به یک اسباب بازی خوب و باکیفیت تبدیل کرده‌اند و شورای نظارت وظیفه دارد از تولیدکنندگان حمایت کند.

بالا رفتن قیمت دلار را یکی از عوامل اصلی رو آوردن به تولید اسباب بازی‌های داخلی دانست و افزود: سال ۹۰ و ۹۱ با بالا رفتن قیمت دلار و تفاوت فاحشی که میان تومان و دلار و یورو پیش آمد، واردکنندگان و سرمایه‌گذاران بر آن شدند تا بر تولید داخلی سرمایه‌گذاری کنند و به تولید اسباب بازی ایرانی بپردازند. سال ۹۱ ما با ۵۵ درصد کاهش واردات اسباب بازی روبه‌رو بودیم.

اسباب بازی آغاز شد، سهم اندکی از بازی‌ها به بازی‌های فکری و آموزشی و کمک آموزشی اختصاص داشت اما رفته رفته میزان ورود این بازی‌ها بیشتر شد و خانواده‌ها دریافته‌اند که کودکان می‌توانند با بازی بیاموزند. حالا بیش از ۱۵ درصد اسباب بازی‌های وارداتی، بازی‌های خلاقانه و آموزشی است. دبیر شورای نظارت بر اسباب بازی‌ها،

مدیرعامل کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان: ما عروسک‌ساز نیستیم/ خانواده دارا و سارا شکل می‌گیرد



علیرضا حاجیان‌زاده، مدیرعامل کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از به بازار آمدن نسل سوم عروسک‌های «دارا و سارا» با ترکیبی تازه خبر داد و افزود: نسل جدید این عروسک‌ها دارای مفاصل طبیعی تری هستند. چشم‌های آنها نقاشی نشده و پلک و مژه دارند و می‌توانند با بچه‌ها ارتباط برقرار کنند.

به گفته مدیرعامل کانون قرار است عروسک‌های جدید «دارا و سارا» با یک لباس اولیه اراده شوند. بعد دو حالت پیش می‌آید یا به هر استان که می‌روند متناسب با فرهنگ و آداب و رسوم آنجا، لباس محلی بر تن می‌کنند برای مثال در استان کردستان، لباس کردی و در گیلان، پوشش گیلکی می‌پوشند یا خود بچه‌ها با کمک مادران و مربیان خود، لباس مورد علاقه‌شان را می‌دوزند و به تن عروسک‌ها می‌کنند.

حاجیان‌زاده با اشاره به این‌که ما عروسک‌ساز نیستیم و تنها کار تجاری انجام نمی‌دهیم گفت: عروسک‌سازی یک کار تجاری است ما باید در کنار ساخت عروسک، یک کار فرهنگی انجام دهیم و با نوع پوشش عروسک‌ها و نوشتن رمان و قصه و حتی ساخت فیلم و پویانمایی براساس شخصیت‌های «دارا و سارا» سبک زندگی خود را ترویج کنیم. به گفته مدیرعامل کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، قرار است خانواده «دارا و سارا» شکل بگیرد و ما بچه‌های خود را در قالب بازی رایانه‌ای و قصه و فیلم که براساس این دو شخصیت عروسکی نوشته و ساخته شده‌اند با سبک زندگی ایرانی-اسلامی آشنا کنیم.

ورود دارا و سارا به دنیای بازی رایانه‌ای/ در پی احیا عروسک‌ها هستیم



به گفته باقری، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان تاکنون ۴۵ بازی رایانه‌ای تولید کرده که دو عنوان «سبک زندگی» و «ایران‌شناسی» نیز قرار بود تا پایان سال ۹۳ به فهرست این بازی‌ها افزوده شود اما به دلیل وجود پاره‌های مسایل، تولید این دو بازی رایانه‌ای تا پایان سال ۹۴ به‌طول می‌انجامد. معاون تولید کانون پرورش فکری در پاسخ به ضرورت وجود یک نوع پیوست فرهنگی اشاره و بیان کرد: ما به دنبال احیای عروسک‌ها هستیم و می‌خواهیم یک پیوست فرهنگی بین تولیدات کانون وجود داشته باشد، یعنی علاوه بر نسل جدید عروسک‌های دارا و سارا که نمونه‌هایی از آن در نمایشگاه کتاب، ارائه می‌شود، فیلم، پویانمایی و کتاب دارا و سارا هم تولید می‌شود.

مهدی باقری، معاون تولید کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از انتشار دو بازی رایانه‌ای از سوی این معاونت خبر داد و افزود: در «ایران‌شناسی»، دارا و سارا به نقاط مختلف ایران سفر می‌کنند و با آداب و رسوم، موسیقی، غذا و طرز لباس پوشیدن مردم هر منطقه آشنا می‌شوند بچه‌ها هم با دارا و سارا سفر می‌کنند و شهرها و استان‌های مختلف سرزمین خود را می‌شناسند او همچنین به تولید بازی رایانه‌ای با عنوان «سبک زندگی» اشاره و بیان کرد: در قالب این بازی، بچه‌ها را به طور غیرمستقیم با مفاهیم دینی و ارزش‌های اخلاقی چون احترام به پدر و مادر و مهربانی و انسان‌دوستی آشنا می‌کنیم. یکی دیگر از بخش‌های این بازی رایانه‌ای، آشنایی با بازی‌های قدیمی چون «هفت‌سنگ» است که می‌تواند سه نسل را دور هم جمع کند.

اسباب بازی‌های چینی در نمایشگاه ملی و فرهنگی چه می‌کنند

شرایطی که صحبت از پیوست فرهنگی به میان می‌آید و متولیان فرهنگی از ارتباط نزدیک میان کتاب، بازی و وسایل کمک آموزشی می‌گویند خوب است به همه خدمات به نمایشگاه کتاب تهران تعلق نگیرد.

مدیر فروش شرکت تولید اسباب بازی بالسا در پاسخ به اینکه سال گذشته با اسباب‌بازی چگونه مقایسه می‌کنید گفت: پارسل نمایشگاه اسباب‌بازی اشکالات بسیار داشت از جمله اینکه به تعدادی از شرکت کنندگان در شبستان غرفه داده بودند و به تعادل در همین فضای فعلی، که این باعث شده بود کسانی که در شبستان غرفه اجاره کرده بودند از فروش بهتر و بالاتری برخوردار بودند امسال همه تولید کنندگان و فروشندگان اسباب بازی، یکجا متمرکز شده‌اند و این مراجعه کنندگان را هم از بلاتکلیفی نجات می‌دهد.

بهنام به تولیدات شرکت بالسا اشاره و بیان کرد: ما تلاش می‌کنیم تا اسباب‌بازی‌هایمان اخلاقه و چوبی باشد چوب سبک است و حس خوبی را در بچه‌ها بوجود می‌آورد. مخاطب بازی‌های ما گسترده است و از نوزادان تا زنان و مردان ۸۰ ساله را در بر می‌گیرد.

یکی دیگر از انتقادات او به نمایشگاه اسباب‌بازی ورود بیش از حد اسباب‌بازی‌های چینی است و می‌گویند اگر نمایشگاه یک نمایشگاه فرهنگی و ملی است این همه اسباب‌بازی چینی چه می‌کند؟

همزمان با نمایشگاه کتاب تهران نمایشگاه «پیوست فرهنگی» شامل اسباب‌بازی، لوازم التحریر و تجهیزات کتابخانه‌ای در ضلع جنوبی مصلی امام خمینی برگزار شده و علاقه‌مندان می‌توانند تا ۲۷ اردیبهشت ماه از ۹ و ۳۰ دقیقه تا ساعت ۲۰ از این نمایشگاه بازدید کنند.

یکی از شرکت کنندگان در نمایشگاه اسباب‌بازی شرکت بالسا تولید کننده اسباب‌بازی‌های فکری از جنس چوب است. علی بهنام مدیر فروش این شرکت در گفتگو با خبرنگار مهر، نمایشگاه اسباب‌بازی امسال را منسجم تر و منظم تر از سالهای گذشته دانست و افزود: این چهارمین نمایشگاه اسباب‌بازی است که همزمان با نمایشگاه کتاب برگزار می‌شود. نمایشگاه امسال از انسجام بیشتری به لحاظ غرفه بندی سالن‌ها برخوردار است اما متأسفانه اطلاع رسانی خوبی وجود ندارد. بیرون از نمایشگاه به جز دو بنر در خیابان شهید بهشتی هیچ تبلیغی در سطح شهر نمی‌بینیم حتی در خود نمایشگاه کتاب و سالن اصلی نیز اطلاع رسانی درست و هدفمندی در ارتباط با نمایشگاه اسباب‌بازی وجود نداشته است.

لودر ارتباط با همزمانی با نمایشگاه اسباب‌بازی با نمایشگاه کتاب تهران گفت: این همزمان شدن خوبی‌ها و بدی‌های خاص خود را دارد. یکی از خوبی‌های آن این است که بخشی از جمعیتی که از نمایشگاه کتاب تهران بازدید می‌کنند به نمایشگاه اسباب‌بازی هم سر می‌زنند اما یکی از بدی‌های این همزمانی این است که اولویت شرکت کنندگان با نمایشگاه کتاب است. وقتی به این سمت می‌آیند که انرژی، وقت و پول چندانی ندارند حتی حوصله اینکه به غرفه‌های مختلف سر بزنند و اطلاعاتی در مورد بازی‌های مختلف را کسب بکنند را ندارند.

بهنام سرویس دهی را یکی از ضرورت نمایشگاه اسباب‌بازی برشمرد و تصریح کرد: خوب است که برگزار کنندگان نمایشگاه وسایط نقلیه‌ای را برای رفت و آمد بازدید کنندگان از نمایشگاه کتاب به نمایشگاه اسباب‌بازی فراهم آورند در



ما هنوز هنر اوریگامی را شناخته ایم

«اوریمان» یکی از غرفه های چهارمین نمایشگاه اسباب بازی تهران است که به ارائه محصولاتی در زمینه هنر کاغذ و تا (اوریگامی) می پردازد.

حمید اسدی مدیر غرفه اوریمان در گفتگو با خبرنگار مهر به پیشینه هنر کاغذ و تا اشاره و بیان کرد: اوریگامی در اصل برای ژاپنی هاست، ما ایرانی ها نیز چند سالی است که به «کاغذ و تا» علاقه نشان داده ایم. این هنر یا این بازی موجب بالا رفتن میزان تمرکز و دقت افراد می شود. او در پاسخ به اینکه کانون پرورش فکری با انتشار مجموعه های آموزشی در این زمینه چه نقشی را در شناساندن اوریگامی ایفا کرده است، گفت: چند سال پیش این مرکز به انتشار کتاب هایی در زمینه اوریگامی پرداخت، حتی نمونه هایی را در اختیار علاقه مندان قرار داد و کلاس هایی نیز در کانون پرورش فکری برگزار شد اما آنچنان که باید و شاید در جذب مخاطب و شناساندن این هنر موفق نبود.

اسدی به فعالیت های موسسه اوریمان اشاره کرد و افزود: ما کتاب هایی را در زمینه آموزش اوریگامی منتشر کرده ایم. همچنین نمونه های مختلفی را برای بازی تولید کرده و در اختیار مخاطبان خود قرار داده ایم. از همه اینها که بگذریم از سال ۱۳۸۷ تاکنون در نمایشگاه های مختلف شرکت و دوره های آموزشی را در خانه ریاضیات و دانشگاه خواجه نصیر برگزار



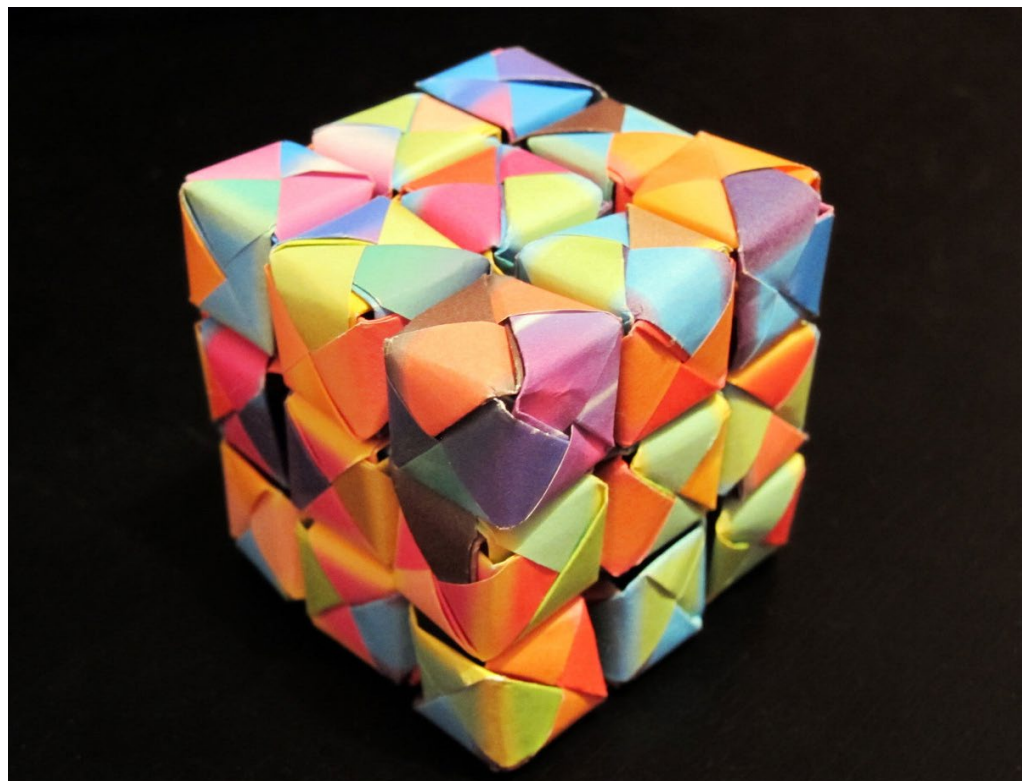
مناسبی باشد. اسدی در پاسخ به اینکه مخاطب محصولات موسسه اوریمان چه کسانی هستند، گفت: مخاطبان ما بچه های ۵ سال به بالا هستند، البته حتی کودکان ۳ ساله هم می توانند با کمک پدر و مادر و خواهر و برادر بزرگتر خود با بازی یا هنر کاغذ و تا آشنا شوند. هیچ محدودیت سنی در ارتباط با اوریگامی وجود ندارد و این بازی باعث تمرکز بیشتر و تقویت حافظه افراد می شود.

وی در پاسخ به اینکه موسسه چه ارتباطی با آموزش و پرورش یا سازمان بهزیستی داشته است، گفت: ما دلمان می خواهد با مدارس و همچنین با مهدکودکها ارتباط برقرار کنیم و محصولات خود را در اختیارشان بگذاریم. کسانی که به نمایشگاه اسباب بازی می آیند می توانند فرمی را پر کنند تا ما جهت معرفی محصولات و حتی آموزش دوره های اوریگامی با آنها تماس بگیریم. موسسه اوریمان آماده برگزاری دوره های آموزشی در مهدکودکها و در آموزش و پرورش نیز هست.

مدیر غرفه اوریمان، همزمانی نمایشگاه اسباب بازی با نمایشگاه کتاب را اتفاقی خوشایند دانست و افزود: به هر حال بخشی از جمعیت مراجعه کننده به نمایشگاه کتاب از نمایشگاه اسباب بازی هم دیدن می کنند. از سوی دیگر با توجه به نزدیکی این نمایشگاه به درب جنوبی مصالای امام خمینی و پارکینگ، رفت و آمد بخشی از مراجعه کنندگان که با خودروی شخصی به نمایشگاه کتاب می آیند آسان تر شده است، اما ای کاش اطلاع رسانی بهتری برای نمایشگاه اسباب بازی وجود داشت.

ها و ماژولار» است، بخوانند و اصول اولیه کار را بدانند آن گاه در دوره های حرفه ای آموزش اوریگامی شرکت کنند. وی در ارتباط با قیمت کتاب های آموزشی که از سوی موسسه اوریمان منتشر شده، گفت: بهای هر جلد از این کتاب ها ۱۵ هزار تومان است و من فکر می کنم این قیمت با توجه به طراحی، کتاب سازی و کاغذی که از آن استفاده کرده ایم، بهای

کرده ایم. همه تلاش ما این است که هنر اوریگامی را جا بیندازیم اما هنوز جای کار بسیاری در این زمینه وجود دارد. مسئول غرفه اوریمان با اشاره به شرایط شرکت کنندگان در دوره های آموزشی، گفت: کسانی که در این دوره ها شرکت می کنند باید کتاب های ما را که جنبه آموزشی دارند و در ۵ جلد منتشر شده و شامل دوره های «مقدماتی، حرکتی، حیوانات، جعبه





حسین (ع)، حافظیه و آرامگاه کوروش هم ساخته شده است.

|| آشنایی با فرهنگ و تاریخ از طریق پازل

حاج حسینی می گوید: ما در قالب ساخت پازل می توانیم نوجوانان و جوانان خود را با بخشی از فرهنگ و تاریخشان آشنا کنیم. برای مثال ما جامدای هایی داریم که بناهای مختلف تاریخی است. نوجوان و جوان هم قطعه ها را کنار هم می بیند و سرگرم می شود هم امکان مختلف تاریخی را می شناسد

از او درباره فروش می پرسی و در جواب می گوید: فروش خیلی خوب نیست. چون تبلیغات و اطلاع رسانی خوبی نبوده است. چهارمین نمایشگاه اسباب بازی، همزمان با نمایشگاه کتاب تهران و در ضلع جنوبی مصلاهی امام خمینی (ره) برگزار شده است. نمایشگاهی که مخاطب چندانی ندارد چون تبلیغات خوب و درستی نشده. شرکت کنندگان در این نمایشگاه از همزمانی آن با نمایشگاه کتاب خوشحال اند و فکر می کنند بخشی از جمعیتی که به دیدن

نمایشگاه می آید از نمایشگاه اسباب بازی هم بازدید می کنند. اما ناشران کودک و نوجوان از همزمانی نمایشگاه کتاب و اسباب بازی راضی نیستند و حتی زهرا برقانی، مدیر نشر چرخ فلک می گوید که به برگزار کنندگان نمایشگاه نامه نوشته و از آنها خواسته ایم که این دو همزمان نباشند چون هر کدام کارکرد مستقل خود را دارند اما چنین اتفاقی نیفتاده است.

خواستیم چنین نکنند اما متأسفانه گوش شنوایی وجود ندارد. مدیر انجمن فرهنگی ناشران کودک و نوجوان، گفته های خود را با این پرسش ادامه داد: عنوان «پیوست فرهنگی» فقط برای کتاب خوب است. چرا در نمایشگاه رسانه های دیجیتال، به فکر این نمی افتند که کتاب هم جزو پیوست فرهنگی است اما همزمان با نمایشگاه کتاب به خاطر می آورند که اسباب بازی و نوشت افزار هم باید در کنار کتاب قرار بگیرد!؟

|| متولیان فرهنگی شعار می دهند

به گفته فریدون، وجه غالب کسانی که به نمایشگاه کتاب می آیند و از سالن کودک و نوجوان دیدن می کنند، پدر و مادرهایی هستند که بوجه مشخصی را برای مطالعه فرزندان شان کنار گذاشته اند. از سوی دیگر بالای ۷۰، ۸۰ درصد کسانی که با ماشین شخصی خود به نمایشگاه اسباب بازی می آیند از مسیری می گذرند که ورودی آن نمایشگاه اسباب بازی برگزار شده و همان بوجه را به اسباب بازی اختصاص می دهند. مدیر انتشارات محراب قلم معتقد است: بچه ها برخلاف بزرگها نمی توانند بین دو چیز، رابطه منطقی برقرار کنند و بگویند، امسال اسباب بازی نمی خرم و همه مبلغی را که پدر و مادر به خرید سالانه کتاب اختصاص داده، برای خرید اسباب بازی، که نخستین چیزی است که از آن خوشش می آید، هزینه می کند.

فریدون، واکنش برگزار کنندگان نمایشگاه را، در تناقض با شعارشان مبنی بر گسترش کتابخوانی دانست و افزود: سرانه مطالعه پایین و تعداد کتاب فروشی ها کم و شمار رسانه های رقیب و پر قدرت چون بازی های رایانه ای بسیار است؛ چرا در چنین شرایطی، مسئولان فرهنگی، فرصت کتاب را به کالاهای دیگر اختصاص می دهند؟

با نمایشگاه کتاب است. وقتی به این سمت می آیند که انرژی، وقت و پول چندانی ندارند حتی حوصله اینکه به غرفه های مختلف سر بزنند و اطلاعاتی در مورد بازی های مختلف را کسب بکنند را ندارند

|| آیا «پیوست فرهنگی» فقط برای کتاب خوب است؟!

اما نظر ناشران کتاب کودک و نوجوان، مخالف با شرکت کنندگان در نمایشگاه «پیوست فرهنگی» بود. زهرا برقانی، مدیر نشر «چرخ فلک» این همزمانی را به زبان ناشران کودک و نوجوان دانست و افزود: پدر و مادرها، قدرت اقتصادی شان محدود است و بوجه مشخصی را می توانند به خرید کتاب برای بچه هاشان اختصاص دهند. بگذریم از این که هنوز بسیاری از پدر و مادرها، اگر بخواهند برای فرزند یا فرزندانشان کتاب بخرند، ترجیح می دهند این کتاب جنبه آموزشی داشته باشد و مستقیم به سالن ناشران آموزشی می روند. مدیر نشر چرخ فلک در ادامه بیان کرد: در میان پدر و مادرهایی که ترجیح می دهند برای بچه های خود کتاب آموزشی بخرند هستند کسانی که بوجه ای را به کتاب های داستانی اختصاص می دهند. حالا آمده اند نمایشگاه اسباب بازی را با کتاب همزمان کرده اند. پدر و مادرها از ماشین که پیاده می شوند از کنار نمایشگاه اسباب بازی و به اصطلاح بازی های فکری می گذرند و آن بوجه را برای خرید چیزی به جز کتاب، صرف می کنند.

عبدالعظیم فریدون، رئیس کارگروه کودک و نوجوان نمایشگاه کتاب نیز همزمان شدن نمایشگاه اسباب بازی و کتاب راه اقدامی ناخوشایند دانست و افزود: سال گذشته نیز این دو نمایشگاه همزمان با هم برگزار شد و ما نامه نوشتیم و اعتراض کردیم. امسال هم وقتی شنیدیم این دو در یک زمان برگزار می شود از برگزار کنندگان نمایشگاه،

پازل «فرهنگ و تمدن» کامل می شود؟

تنها سه یا چهار غرفه هستند که به ارائه محصولی متفاوت پرداخته اند. یکی از این غرفه ها، موسسه سرگرمی های آموزنده فرهنگ و تمدن است. این غرفه با پازل های چوبی اش توجه تو را جلب می کند با کنار هم گذاشتن تکه های چوب، پل خواجه و آرامگاه حافظ و حرم امام رضا (ع) و دیگر بناهای تاریخی را ساخته اند

مهديه حاج حسینی، مسئول غرفه «فرهنگ و تمدن» است. به گفته او، این مجموعه پازل ها که از چوب های منعطف ساخته شده، برای گروه سنی ۱۵ سال به بالاست و پرکارترین شان، پازل پل خواجه با ۲۶۰ قطعه است.

به گفته او از آنجا که سازندگان و طراحان پازل های «فرهنگ و تمدن»، اصفهانی هستند ابتدا به طراحی بناهای تاریخی اصفهان چون عمارت عالی قاپو و مسجد شیخ لطف الله و پل خواجه پرداخته اند. البته در این میان حرم امام رضا و امام

همزمان با نمایشگاه کتاب تهران نمایشگاه «پیوست فرهنگی» شامل اسباب بازی، لوازم التحریر و تجهیزات کتابخانه ای در ضلع جنوبی مصلاهی امام خمینی (ره) برگزار شده و علاقه مندان می توانند تا ۲۷ اردیبهشت ماه از ۹ و ۳۰ دقیقه تا ساعت ۲۰ از این نمایشگاه بازدید کنند. نمایشگاه «پیوست فرهنگی»، آنچنان که باید و شاید در جذب مخاطب موفق نبوده و جمعیت بازدیدکننده از آن، به هیچ عنوان قابل مقایسه با نمایشگاه کتاب نیست. در بخش لوازم التحریر، نشان کمتری از نوشت افزار هست و بیشتر با عنوان کتابخانه های پوبی و ام دی اف و میزهای تحریر آشنا می شوی و در نمایشگاه اسباب بازی هم بیش از اسباب بازی های ایرانی، عروسک ها و ماشین های چینی می بینی.

|| نمایشگاهی خلوت با چند غرفه فعال

در نمایشگاه نسبتاً خلوت اسباب بازی،

دستاورد «پیوست فرهنگی»

نمایشگاه کتاب چه بود/

اسباب یک بازی شعاری؟

«پیوست فرهنگی» می گذشتند و پدر و مادرهایی که با بچه هاشان به مصلاهی امام خمینی (ره) آمده بودند، پیش از رفتن به شیبستان و سالن ناشران کودک و نوجوان به نمایشگاه اسباب بازی می رفتند و گاه، هزینه ای را که برای خرید کتاب کودک کنار گذاشته بودند صرف اسباب بازی هایی می کردند که ساخته چشم بادامی ها بود. البته کسانی که در نمایشگاه پیوست فرهنگی، غرفه داشتند از این وضعیت راضی بودند.

حمید اسدی، مدیر غرفه اوریمان، از جمله این افراد بود. او همزمانی نمایشگاه اسباب بازی با نمایشگاه کتاب را اتفاقی خوشایند دانست و افزود: به هر حال بخشی از جمعیت مراجعه کننده به نمایشگاه کتاب از نمایشگاه اسباب بازی هم دیدن می کنند. از سوی دیگر با توجه به نزدیکی این نمایشگاه به درب جنوبی مصلاهی و پارکینگ، رفت و آمد بخشی از مراجعه کنندگان که با خودروی شخصی به نمایشگاه کتاب می آیند آسان تر شده است. اما ای کاش اطلاع رسانی بهتری برای نمایشگاه اسباب بازی وجود داشت.

علی بهنام فر، مدیر فروش شرکت بالسا، نیز از جمله کسانی است که در چهارمین نمایشگاه اسباب بازی شرکت کرده بود؛ به گفته او این همزمان شدن خوبی ها و بدی های خاص خود را دارد. یکی از خوبی های آن این است که بخشی از جمعیتی که از نمایشگاه کتاب تهران بازدید می کنند به نمایشگاه اسباب بازی هم سر می زنند اما یکی از بدی های این همزمانی این است که اولویت شرکت کنندگان

همزمان با برگزاری بیست و هشتمین نمایشگاه بین المللی کتاب تهران نمایشگاه دیگری با عنوان «پیوست فرهنگی» مختص عرضه اسباب بازی، لوازم التحریر و تجهیزات کتابخانه ای در ضلع جنوبی مصلاهی امام خمینی (ره) برگزار شد و علاقه مندان می توانند از این نمایشگاه بازدید و طبیعتاً خرید کنند

نمایشگاه «پیوست فرهنگی»، آنچنان که باید و شاید در جذب مخاطب موفق نبود و جمعیت بازدیدکننده از آن را نمی توان با نمایشگاه کتاب (البته بخش ناشران آموزشی و عمومی) مقایسه کرد. در بخش لوازم التحریر آن نشان کمتری از نوشت افزار بود و بازدیدکنندگان بیشتر با انواع کتابخانه های چوبی و ام دی اف و میزهای تحریر آشنا می شدند و در نمایشگاه اسباب بازی هم بیش از اسباب بازی های ایرانی، عروسک ها و ماشین های چینی خودنمایی می کردند!

در نمایشگاه نسبتاً خلوت اسباب بازی، تنها سه یا چهار غرفه بودند که به ارائه محصولی متفاوت پرداخته و باقی غرفه ها، خود را به در دسر نینداخته و به ارائه اسباب بازی های چینی بسنده کرده بودند.

|| بوجه کتاب خانواده در چشم با د ا می ها!

چهارمین نمایشگاه اسباب بازی همزمان با نمایشگاه کتاب تهران و در ضلع جنوبی مصلاهی امام خمینی (ره) برگزار شد. بیشتر کسانی که با خودروی شخصی به نمایشگاه کتاب می آمدند، خواهناخواه از کنار نمایشگاه

صنایع دستی

صنایع دستی، جایگاه ویژه‌ای در دنیای امروز دارد. دنیایی که خشک و بی‌روح است و با بیشتر با حساب و کتاب سر و کار دارد تا عشق و احساس. صنایع دستی به پیکر جهانی که صنعت و تکنولوژی بر آن حاکم شده روح زندگی می‌دمد و این همان ویژگی مهمی است که فرآورده‌های دستی را ماندگار و ارزشمند می‌کند. فرآورده‌هایی که می‌توانند درآمدزا باشند و شعار متولیان فرهنگی نیز در تمام این سال‌ها این بوده که فرش ایرانی و گلیم و کبه و سفال و نساجی را می‌توان جایگزین نفت کرد. مجله صنایع فرهنگی در این شماره خود، بخشی را به فرآورده‌های دستی اختصاص داده است. در این بخش گفتگو با یکی از صادرکنندگان صنایع دستی را می‌خوانیم و نظرات معاون صنایع دستی کشور را مرور می‌کنیم.

بخشی هم به نظرات مدیر کل صادرات صنایع دستی کشور درباره اکسپوی میلان اختصاص داده شده؛ او همچنین آماری از فروش بازارچه‌های نوروزی ارائه کرده است. در قسمت دیگری از این مجله الکترونیک به بهانه دهه اردیبهشت، روز ملی خلیج فارس به یادگارها و فرآورده‌های دستی خلیج همیشه فارس از صدف و سفال و حصیربافی پرداخته شده است.



جلوی قاچاق را بگیرد تا ایران به قطب صنایع دستی تبدیل شود



بهمن نامور مطلق، معاون صنایع دستی کشور نیز در همایش تجلیل از پیشکسوتان و هنرمندان صنایع دستی با عنوان «همای هنر» اظهار کرد: تجلیل از هنرمندان، پاسداشت هنر و هویت خودمان است و هر جامعه‌ای به هنرهای سنتی خود می‌بالد آن هم در شرایطی که برخی کشورهای نوظهور به دنبال تصاحب بخشی از هنرهای سنتی دیگران هستند تا از این طریق برای خود هویت پیدا کنند.

تعطیل و دوباره در این دو سال اخیر راه اندازی شدند. از این میان می‌توان به خانه نساجی در یزد، خانه‌های صنایع دستی در سنندج، همدان، اهواز، بجنورد، ارومیه و زاهدان و فراهم آوردن تسهیلاتی برای هنرمندان اشاره کرد.

|| هنرمندان از تصمیم‌های غیر کارشناسانه بیمناکند

معاون صنایع دستی در بخش پایانی سخنان خود گفت: امروز، استقبال بی سابقه‌ای از هنرهای سنتی و صنایع دستی صورت می‌گیرد و هر روز بر حجم آن افزوده می‌شود. جوانان تحصیلکرده به میدان آمده‌اند و در بخش‌های گوناگون مانند نساجی، گوهر، سفال، گلیم، معرق کارهای بی‌نظیری انجام می‌دهند. معاونت صنایع دستی و هنرهای سنتی این فرصت را مغتنم می‌شمارد و برای آنها برنامه دارد. ویرایش نخست طرح جامع تهیه شده است و در اختیار ریاست سازمان نیز گذارده شده است. برای تحقق برنامه‌هایش این معاونت نیاز به حمایت بیشتر بسیاری بیشتر دارد.

ما می‌دانیم که هنرمندان ما نیاز به ترحم ندارند بلکه توجه می‌خواهند. ما می‌دانیم آنها از تصمیمات غیر کارشناسانه بیمناک‌اند به همین دلیل می‌کوشیم بر اساس نظرات کارشناسی تصمیم بگیریم. و چون بر ما یک‌بار الهام نمی‌شود این را بیاوریم و آن را ببریم، این را باز کنیم و آن را ببندیم نخواهیم کرد و می‌کوشیم از عقل خدادادمان بهره ببریم و به شایستگی به هنرمندانمان خدمت کنیم.

مسئله سوم که به نظر یکی از مهمترین مسائل است به گفتمان سازی و فرهنگ سازی باز می‌گردد. تا نگرش و استفاده از هنرهای سنتی و صنایع دستی به یک گفتمان درونی جامعه تبدیل نگردد نمی‌وان انتظار توسعه پایدار و همه جانبه را داشت. در این عرصه هنرها و رسانه‌ها به خصوص سینما و صدا و سیما می‌توانند نقش کلیدی ایفاء کنند. باید باور کنیم که هنرهای سنتی و صنایع دستی یکی از مهم‌ترین و تاثیرگذارترین بخش‌های تولیدی کشور است. هم باید حمایت‌های فرهنگی شود و هم حمایت‌های اقتصادی نه اینکه از اینجا رانده و از آنجا مانده باشد.

|| جلوی قاچاق کالا گرفته شود

معاون صنایع دستی با تاکید بر جلوگیری از ورود کالاهای قاچاق گفت: از دیگر مسایل و مشکلات هنرمندان صنایع دستی، تاثیر مخرب کالای قاچاق همچنین عدم همکاری نظام‌مند برخی از نهادها مانند شهرداری‌ها و گمرک است. یقین داریم اگر به این مسائل رسیدگی شود نه فقط این حوزه نیازهای داخلی را برطرف می‌کند بلکه به یکی از قطب‌های صادراتی نیز تبدیل خواهد شد همانطور که پیش‌تر بوده و همانطور که برخی از کشورها هستند.

به گفته نامورمطلق با وجود همه مشکلات، رویدادهای خوشایندی هم اتفاق افتاده است. از آن میان می‌توان به راه‌اندازی کارگاه‌های هنرهای سنتی اشاره کرد که موجب شد بخش زیادی از این هنرها از خطر نابودی رهایی یابند. این کارگاه‌ها در دوره‌ای، رونق خوبی داشتند و سپس در دولت قبل تقریباً

وارداتی برای خود معاونت‌های پرهزینه و پرهیاهو دارند و هنرهای ایرانی-اسلامی فاقد یک معاونت متناسب هستند. هنوز چه مدت باید بگذرد تا این کشور به هنرهای اصیل و بی‌مانند خود توجهی شایسته و بایسته کند. چرا هنرهای سنتی در کشور خود غریبه هستند.

|| تره‌های سنتی به شناخت نیاز دارد

به گفته معاون صنایع دستی، یکی دیگر از مشکلات صنایع دستی، نبود یک نهاد علمی و تحقیقاتی گسترده است. هنرهای سنتی نیاز شدیدی به مباحث معرفتی دارند. باید از نو مفاهیم در این عرصه را تعریف و بازتعریف کرد. مدت‌هاست اندیشیدن در این عرصه تعطیل شده و پرسش‌های زیادی انباشته شده‌اند. نسبت این هنرها با تقلید و تغییر چیست؟ آیا این هنرها بر پایه محاکات بنا می‌شوند یا ابداعات؟ چه نسبتی میان هنر ناسوتی و هنر مثالی با هنرهای سنتی وجود دارد؟ فرق هنرهای سنتی و صنایع دستی چیست؟ سنگ‌رایان و مستشرقین نظرات فراوانی در مورد هنرهای سنتی ارائه کرده‌اند اما نظر خود ما چیست؟ و بسیاری از پرسش‌های دیگر که لازم است در حلقه اندیشمندان این حوزه طرح شوند تا هنرهای سنتی ما دچار کجروی یا دور باطل نشوند. عمیق‌شان را از دست ندهند و زایا باشند.

|| گفتمان سازی در زمینه هنرهای سنتی ضروری است

بهمن نامورمطلق همچنین به ضرورت گفتمان و فرهنگ‌سازی اشاره کرد و افزود:

معاون صنایع دستی ادامه داد: حجم و انباشتگی هنرهای سنتی بیانگر اصالت کشورهاست و جامعه‌ای که هنر نداشته باشد، هویت و اصالتی ندارد. خوشبختانه کشور ما، ذخایری به مراتب ارزشمندتر از نفت دارد و هنرهای سنتی و صنایع دستی در صورت توجه و رفع مشکلات پیش روی توانند درآمدزایی و ارزآوری بسیار زیادی برای کشورمان داشته باشند.

نامورمطلق با اشاره به این که هنرهای سنتی می‌تواند به عنوان بهترین شکل زیبایی‌شناسی مورد توجه قرار گیرد. اما نبود تشکیلات منسجم، کارآمد و مستقل، پراکندگی و ساختار نامناسب و تشکیلات، نبود نهاد علمی و تحقیقاتی گسترده گفتمان‌سازی و فرهنگ‌سازی از طریق رسانه‌ها و توجه به هنرهای وارداتی از جمله آسیب‌هایی است که هنرهای سنتی ایران از آن رنج می‌برد.

|| هنرمندان به ترحم نیاز ندارند

نامورمطلق به این که هنرمندان به دلسوزی نیاز ندارند اشاره و بیان کرد: هنرمندان نیاز به ترحم ندارند و در صورت توجه بیشتر می‌توانند در انجام فعالیت‌های خود در راستای هویت بخشی به فرهنگ و تمدن کشورمان موفق‌تر عمل کنند.

به گفته او، هنرهای سنتی ما با تمام غنایی که دارند از مسائلی چند به شدت رنج می‌برند؛ مهمترین مسئله این است که هنرمندان از وجود تشکیلاتی منسجم بی‌بهره‌اند. تشکیلی منسجم و مستقل برای رسیدگی به مسائل این حوزه وجود ندارد و هر بخش را سازمانی دنبال می‌کند. اعتبار هنرهای سنتی به ویژه مستمری پیشکسوتان در وزارت ارشاد، بیمه اش در تأمین اجتماعی و وزارت کار، پژوهش آن در پژوهشگاه سازمان، ثبت اش در معاونت میراث فرهنگی و ارزشیابی هنرمندانش در معاونت صنایع دستی است.

نامورمطلق در ادامه بیان کرد: این مسئله، یعنی نبود تشکیلات منسجم، مشکلات بسیاری ایجاد کرده است چنانکه هنرمند نه تکلیف بیمه اش روشن و نه وضعیت مستمری اش مشخص است. هنرمندان ما از تشتت تشکیلاتی در هنرهای سنتی گله مند هستند و از سازمان مدیریت توقع دارند تا سر و سامانی به آن بدهد. هنرمندان هنرهای سنتی از خود می‌پرسند: چرا هنرهای



هر شهرستان یک بازارچه صنایع دستی خواهد داشت / فروشگاه مجازی صنایع دستی افتتاح شد

به چهار میلیارد تومان گردش مالی به وجود آمد، این در حالی است که در نمایشگاه صنایع دستی خرداد ماه پارسال حدود یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان فروش داشتیم.

معاون صنایع دستی اضافه کرد: من معتقدم فروشگاه جای خودش را دارد و بازارچه سنتی هم جای خودش و هر کدام از اینها با توجه به مخاطبانشان جای خود را دارند و به هم کمک می‌کنند خوشبختانه امروزه با توجه به بیانات مقام معظم رهبری، حمایت‌های جدی معنوی از این حوزه می‌شود و این حمایت‌ها موجب دلگرمی و پویایی هنرمندان شده است و اگر این حمایت‌ها اجرایی شود، مطمئنم شاهد یک جهش بزرگ در صنایع دستی و تجارت آن خواهیم بود.

نامور مطلق اظهار امیدواری کرد: امسال که سال گسترش بازارهای صنایع دستی است، شاهد رخدادهای بزرگ در آن باشیم. فروشگاه مجازی صنایع دستی ایران به نام «دستینه کالا» به آدرس:

www.dastinekala.com

آغاز به کار کرد و قرار است فاز دوم آن در روز جهانی صنایع دستی ۲۰ خرداد ماه در میلان ایتالیا افتتاح شود.

دستی در مشهد اردیبهشت ماه یکی از آنهاست، همچنین کلنگ دو بازار در اراک نیز زده شده است.

او افزود: شعار ما این است که هر شهرستانی دست‌کم یک بازارچه صنایع دستی داشته باشد. نوع دیگری از بازارچه که در حال حاضر روی آن کار می‌کنیم بازارچه سیار است. نمونه‌ای از این بازارچه را در شهرستان اراک دیدیم که یک اتوبوس در حال حرکت محصولات صنایع دستی را عرضه می‌کرد، این اتوبوس هر هفته در یک دانشگاه مستقر می‌شد و از این طریق اقدام به فروش صنایع دستی می‌کرد. این الگو به صورت نظام‌مند همچنان در حال پیش است و امیدوارم که تقویت شود و وزارت صنایع هم در این زمینه به ما کمک کند تا این الگوی ایرانی را توسعه دهیم و به این فکر کنیم که چطور می‌شود این الگو را به خارج از کشور هم برد.

|| ۴ میلیارد گردش مالی در یک حرج دو ساعته

نامور مطلق بیان کرد: حراجی‌ها گونه دیگری از فعالیت‌های تجاری هستند که به روی آنها به طور جدی حساب باز کرده‌ایم. سال گذشته در یک حراجی دو ساعته نزدیک

تقویت فروشگاه‌هایی است که در سطح شهر گسترده شده‌اند، گفت: سال گذشته دوستان ما در دفتر بازرگانی توانستند با فروشندگانی صنایع دستی گفت‌وگوهای رودر روی خوبی برقرار کنند. یکی دیگر از کارهایی که در این حوزه قرار است صورت بگیرد، توسعه نمایشگاه موقت است که از ۲۰ سال اخیر شروع شده است.

او به رشد ۲۵ درصدی بازارچه‌های نوروزی صنایع دستی اشاره و بیان کرد: این موضوع نشانه آن است که ما در این حوزه رو به رشد هستیم، اما در کنار تقویت این نظام‌های گوناگون عرضه و فروش تصمیم داریم نسل جدیدی از بازارچه‌های صنایع دستی را ارائه دهیم تا ان‌شالله از دوره مدیریت ما باقی بماند.

|| ضرورت تقویت بازارچه‌های سیار

نامور مطلق، یکی از این برنامه‌های معاونت صنایع دستی را تقویت و راه‌اندازی بازارچه‌های مجازی دانست و گفت: نوع دیگر از بازارچه‌هایی که باید آن را تقویت کنیم بازارچه‌های دائمی در سطح شهرستان‌ها است؛ در حال حاضر نزدیک به ۱۰ بازارچه راه‌اندازی شده یا در حال راه‌اندازی هستند. برای نمونه بازارچه صنایع

اردیبهشت ماه ۱۳۹۴ نخستین فروشگاه مجازی صنایع دستی افتتاح شد. بهمن نامور مطلق با بیان اینکه افتتاح این فروشگاه یک رخداد بزرگ است، گفت: امیدوارم در سال جاری از این اتفاق‌ها بیشتر تکرار شود. یکی از سیاست‌های اصلی سازمان، توسعه بازار و عرضه صنایع دستی در کشور است. در حال حاضر در تولید وضعیت خوبی داریم و جزو سه کشور دنیا محسوب می‌شویم. اما در تجارت جزو سی‌امین کشور هستیم و این یعنی ما از کشورهای پس‌مانده در این زمینه هستیم.

معاون صنایع دستی کشور افزود: امیدوارم با ایجاد نظام‌های هدفمند و منظم عرضه و فروش بتوانیم به تجارت در این حوزه کمک کنیم. رویکرد معاونت صنایع دستی تقویت بازارهای موجود سنتی، گسترش و نظام‌های بازارهای جدید است. ما برآنیم تا بازارهای سنتی‌مان را احیا کنیم. امروز یکی از قطب‌های گردشگری بازارهای سنتی صنایع دستی است و باید حداقل بخشی از تیمچه‌ها را پس بگیریم.

|| رشد ۲۵ درصدی فروش در بازارچه‌های نوروزی

نامور مطلق با بیان اینکه هدف ما



۹۴ در حوزه صنایع دستی سال نساجی نامگذاری شد

نخستین نشست تخصصی گروه نساجی سنتی با حضور معاون صنایع دستی سازمان، کامران سبزی میدانی مدیر کل حمایت از تولید معاونت صنایع دستی و گروهی از استادان دانشگاه و متخصصان حوزه صنایع دستی برگزار شد.

باید فرایندی را در معاونت صنایع دستی دنبال کنیم تا به شکوفایی نساجی سنتی کمک کنیم؛ به طور قطع برگزاری چنین نشست هایی با در دستور کار داشتن ارتقا سطح کیفی نساجی سنتی می تواند مفید باشد. وی گفت: در همین راستا امسال به منظور بهینه سازی ابزار و وسایل کارگاهی اقدام به جمع آوری اطلاعات و نظرات سازنده و طرح های کاربردی متخصصین و فعالان حوزه صنایع دستی کردیم که در امر بهینه سازی و ارتقا سطح کیفی ابزار آلات برای ارائه صنایع دستی با کیفیت تر و مرغوب تر و نیز افزایش حجم تولید صنایع دستی تاثیر چشمگیری دارد.

به این دلیل که برند سازی و تولید انبوه نیازمند فراهم بودن ساختار کارگاهی و تجهیز آن است. همچنین امیدواریم امسال نساجی سنتی را به نقطه قابل قبولی در زمینه تولید و صادرات برسانیم. نامور مطلق همچنین لایحه تدابیر توجیهی اینکته تملی استان های کشور قابلیت احیاء و بازتولید صنایع دستی موجود را در زمینه تولید و بهرگزری مستمر این جلست و استفاده از تنبیر و تخصص شمایینز حمایت های مایه شد و توسعه صنایع دستی به ویژه نساجی سنتی دست یابیم. کامران سبزی میدانی مدیر کل حمایت از تولید معاونت صنایع دستی نیز در ادامه این نشست با اشاره بر لزوم توجه بیش از پیش به حوزه نساجی سنتی افزود: امسال

به ۱۰ دستگاه افزایش یابد و این امر را به عنوان یک حادثه مهم در راستای احیای هنر عبا فای گرامی بداریم. معاون صنایع دستی سازمان در ادامه با بیان این مطلب که در حوزه صنایع دستی دچار ضعف هایی هستیم که باید مرتفع شود تصریح کرد: در حال حاضر در حوزه آموزش و پژوهش، مواد اولیه و قیمت تمام شده کالاها، تعداد کم کارگاه های صنایع دستی با مشکلات و کمبود هایی مواجه هستیم که این موارد در کنار هم بازار صنایع دستی را آسیب پذیر کرده است. وی گفت: باید تلاش شود با تجهیز و افزایش کارگاه ها به حجم بالای تولید و برند سازی در حوزه صنایع دستی برسیم،

در ابتدای این نشست که با رویکرد آسیب شناسی نساجی سنتی ایران برگزار شد بهمن نامور مطلق معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی سازمان با اشاره به اهمیت نساجی برای حوزه صنایع دستی افزود: در گذشته کشور ما از پایگاه های مهم و اصلی نساجی در دنیا بوده است اما متأسفانه در حال حاضر جایگاه رضایت بخشی در این حوزه نداریم که باید در هر دو زمینه تولید و صادرات مورد توجه قرار گیرد. به همین منظور برای راه اندازی و فعال شدن نساجی کشور امسال را سال نساجی نامگذاری کردیم.

وی در ادامه با تاکید بر اینکه باید در حوزه تولید و صادرات صنایع دستی به جایگاه قابل قبولی برسیم گفت: باید جای خود را در صادرات تولیدات نساجی در جهان پیدا کنیم برای نمونه صادرات نساجی هند بیش از ۸۰۰ میلیون دلار است و صادرات ما در حوزه فرش و صنایع دستی در مجموع ۵۰۰ میلیون است که این رقم باید افزایش یابد. نامور مطلق با تاکید بر این که آمار فروش و صادرات باید افزایش یابد افزود: آمار فعلی، شایسته کشوری که صاحب تمدن غنی و صنایع دستی قدرتمند بوده نیست که اگر به خود نیاوریم و در این زمینه تلاشی نکنیم آنچه را که داریم نیز از دست می دهیم.

وی با اشاره به سفر اخیر خود به پوشهر افزود: در این سفر از کارگاه های عبا فای هم بازدید شد، هنر و صنعتی که می تواند برای بازار خوب و قدرتمندی باشد، متأسفانه تنها دارای ۴ دستگاه فعال بود که اگر این آمار افزایش نیابد این صنعت از دست می رود؛ در این سفر مقرر شد که این تعداد ابتدا

پورسانت راهنمایان تور، از مشکلات فروش صنایع دستی است

زهره وطن خواه، هم صنعتگر است هم دور میدان نقش جهان، فروشگاه صنایع دستی دارد. او در گفتگو با خبرنگار مهر به وضع بد فروش صنایع دستی در نوروز ۹۴ اشاره و بیان می کند: امسال، فروش نوروزی ما حدود ۱۰ میلیون تومان بود در صورتی که سال های پیش فروش ما حداقل ۳۰ یا گاهی ۴۰ میلیون تومان بود. اما پس از تعطیلات نوروز و در این روزهای اخیر، میزان فروش بالاتر رفته است.

این هنرمند صنایع دستی که ۱۲ سال است در زمینه ساخت و تولید مینا فعالیت می کند با اشاره به قیمت بالای این فرآورده دستی می گوید: بعضی معتقدند مینا، جنبه تزیینی دارد در حالی طرف مینا، بسیار کاربردی هستند اما چون، مینا جزو صنایع دستی نسبتاً گران است، کمتر کسی از آن استفاده می کند.

وطن خواه در پاسخ به این که آیا مینای چینی هم، چون خاتم در میدان نقش جهان به عنوان مهم ترین مرکز فروش صنایع دستی، راه پیدا کرده و جایگزین مینای اصفهان شده است می گوید: دو سال پیش مینای چینی هم وارد بازار شد. تفاوت این مینا با مینای اصل که

زاییده هنر اصفهانی هاست این است که مینای چینی، حالت چاهی دارد و رنگ آن بر اثر حرارت می سوزد اما مینای اصل، کوره دیده و رنگ آن پخته شده است. او بسته بندی را یکی از مشکلات صنایع دستی می داند و معتقد است: ما از سال ها پیش تاکنون، ظرف کوچک و بزرگی را که تولید می کنیم، داخل جعبه های جیر می گذاریم. البته با توجه به این که مینا، گران است بسیاری از مشتریان حاضر می شوند ۱۰ هزار تومان بابت بسته بندی یک ظرف مینا بپردازند گرچه هستند کسانی که حاضر به پرداخت این مبلغ نیستند. وی کسی که به فروشگاه من می آید و یک ظرف سفالی ۱۵ یا ۲۰ هزار تومانی می خرد حاضر نیست ۱۰ هزار تومان برای خرید جعبه و بسته بندی کالای خریداری شده هزینه کند و منطقی هم نیست.

به گفته وطن خواه، یکی دیگر از مشکلات فروشندگان صنایع دستی، درصدی است که راهنمایان گردشگری دریافت می کنند. به این معنی که تورلیدرها برابر با ۱۰ تا ۳۰ درصد قیمت فرآورده های دستی فروخته شده به گردشگران را از فروشندگان طلب می کنند. این هنرمند صنایع دستی، ۱۲ سال است که در زمینه مینا کاری فعالیت می کند و هنوز از طرف معاونت صنایع دستی بیمه نشده است. هنرجویان او هم بیمه نیستند. هنرجویانی که تعدادشان به ۴۲ نفر می رسد.

به گفته وطن خواه که هم صنعتگر است و هم معلم، دوره آموزش ابتدایی مینا کاری، یک ماه طول می کشد اما واقعیت این است که اگر هنرجویی بخواهد فوت و فن کار را بیاموزد باید یک سال و نیم تا دو سال، خاک بخورد و

کار کند و به شیوه «استاد و شاگردی» رمز و راز مینا کاری را بیاموزد. این هنرمند صنایع دستی با اشاره به این که فروش نباید برعهده هنرمند باشد می گوید: از هر ۱۰۰ هنرجوی من، ۱۰ نفر به طور مستقل وارد بازار کار شده اند. فروش، کار آسانی نیست و کار هنرمند نیست. هنرمند باید دغدغه تولید داشته باشد نه فروش. این مسئولان میراث فرهنگی و صنایع دستی هستند که باید زمینه های فروش بهتر را برای او فراهم آورند و کاری کنند که همه سود به جیب دلان و فروشندگان نرود و سر تولیدکنندگان صنایع دستی، بی کلاه بماند.

وطن خواه در پاسخ به این که طرح نشان دار کردن فروشگاه های صنایع دستی تا چه اندازه مانع از ارائه کالاهای چینی و تقلبی می شود گفت: سال گذشته بود که این طرح مطرح و حتی بیان آن، موجب شد تا از میزان کالاهای بی کیفیت کاسته شود. اما شرایط فروش صنایع دستی در اصفهان متفاوت و رابطه مندتر از شهرهای دیگر است.



کلیورگان رفت. روستایی در ۲۵ کیلومتری شهرستان سراوان و در ۳۹۰ کیلومتری جنوب زاهدان.

در کلیورگان مراحل اصلی ساخت سفال به عهده زنان است. زنان سفالگر کلیورگان هرگز از چرخ سفالگری استفاده نمی‌کنند و این ویژگی منحصر به فرد سفال کلیورگان در جهان است. در این روش تمام مراحل کار که شامل فشاردهی، شکل دهی و قوس دهی است، با دست انجام می‌شود.

سفال کلیورگان، فاقد لعاب است و سطوح مختلف ظرف‌های سفالی این منطقه با سنگ، صاف و هموار و صیقل داده می‌شوند. مشخصه‌ای که کلیورگان را از سایر مناطق سفالگری متمایز کرده، شیوه ساخت سفال در این منطقه است.

زنان کلیورگان، هنوز از همان روشی برای ساخت سفال بهره می‌برند که ۴ تا ۶ هزار سال پیش از آن استفاده می‌شده؛ به عبارتی می‌توان گفت تنها کارگاهی که هنوز به شیوه بدوی فعال و پا برجای به کارش ادامه می‌دهد، کارگاه سفال کلیورگان است. طرح‌ها و نقش‌های سفال کلیورگان، کاملاً هندسی و یادآور نقش‌های باستانی است؛ تزیینات روی سفالینه‌ها، نمادهای تجریدی است که از نسلی به نسل دیگر به یادگار مانده است و با ما از خواسته‌ها و آرزوهای زنان بلوچ می‌گوید.

سفال کلیورگان آنچنان که باید و شاید تبلیغ نشده اما آنقدر، منحصر به فرد است که اکنون، شهرت جهانی دارد؛ سفالینه‌ای که معاون صنایع دستی کشور از یگانه بودنش سخن می‌گوید اما از سفالگران هیچ‌گونه حمایتی نمی‌کند.



از ارمنان دریا تا سفالینه‌ای یگانه در دنیا

اینجا سرزمین نخل و آفتاب و شیشه‌های رنگی و پنجره‌های گره چینی است. با مردمی که به دریا دل بسته‌اند و روزی‌شان را از آن می‌گیرند. ماهیگیری می‌کنند و لنج می‌سازند و با هر ضربه چکش بر تن چوب، بایکدیگر سخن می‌گویند. آن هنگام که بادبان می‌افرازند و تور می‌اندازند و پارو می‌زنند و آواز می‌خوانند تا کمتر احساس خستگی کنند؛ آوازهایی که «نی‌مه» نامیده می‌شود.

شرایط معاونت صنایع دستی امکاناتی را در اختیار این دسته از هنرمندان قرار دهند. برای مثال غرفه‌هایی را به‌طور رایگان در نمایشگاه‌های صنایع دستی در اختیار هنرمندان حصیرباف بگذارد.

حصیربافی، یکی دیگر از صنایع دستی رایج در استان‌های حاشیه خلیج فارس است. این هنر، در استان‌هایی چون هرمزگان، بوشهر، و بخش‌هایی از سیستان و بلوچستان پیشینه‌ای کهن دارد. برگ

استان بوشهر و هرمزگان خاستگاه اصلی این هنر هستند؛ گرچه خوزستان هم سهمی دارد و سهم خوزستان را نمی‌توان از یاد برد. از سال‌ها پیش تاکنون، چه در بوشهر و چه در هرمزگان، دریانوردانی بادیان افراشته و دل به دریا زده‌اند و روزی خود را از خلیج همیشه پارس جسته‌اند؛ یا تخته بر تخته نهاده و لنج ساخته و آن را به نیلی بی‌کران دریا سپرده‌اند. سال ۱۳۹۱ بود که «مهارت‌های سنتی ایرانیان در لنج‌سازی و لنج‌سازی در خلیج فارس» به ثبت جهانی رسید این نخستین بار بود که نام «خلیج فارس» در مهم‌ترین مرکز فرهنگی جهان آورده می‌شد. امروز هم در سه استان هرمزگان، بوشهر و بخش‌هایی از خوزستان لنج می‌سازند. کشتی‌های کوچکی که اهمین بسزایی در ارتباطات تجاری خلیج فارس دارند.

لنج‌سازی، کار دشواری است و درآمد چندانی ندارد. به همین خاطر، کم‌کم، لنج‌های فایبرگلاس، که دوام کمتری دارند و در عین حال ارزان‌تر و آسان‌ترند جایگزین لنج‌های چوبی می‌شوند و روز به روز کارگاه‌های ساخت لنج‌های چوبی، جای خود را به کارگاه‌های تعمیر لنج می‌دهند. نسل جوان کمتر به ساخت لنج رو می‌آورد و دیگر چه دانش لنج‌سازی و لنج‌رانی در خلیج فارس جهانی بشود چه نشود، فایده‌ای ندارد. موسیقی بخشی‌های شمال خراسان هم



|| صدف‌هایی که ارمنان دریاست

اما هنر مردم جنوب، تنها حصیربافی نیست. مردم هرمزگان و بوشهر به انتظار جز و مد دریا می‌نشینند. وقتی ماه می‌تابد و درخشان است دریا برای ساحل نشینان، صدف‌های بسیار به ارمنان می‌آورد. زنان به ساحل می‌روند و صدف‌ها را جمع و رشته می‌کنند و با آن گردنبد و دستبند می‌سازند. گوشواره‌هایی درست می‌کنند تا من و تو به گوش خود بیاوریم و بخشی از دریا را با ۹۰۰د به این سو و آن سو ببریم. اما زنان جنوبی با صدف، تنها گردنبد و گوشواره و دستبند درست نمی‌کنند. زنان در هرمزگان و بوشهر دور قاب‌های کوچک چوبی را با صدف تزیین می‌کنند و گل سر و لوازم تزیینی بسیار با صدف می‌سازند. صدف‌هایی که در رنگ‌ها و اندازه‌های متفاوت دارند.

صدف‌هالی بزرگ‌تری هم هستند که قایقرانان و ماهیگیران از اعماق دریا با خود به ساحل می‌آورند تا زینت‌بخش اتاق من و تو باشد. تا گاهی که از هیاهوی شهر، دلمان گرفت گوش خود را به بی‌کران دریا بسپاریم و آرام شویم.

|| سفال کلیورگان؛ هنری که در دنیا نظیر ندارد

سفال کلیورگان اما منحصر به فرد است. شاید ردپای هنرهایی چون حصیربافی و تراش صدف و لنج‌سازی را در چند استان و چند شهر مختلف بتوان دنبال کرد اما به دنبال این سفالینه، تنها و تنها باید به

درخت خرما، به وفور در اختیار صنعتگران هرمزگانی و بوشهری و بلوچ است و تولید انواع فرآورده‌های حصیری که کاملاً جنبه مصرفی دارد در این مناطق و به‌ویژه در استان هرمزگان رواج بسیار دارد. زنان هرمزگانی، به‌ویژه شیرزانی که در میناب زندگی می‌کنند با برگ درخت خرما سبد و زیرانداز و کیف می‌سازند و در اختیار من و تو قرار می‌دهند.

حصیربافی از هنرهای دستی رایج در سیستان و بلوچستان هم هست. گرچه طبق گزارش‌ها، ۷۰ درصد پوشش گیاهی این منطقه به علت خشکسالی از بین رفته و ۲۰۰۰ حصیرباف بیکار شده‌اند. وضع حصیرباف‌های هرمزگان و بوشهر هم بهتر از این نیست. ای کاش در این

جهانی شد اما کدام بخشی قرار است این نوع موسیقی رازنده نگه‌دارد وقتی بخشی‌ای باقی نماند این گونه است که ثبت ملی یا حتی ثبت جهانی یک اثر تنها به آن جنبه موزه‌ای می‌بخشد و به زنده ماندن آن کمک نمی‌کند.

هنر است سازمان میراث فرهنگی و نهادهای مرتبط درمافی برای لنج‌سازی بیندیشند تا سازندگان درآمد بیشتری داشته باشند و بیمه شوند آن زمان می‌توان به باقی ماندن این دانش و این هنر - صنعت امیدوار بود. وگرنه چشم بر هم گذاریم نه از تاک نشانی باقی می‌ماند نه از تاک نشان.

|| وقتی ۲۰۰۰ حصیرباف سیستانی بیکار می‌شوند



به گفته هنگامی، صدف‌های ریز و صورتی رنگی هست که زنان از ساحل ناز با خود می‌آورند. این صدف‌ها کوچک‌ترین حلزون‌های خلیج فارس با رنگ طبیعی هستند که به گوشواره و گردنبند و دستبند تبدیل می‌شوند یا تراش داده شده و به قیمت بیشتری به فروش می‌رسند. از بعضی صدف‌ها هم برای تزئین جعبه دستمال کاغذی و قاب عکس چوبی و... استفاده می‌شود. آنچه اهمیت دارد این‌که زنان هنگامی آموخته‌اند به‌گونه‌ای صدف‌ها را گردآوری و رشته کنند که به اکوتوریسم دریا آسیبی نرسد.

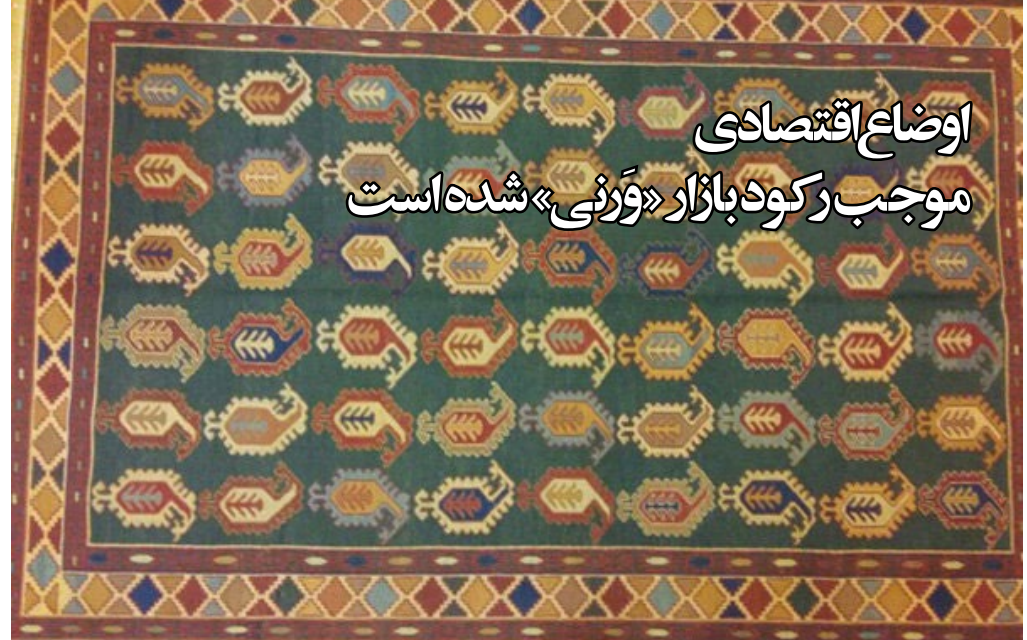
تومان می‌رسد و درآمد زنان به طور میانگین، ماهی ۳۰۰ تا ۵۰۰ هزار تومان است. او در پاسخ به این‌که زنان هنگام صدف مورد نیاز خود را چگونه تهیه می‌کنند گفت: صدف‌های بزرگ را قایقرانان و ماهیگیران از دریا با خود به ساحل می‌آورند و به زن‌ها می‌فروشند اما در ماه، دویار جزر و مد طولانی داریم. وقتی ماه می‌تاید و جزرومد طولانی است، زنان به ساحل می‌روند و صدف‌هایی که هدیه دریاست را جمع‌آوری می‌کنند و می‌شویند و به رشته می‌کشند.

وقتی صدف درآمدزایی می‌شود/ نباید به اکوتوریسم دریا آسیب برسد

آنچه ویژه این منطقه است را به عنوان سوغات با خود به همراه ببرند. از این‌رو توجه به فرآورده‌های دستی هر منطقه هم موجب رونق گردشگری و هم درآمدزایی برای مردم آن خطه می‌شود. به گفته این فعال حوزه گردشگری، سال ۱۳۸۹ در جزیره قشم، یک تعاونی صنایع دستی راه‌اندازی می‌شود که حوزه فعالیت آن در جزیره هنگام است. سال ۹۱ هم برای نخستین بار، کلاس آموزش صنایع دستی در هرمزگان برگزار شد تا علاقه‌مندان تراش صدف و سنگ‌های قیمتی را یاد بگیرند. هنگامی در پاسخ به این‌که چند دستگام تراش صدف در جزیره هنگام وجود دارد و چند درصد زنان به این کار مشغول‌اند گفت: امروز همه زنان هنگام در کار رشته کردن و تراش صدف هستند. ما یک دستگاه تراش صدف، به‌طور مشارکتی گرفته‌ایم تا همه زنان جزیره از آن استفاده کنند. قیمت گوشواری‌ای که تراش می‌خورد و از صدف‌های مرورپدساز ساخته می‌شود، به بالای ۱۰۰ هزار

افشین هنگامی، راهنمای گردشگری گفتگو با خبرنگار مهر گفت: من سال ۱۳۸۳، گردشگری جزیره هنگام را پایه‌گذاری کردم. آن زمان خودم، خانواده‌ام، راننده و قایقران از حضور گردشگران سود می‌برد و منتفع می‌شد. کم‌کم به تهران آمدم و عضو انجمن راهنمایان گردشگری شدم و از تجربیات همکاران خود بهره‌بردم و از فعالان عرصه گردشگری یاد گرفتم که رونق جوامع محلی در گرو توریسم و توسعه پایدار است. این کارآفرین برگزیده در جزیره هنگام، از جزایر خلیج فارس، گفته‌های خود را این‌گونه ادامه می‌دهد: سال ۱۳۸۷ با خانم‌های هنگامی، نشست داشتم و قرار شد بازارچه‌ای راه‌اندازی کنیم و دوشادوش یکدیگر برای توسعه گردشگری در جزیره هنگام بکوشیم. هنگامی، صنایع دستی و فروش آن را یکی از منابع درآمدزایی دانست و افزود: بی‌گمان، گردشگرانی که به استان هرمزگان، از جمله جزیره هنگام می‌آیند دلشان می‌خواهد،

نمایشگاه‌هایی که از سوی سازمان میراث فرهنگی برگزار می‌شود، شرکت می‌کنم. صفروند در پاسخ به این‌که آیا ۸۲ بافنده‌اش بیمه شده‌اند، بیان کرد: بافنده‌ها را معاونت صنایع دستی بیمه کرده و این کمترین امکانی است که می‌توان برای یک هنرمند، فراهم آورد اما هیچ‌کدام حقوق ثابت ندارند و دستمزد می‌گیرند. دستمزدشان هم متغیر است. او و بافنده‌هایش برای بافت ورنی از رنگ‌های طبیعی بهره می‌برند اما کار رنگرزی برعهده آنها نیست بلکه از کارشناسان رنگرزی می‌خواهند تا فلان رنگ قرمز را برایشان درست کنند یا بهمان رنگ آبی را می‌خواهند. به گفته صفروند در بافت ورنی‌ها بیشتر از پشم استفاده می‌شود چون ورنی‌های ابریشمی، گران هستند و مشتریان کمتری دارند آن هم در این اوضاع و احوال اقتصادی. این بافنده ورنی که در اردبیل زندگی می‌کند با شهرها و استان‌های دیگر کمتر در ارتباط است و تنها در نمایشگاه‌ها شرکت می‌کند. او در پاسخ به این‌که وقتی ارتباطش با شهرستان‌ها کم است چگونه بازاریابی و جلب مشتری می‌کند، گفت: ما فقط در نمایشگاه‌های داخلی و خارجی شرکت می‌کنیم و مشتریانی که از ما خرید می‌کنند، با تعریف از ورنی‌هامان برای دیگران، بر تعداد مشتری‌های ما می‌افزایند. به عبارتی روش تبلیغ و فروش ما، لفظی است.



اوضاع اقتصادی موجب رکود بازار «ورنی» شده است

داخلی و خارجی شرکت می‌کند، هم از ایران نشان ملی دریافت کرده هم از یونسکو، مهر اصالت. این هنرمند فعال در زمینه بافت ورنی به فروش و صادرات این فرآورده دستی اشاره و بیان کرد: در شرایط فعلی به خاطر اوضاع اقتصادی مردم، ورنی از فروش خوب و بالایی برخوردار نیست. ضمن این‌که خود من صادرات مستقیم ندارم. چون وقتی برایم باقی نمی‌ماند که هم تولید را جدی بگیرم هم فروش را. اما در همه

عشایری که امروز به دلایل بسیار یک‌جانشین شده‌اند. خود صفروند، نزدیک به ۱۵ سال است که با ۸۲ بافنده همکاری می‌کند. بافنده‌هایی که نه در یک کارگاه، بلکه در خانه‌های خود و به صورت پراکنده فعالیت می‌کنند. صفروند، طرح و نقشه و مواد اولیه را در اختیار بافندگان خود می‌گذارد و آنها شروع به بافتن می‌کنند. هرچند قیمت مواد اولیه بالا رفته و رنگ و پشم، بسیار گران شده است. این هنرمند که در بیشتر نمایشگاه‌های

علیرضا صفروند، هنرمند فعال در زمینه بافت ورنی به تفاوت‌های این نوع از دستبافت با گلیم اشاره و بیان کرد: ورنی برخلاف گلیم، پود دارد و گره می‌خورد و بر دار قالی ایستاده بافته می‌شود و طرح و نقشه دارد در حالی که گلیم برپایه طرح و نقشه ذهنی و بر دارهایی که روی زمین هستند بافته می‌شود. به گفته او، ورنی‌ها محصول دشت مغان در استان اردبیل هستند و بهترین بافندگان ورنی، ایلات و عشایر این منطقه هستند.



نوروز، سازمان‌های دیگر چون شهرداری هم بازارچه برپا می‌کنند اما آماري که ما اعلام می‌کنیم تنها از ان بازارچه‌هایی است که به همت سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری برگزار شده است.

از کالاهای قابل عرضه در استان‌های مختلف است اما ما از معاونت‌های صنایع دستی در استان‌های مختلف خواستهایم تا سوغات را از فرآورده‌های دستی جدا کنند. همچنین همزمان با

فروش نوروزی بازارچه‌های صنایع دستی ۲۴ میلیارد تومان بوده است

به نسبت سال گذشته از رشد ۷۶۶ درصدی برخوردار بوده‌اند. همچنین در بین استان‌ها، لرستان، صدرنشین رشد از منظر میزان فروش است. محمودیان در پاسخ به این که از ۲۴ میلیارد تومان، فروش بازارچه‌ها چه سهمی به ترشک و لواشک و آتش دوغ اختصاص دارد گفته این میزان فروش تنها متعلق به فروش صنایع دستی و بازارچه‌هایی است که از سوی سازمان میراث فرهنگی و مدیریت‌های استانی سازمان برگزار شده است و هیچ ربطی به سوغات و اقلام دیگر ندارد. مدیرکل صادرات صنایع دستی کشور در ادامه بیان کرد: سوغات هم بخشی

پویا محمودیان، مدیرکل صادرات صنایع دستی کشور از فروش ۲۴ میلیارد تومانی بازارچه‌های صنایع دستی در نوروز ۹۴ خبر داد و افزود: تعداد محل‌هایی که امسال در آن، بازارچه‌های صنایع دستی برگزار شده نیز نسبت به سال پیش ۷/۱۴ درصد افزایش داشته؛ بیشترین تعداد بازارچه‌ها به ترتیب در استان‌های گیلان و اصفهان و فارس و بالاترین آمار فروش متعلق به کرمان، مازندران، فارس، گیلان و استان یزد بوده است. او به رشد قابل توجه تعداد بازدیدکنندگان اشاره و بیان کرد: کسانی که نوروز ۹۴ از بازارچه‌های صنایع دستی بازدید کرده‌اند



تشکیل بازارچه‌های صنایع دستی ضروری است

واگذاری غرفه‌ها به فروشندگان نیست اما غرفه‌هایی که در اختیار هنرمندان قرار می‌گیرد باید رایگان باشد.

این هنرمند رشته نمدالی به ضرورت شکل‌گیری بازارچه‌های صنایع دستی اشاره و بیان می‌کند: باید چنین بازارچه‌هایی راه بیفتد تا جلوی دلالی‌های بزرگ گرفته شود. ضمن این که لازم است فضایی وجود داشته باشد تا هنرمندان در آن به ارائه کارهای خود بپردازند و ناچار نباشند در نمایشگاه‌های پولی شرکت کنند.

که همزمان با نوروز در نوشهر برگزار شد، خود من ۱۵ میلیون تومان از دوستان عالم در زمینه صنایع دستی، کار امانی گرفتیم.

|| دغدغه بیشتری نسبت به فروشندگان صنایع دستی داریم
پوری در ادامه بیان کرد: ما تولیدکننده‌ها دغدغه بیشتری نسبت به فروشندگان صنایع دستی داریم. فروشندگان اتحادیه و صنف خاص خود را دارند و قدرتمند هستند و معاونت صنایع دستی باید از تولیدکننده‌ها حمایت کند البته این به معنای عدم

واگذاری غرفه‌های رایگان، می‌توان از هنرمندان حمایت کرد.

وی در پاسخ به این که بعضی فروشنده‌های صنایع دستی معتقدند اگر نمایشگاه‌ها در اختیار فروشنده‌ها قرار بگیرد، فرآورده‌های دستی از تنوع بیشتری برخوردارند چون فروشنده‌ها با تعداد زیادی از تولیدکنندگان در ارتباط هستند گفت: ما تولیدکنندگان که زبان و حال هم را بهتر درک می‌کنیم و دردها‌مان مشترک است و اعتماد بیشتری به یکدیگر داریم. پوری ادامه داد: برای مثال برای نمایشگاهی

شاهرخ پوری، هنرمند فعال در زمینه نمدالی، حمایت از تولید را مهم‌ترین انتظار خود از معاونت صنایع دستی دانست و افزود: در سال‌های اخیر، معاونت صنایع دستی برگزاری نمایشگاه‌ها را به بخش خصوصی واگذار کرده؛ انتظار ما هنرمندان این است که اگر ۱۰۰ غرفه در نمایشگاهی برپاست، ۳۰ درصد آن به طور رایگان در اختیار کسانی قرار گیرد که مجوز تولید دارند. اصلاً حمایت از تولید به این معنی هم هست، یعنی با



حتی کارهایی که مهر اصالت یونسکو دارند هم کپی می شوند

کرده‌اند. از همان زمان با ستاد توانمندسازی امور بانوان شهرداری همکاری داشته و به دوخت و تولید کیف، پاپوش‌های سنتی و دفتر یادداشت‌هایی از جنس چرم طبیعی روی آورده‌اند.

مینا جوان می‌گوید: ما در کارهای خود از چرم طبیعی استفاده می‌کنیم. بخشی از این کارها با دست و بخش دیگری با استفاده از چرخ صورت می‌گیرد. از بته جقه و نشانه‌های سنتی در کارهامان استفاده می‌کنیم. ما به تازگی در کارهامان از تلفیق چوب و چرم استفاده می‌کنیم.

به گفته این کارآفرین جوان، یکی از کفش‌های چرم جوان، موفق به دریافت مهر اصالت از یونسکو شده؛ او و خواهرش با تولید کفش‌ها و کیف‌های چرمی توانسته‌اند برای تعدادی از زنان کارآفرینی

کنند. تعدادی از این زنان در خانه و تعدادی در کارگاه کار می‌کنند.

از جوان درباره نحوه فروش و ارائه محصولات می‌پرسیم و او می‌گوید: ما سال ۱۳۸۱ کار خود را با یکی از شهر کتاب‌ها آغاز کردیم. حالا بیشتر شهر کتاب‌ها و فروشگاه‌های صنایع دستی در تهران و چند شهر دیگر با ما کار می‌کنند. در کارگاه چرم جوان، چیزی به عنوان دورریز چرم وجود ندارد. آنها از ذره ذره چرم بهره می‌برند. به گفته جوان، قیمت کیف‌های چرمی که آنها تولید می‌کنند به نسبت این که بخش زیادی از کار با دست انجام می‌شود، پایین است. از سوی دیگر ما بازاریاب نداریم و محصولات ما معرف ما بوده‌اند و شهر کتاب‌ها ما را به صورت زنجیره‌ای به هم معرفی کرده‌اند.

مینا جوان درباره کفش‌های چرمی خود می‌گوید: پاپوش‌های ما بسیار سنتی است. قیمت پایه آنها ۸۶ دلار است. در ایران، کفش‌ها مان کمتر جا افتاده؛ این پاپوش‌ها شناسنامه دارند. کانادا، آمریکا و استرالیا خریدار کفش‌های ما هستند.

او در پاسخ به این که با توجه به این که در ایران، قانون کپی‌رایت به رسمیت شناخته نشده برای این که طرح‌ها مان کمتر کپی شود، چه می‌کنید، بین می‌کند: ما سال گذشته، طرح چهل تکه را به کارهامان

یک هنرمند فعال در زمینه سراجی سنتی می‌گوید: به ما گفته‌اند کارهایی که مهر اصالت یونسکو دارند قابل کپی کردن نیستند اما واقعیت این که ضامن اجرایی چندانی برای این گفته وجود ندارد.

به گزارش خبرنگار مهر، معاونت صنایع دستی استان تهران، همزمان با تولد حضرت فاطمه (س) و روز زن به همراه تعدادی از خبرنگاران این حوزه به بازدید از چند کارگاه و دیدار با بانوان هنرمند پرداخت. مینا جوان که در زمینه سراجی سنتی فعالیت می‌کند یکی از این افراد بود. او با خواهرش نیلوفر، از سال ۱۳۸۱ کار خود را آغاز

اضافه کردیم اما به خاطر نبود کپی‌رایت ناچار به تغییر دائم طرح‌ها و تولید آن به تعداد محدود هستیم. گرچه به ما گفته‌اند کارهایی که مهر اصالت یونسکو دارند قابل کپی کردن نیستند اما واقعیت این که ضامن اجرایی چندانی برای این گفته وجود ندارد

به گفته جوان ما برای این که بتوانیم به برند تبدیل شویم، نیازمند سرمایه هستیم. با توجه به این که کارهای ما دست‌دوز و تولیدمان محدود است، قیمت کارهامان تا حدی بالا می‌رود گرچه نهایت تلاش ما این است که قیمت‌ها را در حد معقول نگه داریم. معمولاً قیمت کیف‌ها ما از ۴۰ تا ۹۰ هزار تومان است.

این هنرمند فعال در زمینه سراجی سنتی می‌گوید: چرمی که ما ۱۲۰۰ تومان بابت خریدش پرداخت می‌کردیم حالا به ۷ هزار تومان رسیده؛ بسیاری از رنگ‌ها و مواد دباغی که از خارج می‌آمده، دیگر وارد نمی‌شود. همه اینها ما را دچار مشکل می‌کند.

هشت زن به طور ثابت با چرم جوان همکاری و به‌طور میانگین، ۱۵۰ تا ۲۰۰ کیف در هفته تولید می‌کنند. گرچه به گفته مینا جوان همزمان با ماه مبارک رمضان، تولید تقریباً متوقف و همزمان با نوروز به بالاترین میزان خود می‌رسد.

مدیر کل صادرات معاونت صنایع دستی کشور از اکسپوی میلان گفت:

فرصتی برای صادرات صنایع دستی / اقلام سفارش پذیر به «میلان» می‌روند

فرآورده‌های دستی چون مینا و خاتم و قلمزنی و سفال و معرق و منبت و گبه را در اختیار وزارت صنعت، معدن و تجارت گذاشته‌ایم. به زودی ۱۰ قلم دیگر هم به این فهرست اضافه می‌شود.

|| هنرمندان به میلان نمی‌روند

به گفته محمودیان، بخش دیگری از اکسپوی میلان، فعالیت‌های تجاری را شامل می‌شود. ما با مسئولان بخش تجاری اکسپو، جلسه گذاشته‌ایم. قرار است اتحادیه صنایع دستی به نمایندگی از هنرمندان این حوزه و همچنین صادرکنندگان، محصولات خود را در اختیار رئیس بخش تجاری اکسپوی میلان بگذارند تا به مدت ۶ ماه در این شهر به نمایش و فروش گذاشته شود.

مدیر کل صادرات معاونت صنایع دستی به این که اجناسی به اکسپوی میلان فرستاده می‌شوند که قابلیت سفارش‌پذیری داشته باشند اشاره و بیان کرد: هیچ یک از هنرمندان صنایع دستی به اکسپوی میلان نمی‌روند. ما در پی آن هستیم تا به جای افراد، اتحادیه‌ها و انجمن‌های صنفی به میلان بروند تا این فرصت شش ماهه در اختیار تعداد بیشتری از هنرمندان قرار بگیرد. ضمن این که اجناسی راهی اکسپوی می‌شود که سفارش‌پذیر باشند.

|| همه هزینه‌ها با وزارت صنعت است

محمودیان به هزینه‌های حضور در اکسپوی میلان اشاره

پویا محمودیان، مدیرکل صادرات معاونت صنایع دستی کشور، اکسپوها را رویدادهایی جهانی، فرهنگی و تجاری دانست که به‌طور معمول، هر پنج سال یک بار برگزار می‌شود. نخستین اکسپو در لندن برگزار شده و امسال، یعنی سال ۲۰۱۵، اکسپوی میلان برپا می‌شود و شعار اصلی آن «تغذیه زمین، انرژی برای حیات» است. به عبارتی اکسپوی امسال به تامین مواد غذایی برای همگان، حفظ تنوع گیاهی و جانوری و پاسداشت محیط زیست می‌پردازد.

به گفته مدیرکل صادرات معاونت صنایع دستی کشور، قرار است ۱۶۵ کشور در اکسپوی میلان شرکت کنند و به هر کدام از این کشورها، پاپوونی اختصاص داده شود. ۱۰ استند در پاپوون جمهوری اسلامی ایران گذاشته شده که قرار است با نفیس‌ترین اقلام صنایع دستی تزیین شود.

محمودیان در ادامه بیان کرد: مسئولیت پاپوون جمهوری اسلامی ایران به شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی، وابسته به وزارت صنعت، معدن و تجارت سپرده شده؛ از این رو وزیر صنعت و معدن، همزمان با آخرین روزهای نوروز، مهمان رییس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری بود تا از اقلامی که قرار است راهی میلان شوند، بازدید کند.

وی در ادامه بیان کرد: درست است ۱۰ استند در پاپوون جمهوری اسلامی ایران در اکسپوی میلان قرار داده شده اما ما تاکنون ۱۲ قلم از زیباترین و نفیس‌ترین



کرد و افزود: ما اجناس را تهیه و در اختیار شرکت سهامی نمایشگاه‌ها می‌گذاریم. نه سازمان میراث فرهنگی و نه هنرمندان و صادرکنندگان، هزینه‌ای را متقبل نمی‌شوند. ما فقط اقلام مورد نظر را تهیه می‌کنیم و در اختیار وزارت صنعت می‌گذاریم؛ همه هزینه‌ها با این وزارتخانه است. وی در پاسخ به این که برای حضور در اکسپوی میلان تا چه اندازه بازاریابی و مخاطب‌سنجی کرده‌اید گفت: ما چهارم اردیبهشت، نمایشگاه فلورانس را داریم به عنوان یکی از باسابقه‌ترین نمایشگاه‌های صنایع دستی در دنیا؛ پس از آن هم اکسپو به عنوان بزرگ‌ترین نمایشگاه صنایع دستی برگزار می‌شود. طبیعی است که برای حضور در این دو رویداد مهم سلیقه و پسند مخاطب خود را در نظر گرفته‌ایم.

محمودیان، حضور در اکسپوی میلان را اتفاق خوشایندی دانست و افزود: تعداد صادرکنندگان اروپایی ما به خاطر تحریم‌ها بسیار کم است و اکسپو فرصت خوبی برای مذاکره و صادرات صنایع دستی به اروپاست

می‌داند چقدر مبنای تقلبی با این امضا به مشتریان ارائه می‌شود.

|| قرار است فروشگاه‌های صنایع دستی را نشان‌دار کنند. این مساله تا چه اندازه باعث جلوگیری از فروش کالاهای تقلبی می‌شود؟

همه اینها رابطه‌ای است. من آشنا دارم فروشگاه‌ها نشان‌دار می‌شود و شما کسی را ندارید، سرت بی‌کلاه می‌ماند. باید تیمی متشکل از کارشناسان صنایع دستی وجود داشته باشد و بر کار فروشگاه‌ها نظارت کند. البته الان هم هستند کسانی که می‌آیند و کالاها را می‌بینند و نظر می‌دهند و گاهی به بهانه این که برخی محصولات مان قیمت ندارد ما را جریمه می‌کنند اما اینها کارشناس نیستند.

|| این که سازمان میراث فرهنگی باید تیم کارشناسی تشکیل دهد چه منافاتی با نشان‌دار کردن فروشگاه‌ها دارد؟

سازمان باید یک تیم بررسی کیفیت تشکیل دهد که اگر تولیدکننده‌ای، کالای نامرغوب تولید کرد بر آن نظارت داشته باشد.

|| این نظارت فقط باید شامل حال تولیدکننده‌ها شود نه فروشندگان؟

فروش برعهده بخش خصوصی و زیر نظر اتحادیه صنایع دستی است. فروشندگان از اتحادیه مجوز می‌گیرند. اگر معاونت صنایع دستی با اتحادیه ارتباط داشته باشد و نمایشگاه‌ها را به اتحادیه بسپارد خوب است.

|| اتحادیه صنایع دستی چه امکانی در اختیار اعضای خود می‌گذارد؟

هیچ... مهم‌ترین کمکی که اتحادیه می‌تواند به ما بکند، ورود در بحث مالیات است. ما چون کارت بازرگانی نداریم باید مالیات پردازیم در صورتی که صادرکنندگان صنایع دستی، طبق قانون معاف از مالیات هستند.

|| یکی از مواردی که بر فروش صنایع دستی تاثیر می‌گذارد، کاربردی نبودن آن است آن هم در این شرایط اقتصادی؛ کالاهای ما چه اندازه کاربردی است؟

بیشتر کالاهای ما کاربردی است. اصلا به نظر من هرکس باید یک تکه صنایع دستی داشته باشد. خیلی از مشتری‌های ما به فروشگاه که می‌آیند می‌گویند، شما پیر نمی‌شوید وقتی این همه زیبایی می‌بینید. صنایع دستی، روحیه دیگری به آدم می‌دهد.

|| آیا نظارتی بر قیمت صنایع دستی وجود دارد؟

تقریبا نه... نظارت قاعده‌مندی بر قیمت‌ها



هیچ نظارتی بر تولید و فروش وجود ندارد

فروش و عرضه، یکی از حلقه‌های بسیار مهم در زنجیره صنایع دستی است. فرآورده‌های دستی که تولید می‌شوند باید به بهترین نحو در اختیار مخاطب قرار بگیرند؛ اصلا تا خریداری برای این هنرها و صنایع وجود نداشته باشد، تولید بی‌معناست. اهمیت دادن به فروش صنایع دستی هم به رونق آن کمک می‌کند و موجب بهبود وضع و شرایط زندگی هنرمندان می‌شود هم به توسعه صادرات غیرنفتی و ارزآوری برای کشور کمک می‌کند.

|| به هر حال، هدف معاونت صنایع دستی، حمایت از تولیدکنندگانی است که فضایی برای ارائه هنر خود ندارند؟

وقتی نمایشگاه می‌گذارند، مردم علاقه‌مند می‌شوند و حتی اگر خرید هم نکنند، می‌روند ببینند چه خبر است. امسال سازمان میراث فرهنگی استان تهران، یک غرفه در اختیار من گذاشت، چیدمان نمایشی این غرفه به حدی زیبا بود که توجه مخاطبان را جلب می‌کرد. با این که من فروش نداشتم و به علاقه‌مندان نشانی فروشگاه‌ها را می‌دادم که در صورت تمایل به فلان آدرس بیایند و از کالاهای ما بازدید و آنچه دوست دارند را خریداری کنند.

توجه به فروشندگان هم موجب رونق صنایع دستی می‌شود هم کیفیت این فرآورده‌ها را بالا می‌برد. «سماعلی» در مینا کاری، برند بسیار معروفی است. خدا

مجتبی نیری که یکی از فعالان با سابقه در حوزه عرضه و صادرات صنایع دستی با چندین فروشگاه معتبر در تهران است که در گفتگویی صریح به ابعاد مختلف فرآیند عرضه صنایع دستی و ابهامات موجود در این عرصه بپردازیم. حاصل این گفتگو که می‌تواند نقطه آغاز پیگیری‌ها و آسیب شناسی‌های جدی‌تر در آینده باشد را در ادامه می‌خوانید.

|| تاکید مسئولان میراث فرهنگی و صنایع دستی در سال ۹۳ بر فروش بود؛ شرایط شما به عنوان یکی از فروشندگان صنایع دستی در سالی که گذشت چگونه بود؟

سال ۹۳، سال بسیار بدی برای ما به لحاظ فروش و صادرات صنایع دستی بود. دولت هم بودجه نداشت در نتیجه سازمان‌های دولتی، هزینه‌ای را به خرید هدایایی در قالب صنایع دستی اختصاص ندادند و همه اینها به فروشندگان آسیب زد. ضمن این که تعداد گردشگران کم بود.

|| اما آمار گردشگران با روی کار آمدن دولت یازدهم بالاتر رفته و این افراد، بخشی از خریداران صنایع دستی هستند؟

متأسفانه راهنمایان ما و کسانی که مسئول هدایت گردشگران هستند، آنها را بیشتر به اصفهان و شیراز می‌برند؛ شاید آمار فروش صنایع دستی در تهران بالا رفته باشد اما در تهران خبری نیست.

|| ارتباط معاونت صنایع دستی با شما چگونه بوده است؟

معاون صنایع دستی با تولیدکنندگان ارتباط است اما با فروشندگان، ارتباط چندانی از جانب معاونت وجود ندارد و جلسات مداوم و منظمی با فروشندگان صنایع دستی گذاشته نمی‌شود. در حالی که من نوعی که شش شعبه در خیابان ویلا دارم و با تولیدکنندگان مختلف از گلیم و گبه و خاتم و مینا و سفال و مس و شیشه و ... در ارتباط هستم، بهتر می‌دانم که خریداران چه چیز را بیشتر می‌پسندند و مشکل صنایع دستی ما کدام است.

|| آیا شما هم به عنوان یک فروشنده صنایع دستی در نمایشگاه‌های صنایع دستی شرکت می‌کنید؟

اولا در این نمایشگاه‌ها، تولیدکنندگان شرکت می‌کنند و سازمان میراث فرهنگی تا به حال فراخوان نداده و از فروشندگان دعوت نکرده تا در این نمایشگاه شرکت کنند. حتی سالی یک بار نمایشگاهی فقط برای فروشندگان برگزار نکرده؛ در صورتی که کالاهای ما متنوع‌تر است؛ تولیدکنندگان فقط می‌توانند هنر دست خود را ارائه کنند، حال آن که ما فروشندگان با هنرمندان رشته‌های مختلف در ارتباط هستیم و می‌توانیم صنایع دستی بیشتر و متنوع‌تری ارائه کنیم.

البته این که شما ۵ سال متوالی برنده مزایده بوده‌اید هیچگاه مورد تردید واقع نشود؟

خیر چرا که کیفیت فعالیت بنده مشخص بود. حتی در برخی از این سال ها من هیچ رقیبی در مزایده نداشتم چرا که برخی تردید جدی داشتند که بتوان در این شرایط به سوددهی رسید. با این شرایط اما از من هیچ حمایتی صورت نمی گرفت. حتی هرچه اصرار کردم با من قرارداد دو ساله ببندند نشد. اما با این شرکت، قرارداد دو ساله بسته‌اند. این واگذاری، بی ضابطه بوده؛ من دادگاه هم رفتم. قاضی گفت چون ملک، متعلق به سازمان میراث است باید آن را تحویل دهم.

حتی به آقای سلطانی فر، رییس سازمان میراث فرهنگی، چندین و چند نامه دادم اما هیچ جوابی نگرفتم. تولیدکنندگان صنایع دستی به اتحادیه نامه دادند اما آب از آب تکان نخورد. من یکی از بزرگترین فروشندگان صنایع دستی با ۴۰ کارمند بیمه‌ای هستم اما سازمان میراث هیچ حمایتی از من نمی کند

معاونت صنایع دستی فروشگاههای را طی یک مزایده به شما واگذار کرده بود؛ برسر آن فروشگاه چه آمد؟

آن فروشگاه دولتی سال ۱۳۸۷ تعطیل شد. اول مهرماه همان سال، سازمان آگهی مزایده داد. من هم یکی از متقاضیان بودم که برنده این مزایده هم شدم و ۱۷ میلیون ۵۱۶ هزار تومان فروشگاه را اجاره کردم و با اجاره فروشگاه، تحولی در تولید و فروش صنایع دستی ایجاد کردم. خاطر هست آن زمان، همه به من گفتند چطور می توانی این همه اجاره بدهی؟ اما من این کار را کردم و با ۴۰۳۰ فروشگاه در خارج از ایران تماس گرفتم و خواستند بخشی از کار خود را به صنایع دستی اختصاص دهند حتی با سازمان های دولتی ارتباط گرفتم اما..

ظاهرا فروشگاه را به کس دیگری واگذار کرده‌اند؟

ما ۵ سال کار کردیم. من در همان فروشگاه ۱۷ کارمند دارم. حالا فروشگاه را بدون مزایده به یک شرکت خصوصی واگذار کرده‌اند.

البته لزوما کیفیت ها هم با هم تفاوتی ندارد!

بله. به همین خاطر می گویم سازمان میراث فرهنگی باید یک گروه بازرسی تشکیل دهد. همان گونه که در این سازمان، بخشی وجود دارد که اجناسی که می خواهند از مملکت خارج شوند را بررسی می کنند و نظر می دهند که زیرخاکی هستند یا نه خوب است چنین قسمتی هم وجود داشته باشد که بر قیمت و کیفیت صنایع دستی نظارت کند تا هم فروشندگان هم خریداران بتوانند به آنجا مراجعه و اگر کیفیت کالایی که خریده‌اند، خوب نبود شکایت کنند.

پس این نظارت هم تولیدکننده را در برمی گیرد هم فروشنده صنایع دستی را؟

این یک چتر حمایتی برای من فروشنده است که پول می دهم و از تولیدکننده، کالا می خرم و حمایتی برای شما که از من نوعی خرید می کند وجود این سازوکار نظارتی باعث بالارفتن کیفیت کالا می شود.

وجود ندارد. به همین خاطر است شما به یک فروشگاه صنایع دستی می روید و یک مرتبه، ۲۰ هزار تومان برای یک کالای ۱۰۰ هزار تومانی به شما تخفیف می دهند. خود من ۱۷ درصد به قیمت خرید از تولیدکننده اضافه می کنم

یکی از گلایه‌ها، بالا بودن قیمت صنایع دستی در برخی مراکز فروش تهران است؛

شما می گویند ۱۷ درصد اضافه بر قیمت خرید می فروشید. من برای مثال، سفالینه‌هایی را دیده‌ام که پنج یا شش برابر قیمت لالچین در تهران به فروش می رسد!

این تفاوت فاحش به کیفیت کالاها برمی گردد. شما می توانید بشقاب سفالی را به قیمت ۲۰ هزار بخرید مشابه آن بشقاب ۸۰ هزار تومان باشد. این مساله ربطی به گران فروشی نفر دوم ندارد این به شباهت دو کالا و تفاوت در کیفیتشان برمی گردد. خیلی از خریداران، چنین چیزی را تشخیص نمی دهند.

فروش، وظیفه هنرمند نیست / آیا خاتم چین با اصفهان برابر است؟

محمد صادقی، هنرمند قلمزنی به طرح و بیان انتقادات خود از سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی پرداخت و گفت: یکی از مسایل مهمی که باید به آن توجه شود، فروش فرآورده‌های دستی است باید سازمان های متولی، راهی برای فروش بهتر آثار در نظر بگیرند یا تعامل بیشتر و بهتری بین هنرمندان و گالری دارها برقرار شود؛ چون فروش، وظیفه هنرمند نیست. هنرمند صنایع دستی، کار خود را تولید می کند این برعهده متولیان است که راهی برای ارائه و معرفی و فروش این آثار در نظر بگیرند.

آثار چینی، میدان نقش جهان را پر کرده‌اند

این هنرمند قلمزنی به این که آثار چینی، میدان نقش جهان را پر کرده‌اند گفت: میدان نقش جهان پر از کالای چینی است. از نگاه مخاطب، تفاوت چندانی به لحاظ کیفیت، میان خاتم چینی با خاتم اصفهان وجود ندارد. تازه خریداران خوشحال هستند که خاتم چینی را با قیمت ارزان تری می خرند و در این میان، نظارت چندانی از سوی دولتمردان بر ورود کالاهای قاچاق وجود ندارد همچنان که محکمی نیست تا کار اصیل را از غیراصیل جدا کند.

به گفته صادقی، کسانی در پی خرید صنایع دستی هستند که نیاز اولیه‌شان برآورده شده باشد و به اجاره خانه و هزینه خوراک و پوشاک و شهریه مدرسه فرزندشان فکر نکنند پس با این حساب، درصد کمی از مردم می توانند خریدار هنرهای سنتی و صنایع دستی ایرانی باشند. از سوی دیگر آنها هم که صنایع دستی ایرانی می خرند دنبال کارهای بی کیفیت و ارزان هستند. کسی نمی آید



می شود می آیند، قدرت خرید کارهای فاخر را ندارند. بیشتر می آیند تا گشتی بزنند و سوغاتی بخرند؛ سوغات هم تعریف خاص خود را دارد و چندان گران نیست. به همین خاطر بهتر است نمایشگاه‌ها رده‌بندی شوند تا مخاطبان بدانند با چه آثاری و چه میانگین قیمتی روبه‌رو هستند هرچند خیلی ناامیدکننده است که تو به شهرهای مختلف بروی و در نمایشگاه‌های متعدد شرکت کنی اما خریداری برای کارت وجود نداشته باشد.

به گفته این هنرمند قلمزنی، کارکرد نمایشگاه در همه جای دنیا، فروش نیست و نمایشگاه‌ها، بیشتر، فضایی برای تعامل تولیدکنندگان با یکدیگر و ارتباط با مخاطبان، به ویژه فروشندگان عمده و صادرکنندگان صنایع دستی است. هرچند نمایشگاه‌ها در ایران به فروشگاه تبدیل شده و تولیدکنندگان می کوشند تا اثر خود را به معرض فروش هم بگذارند اما در یک سیستم اصلی و هدفمند باید هنرمند اثر خود را پدیدآور و باقی مراحل را به متخصصان بسپرد تا فضایی برای معرفی و ارزشیابی و ارائه آثار او فراهم آورند.

چند میلیون بدهد کار مرا بخرد. کاری که برایش زمان و انرژی گذاشته‌ام و متفاوت با دیگر کارهاست. پس حتی از میان افراد اندکی که خریدار صنایع دستی هستند، بخش بسیار کمتری، کارهای فاخر را خریداری می کنند. این هنرمند اصفهانی به نشان دار کردن فروشگاه‌های صنایع دستی اشاره و بیان کرد: این طرح می تواند به ارائه کارهای اصیل و غیرتقلبی کمک کند اما به شرط این که ضابطه‌مند باشد و روابط، جای ضوابط را نگیرد. وگرنه این طرح هم راه به جایی نمی برد همان طور که گفتند و تصویب کردند سازمان های دولتی باید بخشی از بودجه خود را به خرید صنایع دستی اختصاص دهند اما در عمل چنین اتفاقی نیفتاد.

نمایشگاه‌های صنایع دستی رده‌بندی شوند

صادقی با اشاره به وضعیت نمایشگاه‌های صنایع دستی می گوید: کسانی که به نمایشگاه‌های صنایع دستی که به‌ویژه همزمان با نوروز در شهرهای مختلف برگزار

مد و لباس

لباس هر کس، نشان‌دهنده فرهنگ و هویت اوست. پس بهتر است من و توی ایرانی، لباسی بر تن کنیم که از هویت دیرینه ما سخن می‌گوید. اما تا چه اندازه پوشاکی طراحی و تولید می‌شود که با فرهنگ ما هماهنگی دارد؟ هر سال جشنواره‌ای با عنوان «جشنواره مد و لباس فجر» برگزار می‌شود و به معرفی طرح‌های برگزیده می‌پردازد اما این طرح‌ها تا چه اندازه به تولید انبوه می‌رسد؟ در این شماره از مجله صنایع فرهنگی به گفتگو با مدیر کارگروه مد و لباس وزارت فرهنگ و ارشاد و همچنین دبیر نخستین جشنواره دانشجویی دیبا پرداخته‌ایم.





برنامه‌های کارگروه مدولباس در سال ۹۴/ پوشاک ملی نشان دار می‌شود

زاویه دید تغییر کرده و آنها ناچار از توجه به این حوزه هستند. مجموعه تصمیم گیرندگان کشور این مساله را به عنوان یک نیاز امروز دیده‌اند و این یعنی اینکه دیگر مانند سابق به مد و لباس به عنوان یک مساله غیر ضروری نگاه نمی‌شود.

|| اعطای نشان ملی به ابتکارات و ایده‌های جذاب

وی در پایان در مورد آخرین وضعیت اهدای نشان تولید ملی به تولیدکنندگان و فروشندگان لباس نیز گفت: کار اجرایی اهدای این طرح در سال جاری به مرحله اجرا می‌رسد و بر اساس آن فروشندگان و تولیدکنندگانی که عرضه کننده طراحی و تولید داخلی باشند از سوی کارگروه شناسایی و تایید شده و این نشان را به دست خواهند آورد.

قبادی تصریح کرد: برنامه ما در این حیطه اهدای نشان های فروشگاههای است که توسط کارگروه به محصولات که با ابتکار و ایده‌های جذاب الگوهای ایرانی اسلامی در پوشاک را خلق و اجرا می‌کنند اهدا می‌شود. این نشان در نمایشگاه سال گذشته به صورت آزمایشی اهدا شد و مورد استقبال زیادی قرار گرفت. در پی آن دستورالعملی اجرایی برای اهدای آن تدوین شد که نهایی شده است و امیدواریم که در نیمه نخست امسال کار اهدای این نشان کاملاً اجرایی شود.

فعالیت های نرم فرهنگی است که با همکاری اتحادیه در حال اجرایی شدن است

خوشبختانه در سال های اخیر وبه دنبال چندین نمایشگاه مد و لباس این اتفاق رخ داده است. البته قبول داریم کاربرد ی کردن طرح های تولید شده کار سختی است و باید به نوعی سرمایه گذار را به انجام آن مجاب کرد و نیاز حرفه ای آنها را مدنظر داشت |

قبادی افزود: امسال بحث پیمایش تاثیرگذاری جریان مد و لباس اسلامی و ایرانی در جامعه را نیز در دست اجرا داریم و میخواهیم درصد و میزان تاثیرگذاری وضع موجود شناسایی و موانع پیش رو را نیز شناسایی کرده و سهم هر دستگاه را تعیین کنیم و بخواهیم عقب ماندگی هایشان را جبران کنند. تا پیش از این شاید بسیاری از دستگاه ها این مساله را حتی نمی‌دیدند اما امروز این

حوزه هستیم. الان نیز اگر اتفاقی در حال رخ دادن است به واسطه فعالیت بخش خصوصی است با نظارت دولت و هماهنگی و انسجام بخشی میان دستگاه های ذیربط است که امسال جدی تر خواهد بود. وی در پاسخ به سوالی در مورد ضمانت اجرایی تولید طرح های خلق شده توسط طراحان داخلی گفت: ضمانت اجرایی ما از جنس ضمانت هایی که همه می شناسیم نیست. ضمانت ما جنبه ای ترویجی دارد. ما به تولید کننده اجباری وارد نمی کنیم. سعی ما این است که در طراحی ها داتقه مخاطب در نظر گرفته شود. بهترین حمایت ما این است که امکان پیشنهاد طراحی های صورت گرفته به تولید کننده را فراهم می آوری. با این کار فضای غیر منسجم پیش از این با قبول کردن نقشی واسط و هماهنگ کننده توسط کارگروه سامان می گیرد.

|| سرمایه گذاران حوزه مد را باید مجاب کرد

دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس تاکید کرد: مد سازی یک فرآیند است و یک بخش خاص ندارد. پس طبیعی است که حاصل کار آن باید توسط چندین دستگاه تامین شود. خوشبختانه در سال های اخیر و به دنبال چندین نمایشگاه مد و لباس این اتفاق رخ داده است. البته قبول داریم کاربرد ی کردن طرح های تولید شده کار سختی است و باید به نوعی سرمایه گذار را به انجام آن مجاب کرد و نیاز حرفه ای آنها را مدنظر داشت. همه این کارها در حوزه

حمید قبادی دبیر کارگروه ساماندهی مد و لباس وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با اشاره به برنامه های کاری این کارگروه در سال جاری اظهار داشت: در راس سیاست های اجرایی ما در سال جاری، همانند سال گذشته، موضوع هویت بخشی قرار دارد. در همین راستا سال قبل در ارائه مجوز به موسسات تولید کننده و طراح مد و لباس گام های بزرگی برداشته شد.

وی افزود: در حال حاضر ۱۸۰ موسسه در حیطه کاری طراحی مد و لباس برای فعالیت در این زمینه در کارگروه تشکیل پرونده داده و ثبت نام کرده اند که از این میان ۶۰ موسسه کارشان به پایان رسیده و در حال فعالیت هستند. گام بعدی ما نیز هویت سازی بوده و هست. در این زمینه در حال حاضر می توانیم با اطمینان اعلام کنیم که در طراحی و ارائه الگوهای ایرانی اسلامی لباس دستمان کاملاً پر است و به اصطلاح می توانیم نیازهای حوزه تولید را تامین کنیم.

|| وارث ده ها سال عقب ماندگی هستیم

قبادی ادامه داد: برنامه امسال ما با همکاری اتحادیه سراسری پوشاک، کاربرد ی کردن سیاست هایی است که در سال قبل تدوین شده است به ویژه در حوزه طراحی مد در صدیدیم که سازو کاری طراحی کنیم که این آثار طراحی شده بتوانند به مرحله تولید جدی برسند. این کار البته همین الان هم شروع شده اما باید سرعت بیشتری به خود بگیرد. به هر حال وارث ده ها سال عقب ماندگی در این

جزئیات نخستین جشنواره مد و لباس دانشجویی / قرار نیست اعمال سلیقه کنیم



ثبت و از کپی کردن آن جلوگیری می‌کند ما با این کارگروه در ارتباط هستیم تا خیانت در امانت نکرده باشیم چون کارهای دانشجویان، به امانت در اختیار ما گذاشته شده است.

|| صفر تا صد مراحل برعهده خود دانشجویان است

زایجانی در پاسخ به این که جهاد دانشگاهی چه تعاملی با کارگروه مد و لباس برای تولید انبوه طرح‌های برتر دارد، گفت: آثار شرکت‌کننده از سوی استادان مورد داوری قرار می‌گیرند و انتخاب می‌شوند. بعد خود دانشجویان به بازاریابی طرح‌ها و دوخت‌های برگزیده می‌پردازند. به عبارتی صفر تا صد مراحل برعهده خود دانشجویان است از طراحی تا دوخت و بازاریابی را خودشان انجام می‌دهند.

معاون فرهنگی جهاد دانشگاهی واحد هنر به ثبت طرح‌های برگزیده اشاره و بیان کرد: ما قانون کپی‌رایت را به رسمیت نشناخته‌ایم و این مساله، گاه مشکل‌ساز می‌شود. به این معنی که طرح‌ها را کپی می‌کنند و امکان شکایت و پیگیری وجود ندارد. اما طی سال‌های اخیر، کارگروه مد و لباس ارشاد طرح‌ها را

چرا که در این بخش، طرح‌های برگزیده دوخته و داوری می‌شوند.

|| هدف ارائه الگویی مناسب به دانشجویان است

زایجانی، هدف از برگزاری این جشنواره را ارائه الگویی مناسب به دانشجویان دانست و افزود: قرار نیست اعمال سلیقه کنیم یا مدل و طرحی را به‌زور بر تن دانشجویان بپوشانیم. هدف این است که خود دانشجویان برای هم‌نوعان و هم‌نسلان خود، لباس طراحی کنند و بدوزند و به ارائه الگویی ایرانی-اسلامی بپردازند.

دبیر نخستین جشنواره دانشجویی مد و لباس دیبا در پاسخ به این که این جشنواره تا چه اندازه با جشنواره مد و لباس فجر همپوشانی دارد گفت: در جشنواره فجر، یک بخش دانشجویی وجود دارد. تلاش ما این است که به جای این که موازی کاری کنیم، برگزیدگان خود در بخش طراحی و دوخت را به این جشنواره که جنبه ملی دارد معرفی کنیم.

لهام زایجانی، دبیر نخستین جشنواره دانشجویی مد و لباس دانشجویی «دیبا» در گفتگو با خبرنگار مهر به بخش‌های مختلف این جشنواره اشاره و بیان کرد: جشنواره دیبا در دو بخش طراحی و دوخت برگزار می‌شود؛ چون یکی از اهداف ما حضور تعداد بیشتری از دانشجویان در جشنواره مد و لباس دیبا بوده و طبیعی است که همه آنها آمادگی حضور در بخش دوخت را ندارند اما می‌توانند در بخش طراحی شرکت کنند و به طراحی پوشش دانشجویی و مشاغل و طراحی فرم‌فارغ التحصیلی دانشجویان هنر بپردازند.

به گفته معاون فرهنگی جهاد دانشگاهی واحد هنر، طرح‌های برتر داوری و به صاحبانشان، گواهی طرح برتر و ۲۰۰ هزار تومان جایزه نقدی اعطا می‌شود؛ ضمن این که طرح‌های برتر می‌توانند در دوره بعدی جشنواره و در بخش دوخت شرکت کنند و دانشجویان برتر در زمینه طراحی فرصت این را دارند تا جشنواره بعدی کار خود را آماده و در بخش دوخت شرکت کنند.

|| نبود کپی‌رایت یکی از دغدغه‌های اصلی طراحان مد و لباس

این طراح چادر در پاسخ به این که تا چند سال پیش همه چادر ساده بر سر می‌کردند اما حالا چادرهای قجری و مدل‌های دیگر مد شده گفت: هنرمندان طراح، می‌توانند طرح‌های متفاوت را تولید و به مخاطب خود ارائه کنند. به عبارتی می‌توانند به سلیقه آنها جهت دهند. گواه این ادعا هم، پرسش خود شماست. شاید تا چند سال پیش کسی جز چادرهای معمول چادر دیگری بر سر نمی‌گذاشت اما حالا هستند کسانی که از رنگ‌ها و طرح‌های متفاوت چادر استقبال می‌کنند.

به گفته منصوری، مشتری امروز با انواع و اقسام رنگ‌ها و طرح‌ها روبه‌روست در نتیجه از چادر قدیمی و معمول، خسته شده و دلش می‌خواهد طرح‌های دیگر را هم امتحان کند به همین خاطر و در این دوره و زمانه، نوآوری حرف اول را می‌زند و طراحی موفق است که خلاقانه‌تر رفتار کند. هرچند تغییر در چرخه تولید بسیار هزینه‌بر است تولیدکنندگان نمی‌توانند هر چند وقت یک بار به ارائه طرحی متفاوت بپردازند.

|| می‌توان به سلیقه مخاطبان جهت داد

فاطمه منصوری یکی از اعضای گروه «طراحان» که چندی قبل چهار نفر از برگزیدگان جشنواره مد و لباس فجر آن را به منظور طراحی چادرهای متنوع تشکیل دادند، در گفتگو با خبرنگار مهر به پیشینه این گروه اشاره و بیان کرد: چهار نفر از اعضای برگزیده جشنواره مد و لباس، گروه طراحان را تشکیل داده‌اند تا به طراحی چادرهای متفاوت بپردازند چون همه تنوع را دوست دارند و خوب است چادری که خانم‌های ایرانی بر سر می‌گذارند از طرح و حتی رنگی متفاوت برخوردار باشد گرچه هنوز هم، تصور بسیاری بر این است که چادر باید مشکی باشد.

به گفته او، چادرهای گروه طراحان، رنگ‌ها و طرح‌های متفاوتی را شامل می‌شود از چادرهای سنگ‌دوزی شده تا چادرهای بسیار ساده که برای محیط کار طراحی و دوخته شده؛ قیمت این چادرها هم متفاوت و از ۸۵ هزار تا چند صد هزار تومان است.

لزوم نوآوری در طراحی چادرا می‌توان به سلیقه مخاطبان جهت داد

منصوری به ضرورت شناخت سلیقه مخاطب اشاره و بیان کرد: ما باید مشتری خود را بشناسیم و سلیقه او را بدانیم و براساس آن چادر طراحی کنیم. هستند مشتریانی که به ما سفارش رنگ‌ها و طرح‌های مختلف می‌دهند. اما هنوز بیشتر خانم‌ها، مشکی را بر رنگ‌های دیگر ترجیح می‌دهند.

منصوری به ضرورت شناخت سلیقه مخاطب اشاره و بیان کرد: ما باید مشتری خود را بشناسیم و سلیقه او را بدانیم و براساس آن چادر طراحی کنیم. هستند مشتریانی که به ما سفارش رنگ‌ها و طرح‌های مختلف می‌دهند. اما هنوز بیشتر خانم‌ها، مشکی را بر رنگ‌های دیگر ترجیح می‌دهند.

منصوری به ضرورت شناخت سلیقه مخاطب اشاره و بیان کرد: ما باید مشتری خود را بشناسیم و سلیقه او را بدانیم و براساس آن چادر طراحی کنیم. هستند مشتریانی که به ما سفارش رنگ‌ها و طرح‌های مختلف می‌دهند. اما هنوز بیشتر خانم‌ها، مشکی را بر رنگ‌های دیگر ترجیح می‌دهند.



پویانمایی

سازندگان انیمیشن با تفکری فلسفی دستگاه‌های بازی را به مثابه یک جهان تصور کرده‌اند که در هر یک از آن دستگاه‌ها سرزمین‌های گوناگون و قوانین متفاوتی وجود دارد. در این انیمیشن، سرزمین‌های گوناگون با عقاید فکری متفاوت به سه بخش تقسیم شده است: سرزمین رالف، به عنوان یکی از سرزمین‌های مورد تاکید در انیمیشن از نمادهای ساخت و ساز، خرابکاری توسط رالف، بیپ‌کاری تعمیرچکش سحر آمیز فلیکس و حضور انسان‌های کوتوله بسبب‌های ستالینی همگی از جمله المان‌های جامعه کمونیستی است.

به تصویر کشیدن سبک قدیمی و منقرض شده این سرزمین در برابر دیگر سرزمین‌ها القا کنند و پاشی کمونیسم و شوروی به مخاطب است؛ سرزمینی که هم‌اکنون زندگی در آن جریان دارد مادر برابر دیگر سرزمین‌ها جلال و جبروت خود را از دست داده است.

در سرزمین بازی «وظیفه قهرمان»، نیروهای ویژه تحت سرپرستی گروه‌بان کالپون وظیفه جنگ با دشمنانی را که ویروس نامیده می‌شود، دارند. فضای به تصویر کشیده در این سرزمین همگی از نمادهای مدرن نظیر زره‌ها و اسلحه‌های پیشرفته برای سربازان و ساختمان‌هایی با معماری ویژه شکل گرفته است. شمایل فرمانده کالپون با چشمانی آبی و موهای طلایی که به عنوان نماینده ای از یک انسان آنگلا ساگون تلقی می‌شود تصویری از تمدن غرب را به مخاطب القا می‌کند. در این بازی گروهی از کوماندوهای آمریکایی و تعلیم دیده به مقابله با تروریست‌ها و دشمنانشان می‌پردازند.



داشتنی را برای وی رقم زده و همین موضوع سبب شده میزان حساسیت و برانگیزانه وی در بازی، که شخصیت منفی محسوب می‌شود با حس مثبتی برای مخاطب تلطیف شود.

رالف از خود سوال های زیادی دارد، او می‌خواهد معنا و نقش خود در زندگی‌اش را بداند بنابراین با خود وارد چالشی شده و از خود می‌پرسد اگر نخواهم آن چیزی باشم که برایش برنامه‌ریزی شده‌ام چه می‌شود؟ آیا می‌شود بد نباشم؟ به واقع رالف سمبل مبارزه با روزمرگی است.

فلیکس: مرد کمک‌رسانی با مهارت های نامحدود است که برای نجات دادن می‌آید و قلب ساکنان ساختمان هایی را که رالف ویران کرده به دست می‌آورد. معمولا فلیکس به مهمانی های اشرافی دعوت می‌شود در حالی که رالف هر شب را در یک حیاط نامناسب می‌گذراند.

گروه‌بان کالهن: او سرباز زن تحریف و به شدت سخت‌کوش و سختگیری است که تا به حال جز با مردانی که قصد داشته به آنها دستور بدهد، با مرد دیگری آشنا نشده است. او در دنیای بازی «وظیفه قهرمان» زندگی می‌کند.

صدایشگی

جان سی. رابلی، سارا سیلورمن، جین لینچ و جک مک برابری صدایشگی گروه آشنوبری را بر عهده دارند که قرار است شر به پا کنند.

افسردگی رالف با صدای جان سی. رابلی به خوبی نمایش داده شده است. کسی که می‌تواند به صورت طبیعی صدایش را بالا ببرد، از سوی دیگر فلیکس با صدای شاد و روحیه‌بخش جک مک بایر صداگذاری شده است.



«رالف خرابکار» حمله غرب به شرق را توجیه می‌کند/ سلطان نبات کیست

انیمیشن «رالف خرابکار» را می‌توان یکی از پیچیده‌ترین فیلم‌هایی دانست که دیزنی تولید کرده و در لایه‌های زیرین آن به شکلی حرفه‌ای پیام‌های سیاسی خود را به باور ذهنی کودکان تبدیل می‌کند.

با ونلویه که به واقع بانوی واقعی آن بازی محسوب می‌شود دشمن است و تمام تلاش خود را برای اجازه ندادن به وی برای ورود به بازی رالی انجام می‌دهد چرا که در صورت عبور ونلویه از خط پایان بازی، فریب سلطان نبات برای همگان آشکار می‌شود. در نهایت رالف و ونلویه به کمک شخصیت بازی‌های دیگر یعنی گروه‌بان کالهن و فلیکس از دست سلطان و ویروس‌ها نجات پیدا می‌کنند و تمامی اتفاقات روی داده برای رالف موجب می‌شود تا وی از خواست قلبی خود صرف‌نظر کند و به عنوان شخصی منفی اما با سبک زندگی دیگر، واقعیت خود را بپذیرد.

شخصیت‌های انیمیشن

رالف: او شخصیت اصلی است و خط اصلی فیلم بر محوریت این شخصیت پر زور، قوی اما مهربان شکل گرفته است. شخصیت پردازی رالف، سبک پوشیدن لباس، پاره بودن آستین، آویزان بودن بخشی از لباس، دستان پر قدرت و چهره کاریگرای او، شخصیتی دوست

رالف از شکست‌های همیشگی خود که سی سال است آن را لمس می‌کند خسته و ناراحت است و آرزو دارد فرار کند و همین بهانه‌ای است تا داستان فیلم با داستان بازی تفاوت داشته باشد. سفرهای رالف از داخل کابل‌های برق و موج‌های پروژکتور به جایی که زمین مرکزی بازی نام دارد صورت می‌گیرد. محلی که شخصیت‌ها می‌توانند در آن جا با هم ملاقات کنند. رالف تصمیم دارد با به دست آوردن یک مدال قهرمانی، خود را به دیگر شخصیت‌های بازی اثبات کند اما مشکل آن است که شخصیت منفی بازی بر اساس برنامه ریزی صورت گرفته هیچ‌گاه نمی‌تواند به مدال قهرمانی دست پیدا کند. این جاست که اخطار داده می‌شود.

اگرچه معمولا قوانین بازی ممکن است باعث مرگ مکرر آنها در طول بازی شود، اما اگر خارج از بازی اتفاقی برایشان بیفتد به آخر خط رسیده‌اند. رالف که از این موضوع آگاه است دست از تلاش برنمی‌دارد و برای به دست آوردن مدال به فکر ورود به دیگر بازی‌ها می‌افتد، اما خطرناک‌بودی او را تهدید می‌کند.

رالف در یکی از بازی‌ها به نام «تندای وجدان» مدال قهرمانی را به دست می‌آورد. اما اتفاق‌هایی روی می‌دهد که موجب می‌شود او همراه ویروس این بازی به سرزمین بازی دیگری که «شکرشتاب» نام دارد منتقل و با دختر بچه‌ای به نام ونلویه آشنا شود. این دختر که دچار نقص در برنامه ریزی است و تصویرش پیکسل‌پیکسل و شطرنجی می‌شود از مدال رالف برای ورود به مسابقه بازی رالی استفاده می‌کند.

پادشاه آن بازی که سلطان نبات معرفی می‌شود و سلطان دروغین آن بازی است

«رالف خرابکار» پنجاه و دومین انیمیشن در تاریخ دیزنی است که سال ۲۰۱۲ میلادی توانست به موفقیت چشم‌گیری دست پیدا کند. فیلم در واقع سفری به دنیای بازی‌های ویدیویی است که هم برای دوستداران انیمیشن و هم بازی‌های ویدیویی جالب است.

فیلم در پرداختن به این نکته که در این دنیا همه چیز به چیزهای دیگر مرتبط است فوق‌العاده هوشمندانه عمل می‌کند. تصویر کردن نامیدی ویران‌کننده یک کودک هنگامی که بازی ویدیویی هنگ کرده و درست عمل نمی‌کند لحظه‌ای دیدنی و تاریخی را خلق می‌کند.

کارگردان این انیمیشن ریچارد مور از سازندگان سریال «سیمپسون‌ها» است که قصه انیمیشن هم متعلق به اوست و فیل جانستون و جنیفر لی بر اساس آن داستان، فیلمنامه را نوشته‌اند. جان بخشیدن به تخیلی درون یک تخیل دیگر، تلفیقی از تم قدیمی یک بازی با دنیای دیگر بازی‌های جدید، به تصویر کشیدن گذشت سی سال از سالگرد بازی فلیکس و رالف به عنوان دو قطب مثبت و منفی بازی و نمایش دادن آنان در برابر دنیای بیرون کودکان، داستانی جذاب و استثنایی را در این انیمیشن رقم زده است.

این فیلم درباره این مساله که دنیای الکترونیکی، روابط انسانی را از نو تعریف کرده است، سخن می‌گوید.

ریچ مور که این فیلم اولین تجربه کارگردانی انیمیشن بلند سینمایی اش به شمار می‌رود، در هیچ یک از لحظات این فیلم پر جنب و جوش، چیزی را از قلم نمی‌اندازد. فیل جانستون که سابقه نوشتن برای فیلم کم‌دی را دارد و جنیفر لی که اولین تجربه سینمایی اش را پشت سر می‌گذارد، فضایی ایجاد می‌کنند تا رابلی و سیلورمن بتوانند هنگام صدایشگی بداهه‌گویی‌هایی هم در جهت افزایش طنز داستان انجام بدهند.

این انیمیشن در جوایز گلدن گلوب و اسکار نامزد بهترین فیلم انیمیشن بود و در نهایت توانست جایزه انی را برای بهترین فیلم پویانمایی از آن خود کند. هزینه ساخت این انیمیشن ۱۰۸ دقیقه‌ای، ۱۶۵ میلیون دلار اعلام شده است و به عبارتی هر دقیقه از این انیمیشن ۱۵ میلیون دلار (۴۵ میلیارد تومان) هزینه در بر داشته است. این محصول در نهایت با فروش نزدیک به ۴۳۶ میلیون دلار، نشان داد که توجه زیادی را جلب کرده است.

قصه از کجا شروع شد؟

رالف، معروف به رالف خرابکار شخصیت یکی از بازی‌های کامپیوتری است و داستان این انیمیشن حول زندگی کسل‌کننده او می‌گردد. رالف خرابکار، نقش منفی یک بازی دهه هشتاد، به نام «فلیکس همه‌کاره کوچک» است، که دیگر از منفی بودن خود خسته شده و قصد دارد مانند شخصیت مثبت بازی یعنی فلیکس، به قهرمان تبدیل شود.





پیام ایدئولوژیک انیمیشن
سازندگان انیمیشن با تفکری فلسفی دستگاه‌های بازی را به مثابه یک جهان تصور کرده‌اند که در هر یک از آن دستگاه‌ها سرزمینی با رسم‌های گوناگون و قوانین متفاوتی وجود دارد. در این انیمیشن سرزمین‌های گوناگون با عقاید فکری متفاوت به سه بخش تقسیم شده است. در سرزمین رالف به عنوان یکی از سرزمین‌های مورد تأکید در انیمیشن از نمادهای ساخت و ساز، خرابکاری توسط رالف با تیپ کارگری، تعمیر با چکش سحرآمیز فلیکس و حضور انسان‌های کوتوله با سیبل‌های استالینی همگی از جمله المان‌های جامعه کمونیستی است. به تصویر کشیدن سبک قدیمی و منقرض شده این سرزمین در برابر دیگر سرزمین‌ها، القاکننده فروپاشی کمونیسم و شوروی به مخاطب است؛ سرزمینی که هم‌اکنون زندگی در آن جریان دارد اما در برابر دیگر سرزمین‌ها جلال و جبروت خود را از دست داده است.

در سرزمین بازی «وظیفه قهرمان»، نیروهای ویژه تحت سرپرستی گروهان کالهن و وظیفه جنگ با دشمنانی را که ویروس نامیده می‌شود، دارند. فضای به تصویر کشیده در این سرزمین همگی از نمادهای مدرن نظیر زره‌ها و اسلحه‌های پیشرفته برای سربازان و ساختمان‌هایی با معماری ویژه شکل گرفته است. شمایل فرمانده کالهن با چشمانی آبی و موهای طلایی که به عنوان نماینده‌ای از یک انسان آنگلا ساگسون تلقی می‌شود تصویری از تمدن غرب را به مخاطب القا می‌کند. در این بازی گروهی از کوماندهوهای آمریکایی و تعلیم دیده به مقابله با تروریست‌ها و دشمنانشان می‌پردازند.

در سیر انیمیشن و بعد از معرفی دو سرزمین با نمادهای خاص از دو تفکر متفاوت و به دست آوردن مدال قهرمانی توسط رالف، وی به طور ناگهانی با یکی از ویروس‌های بازی «وظیفه قهرمان» به سرزمین پر زرق و برق و آبنباتی شکر شتاب وارد می‌شود؛ سرزمینی ثروتمند و سرشار از منابع که در ابتدای ورود رالف به آن این موضوع به خوبی به چشم می‌خورد. این سرزمین بر خلاف دو سرزمین قبلی، توسط پادشاهی به نام سلطان نبات اداره می‌شود.

او فریبکار است، با چهره‌ای دلچسپ گونه‌ای که با نفوذ از سرزمین دیگری به حکومت در بازی شکر شتاب دست پیدا کرده است، سلطان نبات برای حکومت بر مردم نیاز به اغواگری و اقناع آنها دارد به این دلیل او با پاک کردن حافظه مردم و قفل زدن به آن توانسته است بر مردم حکومت کند این سرزمین نماینده کشورهای پادشاهی اعراب است.

به هنگام ورود رالف به سرزمین شکر شتاب، او با خود ویروسی را از سرزمین وظیفه قهرمان وارد می‌کند که در صورت عدم پیدا شدن آن، ویروس شروع به تخرم‌گذاری کرده و در نهایت موجب نابودی کل سرزمین شکر شتاب می‌شود. همین امر بهانه‌ای می‌شود تا فرمانده کالهن که نمادی از اندیشه غرب است، همراه فلیکس به عنوان سمبلی از تمدن شرق برای کمک به رالف و نابودی

ویروس‌ها وارد شکر شتاب شوند. شاید بتوان اصلی‌ترین پیام کارگردان و القای آن به مخاطبان کودک و بزرگسال این انیمیشن را سکانس ورود نمایندگان این دو تفکر به سرزمین پادشاهی دانست؛ ویروس‌هایی که با ایجاد تهدید برای مردم شکر شتاب حکم تروریست‌ها را دارند. کالهن به عنوان سربازی از تمدن غرب به همراهی فلیکس تعمیر کار، برای ایجاد ثبات و تعادل و حفظ سرزمین مردم شکر شتاب از دست تروریست‌ها به این سرزمین ورود می‌کند تا همین تصویرسازی ماهرانه، القایی غیرمستقیم را در ضمیر ناخودآگاه کودک بنشانند. کودکی که با این تصویرسازی‌ها بزرگ می‌شود در آینده حمله نظامی آمریکا به سرزمین پادشاهی و یا هر سرزمین دیگری که مورد خصم آمریکا واقع شده است، در ضمیر وجودش توجیه شده و کودک از هم‌اکنون در خود اعتماد به تصمیمات مدیران کلان آمریکایی و به طور کلی تمدن غرب را بدون چون و چرا می‌پذیرد.

کیفیت تکنولوژیکی انیمیشن

در این انیمیشن دیزنی سیستم نورپردازی جدیدی را با مجموعه‌ای از ابزارهای جدید تکنیکی به کار گرفته است و به همین دلیل جذب نشن به گرافیک فوق‌العاده این انیمیشن کار بسیار مشکلی است. مدیر فنی دیزنی یعنی اندی هنریکسون از ابزارهای نوین دیجیتال برای کار استفاده کرده که به هنرمندان استودیو امکان کارهای خارق‌العاده‌ای را داده تا انیمیشنی دیدنی بسازند. طریق گفته‌وی، «رالف خرابکار» از پیچیده‌ترین فیلم‌هایی است که در دیزنی تولید شده است. برای «رالف خرابکار» علاوه بر اصلاح و نوسازی خط تولید و استفاده از یک دوربین فیلمبرداری شکار حرکت مجازی جدید که به کارگردان فیلم ریچ مور اجازه می‌داد به صورت همزمان در صحنه‌های فیلم همراه با ساخت آن حرکت کرده و حرکت‌های دوربین را اصلاح کنند.

برای ساخت دنیای کاملی از آبنبات‌ها، گروه توسعه تصویری انیمیشن به بزرگترین نمایشگاه آب نبات جهان در کلن آلمان سفر کردند تا خود را در آبنبات‌های سراسر دنیا غرق کنند. آنها غرق در نورپردازی‌های جالبی شدند که برای نمایش آبنبات‌ها به کار گرفته شده بود. بعد آنها به شرکت تولیدکننده آبنبات رفتند تا ببینند پویایی یک شرکت عظیم تولید آب نبات به چه صورت

است. یکی از نتایج مهمی که به دست آمد استفاده از رنگ‌های گرم در سمت سایه بود تا غذا خوشمزه‌تر و جذاب‌تر به نظر برسد.

موفقیت‌های انیمیشن

استودیو دیزنی با دریافت ۵ جایزه شامل جایزه بهترین فیلم بلند انیمیشن برای «رالف خرابکار» فاتح چهارمین دوره جوایز سالانه انی در سال ۲۰۱۳ شد. این فیلم علاوه بر جایزه بهترین فیلم بلند انیمیشن، در بخش‌های کارگردانی برای تلاش ریچ مور، موسیقی، صدایشگری آلن تیودیک و فیلمنامه برای فیل جانسون و جنیفر لی هم پیروز شد.

این فیلم جایزه بهترین فیلم انیمیشن را از انجمن تهیه‌کنندگان آمریکا دریافت کرد و همراه «شجاع»، «فرانکن‌وینی»، «پارانورمن» و «زلزله دریایی! گروه ناجورها» از نامزدهای جایزه اسکار بهترین فیلم بلند انیمیشن بود.

منتقدان چه گفتند

«رالف خرابکار» در مجموع نقدهای مثبتی از منتقدان دریافت کرد و در وب سایت راتن تومیتوز ۸۶ درصد منتقدان به آن نظری مثبت دادند که در نهایت از میان ۱۶۸ نقد، امتیاز ۷.۵ از ۱۰ را به دست آورده است.

نظر بتسی شارکی منتقد لس آنجلس تایمز

این منتقد با دادن امتیاز ۹ از ۱۰ می‌نویسد: تنها نوجوان درون من که به بازی‌های ویدیویی معتاد بود، نیست که انیمیشن جدید دیزنی «رالف خراب کار» را ستایش می‌کند. محوریت این اثر روی ماجراهای

یک شخصیت گردن کلفت و دوست‌داشتنی از درون بازی‌های ویدیویی است و میزان حساسیت و برانگیزانه فیلم و ترکیب احساس زمان قدیم و جدید فیلم از نکات فوق‌العاده آن به شمار می‌روند.

وی می‌افزاید: برای خلق دنیای رالف، هم از نظر ظاهری و طراحی و هم مفهومی توجه فوق‌العاده‌ای به جزئیات شده است. مثلاً به سیستم حمل و نقلی که درون کابل‌های الکتریکی جریان دارد توجه کنید، نه تنها به نظر جالب و سرگرم‌کننده است، بلکه اجازه می‌دهد شخصیت‌ها از قالب اولیه خود خارج شوند و چه کسی است که هر از گاهی به چنین کاری نیاز نداشته باشد؟ شارکی ادامه می‌دهد: پایگاه مرکزی بازی که فوق‌العاده با شکوه و با جزئیات تصویر شده، راه ورود به درون دنیای بازی‌ها است. قطعاً این پایگاه‌اشاراتی به یکی از بخش‌های خاص آکادمی هنرهای زیبای نیویورک سیتی دارد و این تنها یکی از چندین کنایه تصویری به شدت جذاب فیلم است.

به گفته‌وی، «رالف خرابکار» در مقایسه با سایر آثاری که نام دیزنی را به دوش می‌کشند، از نظر فرهنگی بار بیشتری دارد و با نشاط‌تر است. این انیمیشن با هنرمندی تمام، ترکیبی ایجاد کرده که به خوبی موفق می‌شود همانطور که تحسین مخاطبان بزرگسال را برمی‌انگیزد، کودکان را نیز به خنده بیاورد.

نظر راجر ایبرت منتقد شیکاگو سان تایمز

این منتقد با دادن امتیاز ۳ از ۴ درباره این انیمیشن خانوادگی می‌گوید: فیلم با توفان ذهنی خلاقانه شروع می‌شود و در حالی که در دنیای چندبازی کامپیوتری رخ می‌دهد، بهانه‌های خاصی برای پشت‌صحنه‌ها، قوانین زمینی و شخصیت‌ها ارائه می‌دهد تا آنها دائم خود را بازسازی کنند.

وی می‌گوید: من یک گله نیز در مورد پایین آمدن کیفیت فیلم به خاطر تعقیب و گریزهای بسیار و پایان ناپذیر و شاید زمانی برای تلفیق شدن لحظاتی که مخاطب آن کودکان هستند دارم. این موضوع می‌تواند برای بزرگترها به سرعت قدیمی شود و در عین حال برای پدر و مادری که بچه‌هایشان اصرار به تماشای مکرر وی‌دی‌ها دارند، مناسب است.



مهربان هرگز حرف نزده است. او همه تلاشش را می کند تا برادرش همیشه متوجه او باشد. این خواهر و برادر با کمک هم باید جهان پریان را نجات دهند. او می تواند به یک فوک تبدیل شود و همراه برادرش به سفری ماجراجویانه برود تا بتوانند روح جهان و سایر موجودات جادویی را که مثل او هستند نجات دهند.

کانر: پدر این دو بچه، محافظ فانوس دریایی است. گذر ایام او را به مردی تلخ بدل کرده که در زندگی به چیزی امیدوار نیست. تنها دختر کوچکش می تواند لبخند را به لب او بیاورد.

برونا: مادر خانواده زندگی رازآمیزی در ارتباط با اسطوره ها دارد و دانش او چیزی است که بن امیدوار است تا بتواند از آن برای درک همه آنچه او می دانست استفاده کند.

تلفیقی از یک داستان اساطیری و یک داستان مدرن

تام مور کارگردان این فیلم می گوید بعد از ساختن «راز کلز» به ساخت یک فیلم مرتبط با افسانه ها فکر می کرد تا اینکه در تعطیلات با پسرده ساله اش در سواحل غرب ایرلند یک سری فوک دریایی دید که توسط ماهیگیران در ساحل کشته شده بودند خانمی که مالک کلیه ای در ساحل بود گفت ۵۰ سال پیش کسی با فوک ها این کار را نمی کرد چون مردم اعتقاد داشتند که آنها سلکی هایی هستند که به خشکی پناه آورده اند.

در واقع ماجرای سلکی ها در داستان های عامه ایرلندی که روح کسانی که در دریا مرده یا گم شده بودند به خشکی می رساندند، بن مایه این قصه شد.

مور می گوید: این داستان قدیمی که بخشی مهمی از فرهنگ ما نبود نه تنها می تواند برای گردشگران جذاب باشد، بلکه به عنوان بخش ارزشمندی از فرهنگ ما می تواند به حفاظت از محیط زیست و حتی روابط ما با یکدیگر کمک کند. با وجود اینکه داستان مملو از سحر و جادوست اما می تواند روشنگری برای یک جامعه کوچک و راهی برای درک بهتر جهان باشد.

او که اعتقاد دارد افسانه ها و داستان های پریان معمولاً ناراحت کننده و مایه خویلیایی هستند، با همکاری ویل کالینز فیلمنامه نویسی که با او کار می کرد، تلاش کردند تا از این سطح فراتر بروند و با پیوند قصه با دنیای مدرن، گامی به جلو بردارند.



«نغمه دریا»؛ شاعرانه ای به دور از فرمول های آمریکایی

«نغمه دریا» انیمیشنی که تا مرحله نهایی اسکار هم بالا آمد، اثری است که برای اجتناب از فرمول های سینمای هالیوود و غرب حتی از خیر سرمایه گذار آمریکایی هم گذشت.

فوک های دریایی با رسیدن به خشکی به انسان تبدیل می شوند اما روزی آخرین سلکی تصمیم می گیرد برای همیشه به دریا بازگردد.

دستاوردهای «نغمه دریا»

این انیمیشن به تهیه کنندگی کارتون سالون هم به عنوان یکی از ۲۰ انیمیشن فهرست اولیه نامزدهای دریافت اسکار در بخش بهترین انیمیشن سال ۲۰۱۴ انتخاب شد و هم به فهرست نهایی این رقابت راه یافت.

«نغمه دریا» جایزه ویژه هیات داوران جشنواره بین المللی سینمای انیمیشن فرانسه را به دست آورد و گرچه در ۷ بخش چهل و دومین جوایز آنی در سال ۲۰۱۴ نامزد شد، اما هیچ یک از جوایز را کسب نکرد.

این انیمیشن به موفقیت هایش در سال ۲۰۱۵ نیز ادامه داد و نامزد بهترین فیلم بلند انیمیشن از چهارمین جوایز سزار فرانسه شد و جایزه نوزدهمین دور جوایز ستلایت را نیز به عنوان بهترین انیمیشن دریافت کرد.

این انیمیشن اولین اکران خود را در ماه سپتامبر و در جشنواره فیلم تورنتو تجربه کرد. اکران عمومی این فیلم در کانادا در ماه دسامبر صورت گرفت و تاکنون در فرانسه، بلژیک و دانمارک به نمایش درآمده است. تابستان ۲۰۱۵ ایرلند و بریتانیا میزبان این فیلم خواهند بود.

با وجود داشتن یک سرمایه گذار در آمریکا، مور از تبدیل این انیمیشن به یک کار

«نغمه دریا» یک انیمیشن فانتزی محصول ایرلند است که توسط تام مور کارگردانی شده است. این انیمیشن به شیوه دستی و با الهام از نقاشی های آبرنگ پل هنری کشیده شده و نخستین بار در جشنواره بین المللی فیلم تورنتو در سال ۲۰۱۴ به نمایش عمومی درآمده است.

داستان این فیلم بر یک ماجرای اساطیری فریبنده که ریشه در فرهنگ شگرف فولکلور ایرلندی دارد، متمرکز است و قدرتمندانه از احترام از دست رفته برای حفظ توازن طبیعت با از دست دادن سنت های قدیمی در جامعه مدرن صحبت می کند.

تام مور کارگردان این اثر که پیش از این برای «راز کلز» هم موفق به نامزدی اسکار شده بود، بار دیگر در انیمیشن «نغمه دریا» یک تجربه مجذوب کننده پر زرق و برق و مجلل از روایت یک فانتزی در ناب ترین و بهترین فرم و شکل ممکن را ارائه می کند.

کارگردان با همکاری ویلیام کالینز به عنوان نویسنده فیلمنامه به مدت چهار سال کار کردند تا به اتفاق هم در داستان تجدیدنظر و متن اولیه را بازنویسی کنند.

این انیمیشن با الهام از داستان اساطیری سلکی ها ساخته شده که ریشه در فرهنگ فولکلور ایرلند دارد. بر این اساس سلکی ها موجوداتی نیمه انسان نیمه فوک دریایی هستند.

قصه از کجا شروع شد؟

بن و سائورس خواهر و برادری هستند که در یک فانوس دریایی کنار دریا با پدر خود که سال هاست به علت از دست دادن همسرش غمگین و پریشان است، زندگی می کنند. اگر چه بن ۱۰ ساله از مسئولیتش به عنوان برادر بزرگتر به خوبی آگاه است، اما از اینکه خواهرش که چهار سال دارد در نهایت یک کلمه حرف نمی زند ناامید است.

روزی سائورس یک فلوت صدفی که متعلق به مادرش بوده پیدا می کند، موسیقی مسحورکننده ای که این صدف ایجاد می کند هم یک وسیله ارتباطی است و هم کلیدی برای یک راز عمیق جادویی که ریشه در گذشته مادر آنها دارد. بعد از اینکه آنها می روند تا با مادر بزرگ خود در شهر زندگی کنند، سائورس و بن باید تلاش کنند که راه خانه شان را پیدا کنند.

بن به زودی متوجه می شود که خواهرش دارای قدرتی است که می تواند آنها را به قلب یک داستان قدیمی که قبلاً مادرشان تعریف کرده بود، اما برای زنده کردن این داستان او باید اول صدایش را پیدا کند و بر عمیق ترین ترس های خود غلبه کند.

شخصیت ها

بن: در سال ۱۹۸۷ بن ۱۰ ساله است. او عاشق آثار کمیک است و می خواهد به خواهرش کمک کند تا با دنیا ارتباط برقرار کند. سائورس: این دختر ۴ ساله با ظاهری



▲ کیفیت تکنیکی انیمیشن

الگوی کارگردان برای شکل گرفتن این انیمیشن فضایی کار شده با آبرنگ با الهام از کارهای پل هنری نقاش مشهور بود. آدرین مریگو کارگردان هنری فیلم نیز کاملاً توانایی این را داشت که نورهای متمایزی را که در ایرلند وجود دارد وارد این کار کند وی که اصالتاً فرانسوی است اما سال‌ها در ایرلند زندگی کرده، از انیمیشن «راز گلز» با مور همکاری کرده است، تجربیاتی که او از عکاسی و تصویرسازی داشت نیز کمک کرد تا فضایی متفاوت شکل بگیرد.

به گفته مور که عاشق آثار میازاکی است، منبع الهام او برای ساخت «نغمه دریا» انیمیشن «همسایه من توتورو» بود؛ سراسر درد و رنج و غم و ناراحتی، اما ما می‌خواستیم فراتر از آن برویم.

کارگردان که خودش نقاشی کشیدن را دوست دارد، می‌گوید همین عاملی شد که وارد موضوع سه بعدی نشود و به شیوه گرافیک کامپیوتری فیلم نسازد تلاش هنری این انیمیشن بر این متمرکز است تا چشم‌اندازها و مناظر طبیعی ایرلند را در مرکز فیلم قرار دهد. تحقیقاتی هم در زمینه حجاری و نقاشی روی دیوارهای غار و سنگ‌های دورن پیش از سلتیک به نحوه شکل گرفتن تصویر کمک کرد.

در واقع تک‌تک فریم‌های این فیلم که مخاطب را یاد نقاشی‌های آبرنگی روستایی می‌اندازد، یک کیفیت هنر منانه خاص در خود دارند. دریا گرفته تا شهر، جنگل و دنیای زیرزمینی خارق‌العاده این فیلم، مقلد زیبایی که در ساخت تک‌تک موجودات و فضای آن استفاده شده نفس‌گیر است، از هیچ چیز دریغ نشده است. نحوه برخورد آن‌ها تا حدی دقیق بوده که حتی تمامی برج‌های ارتباطی فیلم هم یک نوع طراحی خاص خود را دارند. انیمیشن این فیلم که از طراحی‌های کامپیوتری به دست نیامده، یک احساس زیبایی‌شناسانه بصری دارد که به نظر می‌رسد متعلق به این دنیا نیست.

▲ منتقدان چه گفتند؟

این فیلم در وبسایت نقد راتن تومیتوز موفق به کسب امتیاز فوق‌العاده ۹۸ درصد از میان ۳۰ نقد مختلف شد و در وبسایت متاکریتیک هم از میان ۲۲ نقد مختلف موفق به کسب امتیاز ۸۵ از ۱۰۰ شد.

فیلم از همان اول با نقدهای به شدت مثبت روبه‌رو شد. مرور برخی از این نقدها به درک فیلم کمک می‌کند.

▲ نقد تاد براون موسس و سردبیر «توییچ فیلم»

«نغمه دریا» داستانی است که کارهای هنری فوق‌العاده زیبا را با شخصیت‌های مختلف و همچنین ریشه‌های عمیق اما طبیعی داستان‌های محلی و جادو همراه می‌کند و یک کیفیت تضمین‌شده و بادی در خود دارد. آن نوع داستان‌هاست که احساس می‌کنید همیشه در مکانی برای خود وجود داشته و تا حالا منتظر بوده‌اید که برای همه تعریف شود.

▲ نقد پتر دبروژ از وراثتی

تام مور انیماتور ایرلندی با فیلم «نغمه

دریا» جای خود را به عنوان محافظ فرهنگ سلتیک و آثار کارتون کلاسیک مستحکم‌تر می‌کند. با فیلمی که بعد از «راز گلز» (که سال ۲۰۱۰ به طور تعجب‌آوری نامزد دریافت جایزه اسکار شده بود) ساخته شده و مور سبک طراحی با دست را به طرز حیرت‌انگیز به یک داستان دیگر که از افسانه‌های ایرلندی الهام گرفته پیوند می‌زند؛ اما این بار او رشته جادویی خود را در پیش‌زمینه یک داستان امروزی می‌تابد و در عین حال برای مرجع‌های بصری خود، بیشتر و بیشتر وارد نقاشی‌های سنگی باستانی ایرلند می‌شود.

در حالیکه کارتون‌های آمریکایی شدیداً بر پایه داستان و شخصیت جلو می‌روند، آثار مور در درجات مختلف دیگری نیز عمل می‌کند و از تماشاچیان انیمیشن که پیش از این چند فرمول برای تماشای فیلم یاد گرفتند می‌خواهد تا ذهن خود را نسبت به تجربه‌های شاعرانه‌تر باز کنند.

با این وجود، هسته احساسی فیلم خیلی هم با یک فیلم احساسی که توسط استودیوهای بزرگ ساخته شده باشد - مثل «شجاع» - متفاوت نیست. داستان درباره شخصیت مادرانه گمشده‌ای است که نیم انسان و نیم سیل (فوک دریایی) است و یک شب درون موج‌ها ناپدید می‌شود و همسر و دو فرزندش را با سوال‌های بی‌پاسخ بسیاری رها می‌کند.

با توجه به مسیر غیرمستقیمی که برادر بزرگتر یعنی پن (با صدای دیوید راوله) و خواهر کوچکتر ساکنش یعنی سائورس برای آشکار کردن این راز خانوادگی پیش

رو می‌گیرند، مور و ویل کالینز همراه فیلمنامه‌نویسش به نظر می‌رسد که می‌خواهند آن قالب ساده‌گرای جوزف کمپبلی که بسیاری از کارتون‌های غربی از آن پیروی می‌کنند رد کنند.

ایده اصلی این نیست که یک افسانه محلی را تبدیل به یک فرمول راحت دیزنی بکنند، بلکه می‌خواهند سبک درست انیمیشنی را پیدا کنند که می‌تواند از طریق آن سنت‌های روایتی فرهنگی خود را انتقال دهند. این انحراف‌ها از هنجارهای معمولی، تجربه تماشای فیلم را خاص می‌کند و در عین حال شخصیت‌های بازمه و تا حدودی ساده‌گرا از این مساله اطمینان حاصل می‌کنند که تماشاچیان جوان هم می‌توانند از تماشای آن لذت ببرند.

▲ نقد کارلوس آگویلار از ایندی‌وایر

تماشای «نغمه دریا» آشکارا نشان می‌دهد که این فیلم یکی از زیباترین انیمیشن‌هایی است که تا به حال ساخته شده و الماسی است که پر از جادوی اطمینان بخش و تاثیرگذار است.

اثر جدید تام مور نوع خاص و معجزه‌آسایی از کیمیا انیمیشن است. انگار که در پتویی که از رویاهای جادویی حیرت‌انگیز بافته شده پیچیده شده باشید. تجربه تماشای این فیلم خارق‌العاده است و فانتزی را در پاک‌ترین حالت خود نمایان می‌سازد. کمپانی کارتون سالون بار دیگر داستان‌های محلی ایرلندی را به نحوی بازسازی کرده که به طرز غیرقابل‌تصور چنان‌گونه است و نمی‌توان تسلیم‌زیبایی آن نشد.

«نغمه دریا» که پر از گرمای کلاسیک است، ساخته شده تا به همه یادآوری کند چرا انیمیشن‌ها که تا این حد خارق‌العاده ساخته می‌شود، وسیله‌ای بسیار زیست، رنگ فرم و حرکت سیال با سبکی فراموش‌نشده به خدمت داستانی گیرا درآمده‌اند.

فضای انیمیشن فیلم بخش مهمی از قدرتش را مدیون موسیقی خاطره‌انگیز برونو کولیس است. موسیقی او پلی بین دو جهان می‌سازد و طنینی زیبا و اسرارآمیز به آن اضافه می‌کند. در همین راستا، کار درخشان نورپردازی که سازندگان انیمیشن انجام داده اند قابل ستایش است. کار فیلمبرداری آنها از هر نظر ظریف و روشن است. آنها با هنر خود روشن و خاموش شدن دریا را با شدتی غیرطبیعی و با شخصیت‌های دوست‌داشتنی که زندگی پردرخششی دارند، ممکن کرده‌اند.

بخش‌های روایتی فیلم توسط ویلیام کالینز نوشته شده‌اند و موضوع‌های کاملاً جذاب را در پیوند با اساطیر بیان می‌کنند در حالی که بزرگسالان ممکن است رنج‌آورانه شده در آن را بیشتر درک کنند. کودکان بیشتر با بخش امپدورانه آن ارتباط برقرار می‌کنند. ارتباط مجدد با ریشه‌ها و تجلیل از ارزش‌های شجاعت و فداکاری، موضوع‌های برجسته فیلم هستند.

با وجود این که تنها دو فیلم بلند انیمیشن در کارنامه تام مور وجود دارد، اما کاملاً محرز است که در چند سال آینده و خیلی پیشتر از آنکه دیر شود، می‌توانیم او را در جای‌گاهی قرار دهیم که اکنون میازاکی کارتون‌بزرگ ژاپنی را قرار می‌دهیم.



اینجا استاد جدیدی از انیمیشن حضور دارد که به روش خودش در حال تبدیل شدن به چهره‌ای افسانه‌ای و برجسته است. مور این قدرت را دارد تا ما را به سفری به دنیای فولکلور ایرلند ببرد، سفری که در واقع شبیه هیچ چیز دیگری که پیش از این دیده شده، نیست؛ داستان‌های کهن از افتخار، شجاعت و ارزش‌های خانواده که با قدرت از طریق طراحی‌های رویاگونه، منتقل می‌شوند.

باتماشای «نغمه دریا» به راحتی می‌توان گفت یکی از زیباترین تجربه‌های فیلم‌انیمیشن که تاکنون وجود داشته به دست می‌آید. گوهی درخشان با هیبتی الهام‌بخش در میزهای اسحر و جادوی جذاب.

پای باب اسفنجی و دوستان به زمین باز شد/ دزدی دستور پخت همبرگر



در فیلم «باب اسفنجی: اسفنجی بیرون از آب» همه دوستان شهر زیر آبی گرد هم آمده‌اند تا با خلق داستان‌های تودرتوی بامزه، شاد کردن کودکان و روده بر کردن بزرگترها را هر چند زودگذر برعهده بگیرند.

درباره روستای بیکنی باتم، محل زندگی باب اسفنجی می‌دزد، راوی ریشوی داستان با لهجه ایبری مبالغه شده‌اش شروع به گزافه‌گویی درباره جماعت انیمیشنی دوست داشتنی مجموعه می‌کند، باب اسفنجی، همانی که در مغازه آقای خرچنگ همبرگرهای مخصوص درست می‌کند، آقای خرچنگ، گرچه ممکن است کمی ناخن خشک باشد، اما همیشه حق با او است. پلانکتون، موجود بد ریزه میزه، مدت‌ها است که در پی ربودن فرمول سری همبرگرهای آقای خرچنگ است و بالاخره راهی برای ربودن آن از صندوقچه رستوران آقای خرچنگ پیدا می‌کند. یک اتفاق پیش بینی نشده باعث ناپدید شدن این دستور پخت می‌شود و حالا باب اسفنجی و پلانکتون باید با پیوستن به گروهی دنبال آن بروند چون نبودن

تماشای فیلم موثر است، اما شوخی‌های نغز تنها عامل خنده دار بودن فیلم نیستند، بلکه تنوع نیز نقش مهمی در آن دارد. این مجموعه که تا به امروز هفت جایزه گلدن ریل، هشت جایزه منتخب کودکان آمریکا، هشت جایزه آئی، دو جایزه منتخب کودکان اندونزی، یک جایزه منتخب کودکان فیلیپین، یک جایزه انجمن منتقدان تلویزیون و یک جایزه امی به‌دست آورده است. در حالی که این انیمیشن با هزینه تولید ۷۴ میلیون دلار ساخته شد در مجموع موفق به کسب ۲۸۷ میلیون دلار شد.

قصه از کجا شروع شد؟

دوربین فیلمبرداری ابتدا ما را با آنتونیو باندراس در هیئت انسانی به عنوان دزد دریایی روبه رو می‌کند که دارد کتابی

هواداران باب اسفنجی که سال‌هاست این شخصیت و دیگر دوستانش را که موجودات زیرآبی هستند در قالب سریالی انیمیشنی دنبال کرده‌اند، برای بار دوم شاهد حضور این جماعت روی پرده‌های بزرگ سینماها بوده‌اند.

پل تیبیت فیلم ۹۳ دقیقه‌ای «باب اسفنجی: اسفنجی بیرون از آب» را بر مبنای فیلمنامه جاناتان ایسل و گلن برگر ساخته است. آنتونیو باندراس، بیل فیکر بک و تام کنی از صدایندگان این فیلم هستند.

تام کنی، کسی که هیلنبرگ صدایش را برای صداگذاری روی باب پسندید، می‌گوید: باب اسفنجی از لحاظ سنی نه بزرگ بود نه بچه، مثل جری لوییس ... که ظاهر آدم بزرگ‌ها را دارد اما رفتار و حرکاتش بچه‌گانه است.

ستاره‌های این مجموعه باب یک اسفنج پاتریک یک ستاره دریایی هستند؛ دو دوست صمیمی که با هم اوقات خوشی را می‌گذرانند و به بازی‌ها و شادی‌های بی حد و وصف کودکانه می‌پردازند و البته آقای خرچنگ که عاشق پول است و تنها چیزی که او را تحریک می‌کند مال اندوزی است.

«باب اسفنجی» انیمیشنی دوبعدی و کم‌خرج، با شخصیت‌ها و منطق داستانی بسیار ساده است. باب اسفنجی شخصیت اصلی این انیمیشن یک اسفنج زرد مکعبی است که در خانه آناناسی‌اش به تنهایی زندگی می‌کند و مثل یک کارمند وظیفه‌شناس، هر روز در رستوران کراستی کراب پیش آقای خرچنگ کار می‌کند و همبرگر خرچنگی درست می‌کند. او هرروز قبل از کار در کلاس آموزش رانندگی خانم پاف شرکت می‌کند و عاشق شکار عروس دریایی است. او یک حیوان خانگی هم دارد: گری حلزون دست‌آموز باب که شبیه سگ‌ها رفتار می‌کند، اما صدای گربه درمی‌آورد!

این شخصیت‌ها و شخصیت‌های دیگر دنیای زیرآبی «بیکنی باتم»، همه شخصیت‌هایی ساده هستند که در طول ۱۴ سال که از تولید این مجموعه می‌گذرد، تغییر مهمی نکرده‌اند و همیشه همان اخلاق‌ها را دارند و همان کارها را انجام می‌دهند. با این حال جوردن هافمن منتقد گاردین، معتقد است در فیلم جدید این گروه، کشاندن داستان به مبارزه‌ای ابرقهرمانی باعث تضعیف یک دنباله خوب شده است. در عین حال «فیلم باب اسفنجی: اسفنجی بیرون از آب» ۹۰ دقیقه پر از هیجان به مخاطبانش عرضه می‌کند که برای فهمیدنش نیاز چندانی به آشنایی با داستان این شخصیت کارتونی تقریباً ۱۵ ساله وجود ندارد.

مطمئناً شباهت‌ها و اشاره‌هایی بین فیلم و داستان‌های سریال تلویزیونی برای طرفداران پر و پا قرص آن در داستان این دو وجود دارد اما این فیلم در وهله اول هدفش شاد کردن کودکان و روده بر کردن بزرگ‌ترها است. البته گرچه تأثیرش بسیار زودگذر است، اما روی هم رفته در طول

همبرگرهای آقای خرچنگ منجر به آشوب در دهکده بیکنی باتم شده و در چشم بر هم زدن این موجودات آبی بازیگوش به قهرمانان فراخالزمانی با لباس‌های چرمی و چیزهای دیگر تبدیل می‌شوند.

این فیلم با حضور زوج هنری باب اسفنجی و پلانکتون، پر است از ماجراهای مختلف مانند سفر فرضی درون مغز پشمکی باب اسفنجی و گشت و گذار در ماشین زمان. در یکی از این گشت و گذارها با ماشین زمان با اسکوییدورسوروس رکس، نسخه ژوراسیکی غول پیکر اما با نمک صندوق دار خسیس آقای خرچنگ به نام اسکوییدوراد آشنا می‌شویم.

منتقد گاردین در این باره می‌نویسد: حتی اگر بهترین قسمت فیلم گپ زدن بابلز، دلفین فوق‌العاده باهوشی که به صورت هرمی در فضا شناور و مشغول مراقبت از کپکشان ما است، باشد، اما هیچ یک از این‌ها تأثیرگذارتر از باب اسفنجی الکی خوش که انگار همیشه در بهترین حالت است، نیستند.

اقدام آخر فیلم که وارد کردن این گروه به دنیای واقعی است، حماقت را به درجه‌ای می‌رساند. در ساحلی پرجمعیت، نسخه‌های سه بعدی باب اسفنجی، اسکویید وارد، پاتریک ستاره دریایی بنفش رنگ، و دیگران برای جستجوی همبرگرهای خرچنگ به دردمس می‌افتند. اینجاست که داستان با نشان دادن آنتونیو باندراس به عنوان عامل بدبختی‌های فعلی بیکنی باتم وارد بعد دیگری می‌شود. او رهبری گروه دزدان دریایی را برعهده دارد که قصد حمله به زمین را دارند.

شخصیت‌های انیمیشن

باب اسفنجی: شخصیت اصلی این فیلم باب است. باب اسفنجی شلووار مکعبی یک اسفنج دریایی ساده، خوش قلب و دوست داشتنی با افکاری کودکانه است. گاهی سعی می‌کند به دیگران کمک کند و گاهی فقط می‌خواهد بازی کند اما در این میان گاهی هم خرابکاری‌هایی بی قصد و غرض می‌کند که موجب خنده می‌شود.

پاتریک دوست باب اسفنجی: دوست صمیمی باب پاتریک یک ستاره دریایی کله پوک است که معمولاً او را همراهی می‌کند. او همسن باب است، اما هیچ‌وقت کار نمی‌کند و زیر یک سنگ زندگی می‌کند. خیلی‌ها بر این باورند که پاتریک بار نقش اصلی را به دوش می‌کشد او با ساده دلی و مهربانی و البته طراحی چهره منحصر به فردش جای خود را در دل بسیاری از علاقه‌مندان این کارتون باز کرده است.

اختاپوس: شخصیت خودخواه و بدشانسی که در همسایگی باب اسفنجی زندگی می‌کند. او هشت پایی خودخواه است و از باب اسفنجی به خاطر رفتار بچه‌گانه‌اش خوشش نمی‌آید. تنها آرزوی او در زندگی، نوازنده شدن است.

دارد و حتی اگر از آنها بدی دیده باشد، راه درست را در برابر دیگران انتخاب می‌کند. به همه این دلایل او موجودی از دنیای کودکان است که مخاطبانش را پای تلویزیون می‌نشانَد و به خانواده‌ها اجازه می‌دهد تا با خیال راحت از او استقبال کنند.

اهداف فرهنگی فیلم

برخی از منتقدان داخلی معتقدند چون یکی از بازمه‌ترین و دوست‌داشتنی‌ترین کاراکترهای کارتون آقای خرچنگ است و او

با اینکه شغل بسیار ساده‌ای دارد اما کارش را خیلی دوست دارد و از آن راضی است چون خود باب اسفنجی هم شخصیت بسیار ساده‌ای دارد با افکاری کودکانه...

«اسفنجی بیرون از آب» اولین نمایش صفحه بزرگ این شخصیت بعد از سال ۲۰۰۴ است. در واقع سال ۲۰۰۴، پس از پخش سه فصل از این مجموعه، اولین انیمیشن بلند باب اسفنجی با نام «باب اسفنجی شلوار مربعی» با بودجه ۳۰ میلیون دلاری ساخته شد. این فیلم



نماد پول پرستی است، این امر به معنی تلاشی برای جانداختن این فرهنگ در میان کودکان است. در عین حال مشکل انیمیشن با دزدیده شدن فرمول ساخت همبرگر آغاز می‌شود و اصولاً همبرگرهای خرچنگی نقطه مرکزی داستان را تشکیل می‌دهند و همین تکیه می‌تواند به معنی تلاش برای جانداختن فرهنگ آمریکا باشد. در عین حال تلاش آقای خرچنگ برای حفظ فرمول همبرگر خاص رستورانش به معنی تلاش بر حفظ انحصارگری و... است.

منتقدان چه می‌گویند؟

«فیلم باب اسفنجی: اسفنجی بیرون از آب» در کل نقدهای مثبتی را از منتقدان دریافت کرده است. این فیلم در وبسایت راتن تومیتوز از میان ۸۲ نقد مختلف امتیاز ۷۸ درصد و ۶۴ از ۱۰ را کسب کرده است. بیابیه کلی این سایت درباره فیلم به این شرح است: «باب اسفنجی: اسفنجی بیرون از آب» نمی‌تواند قلب تماشاچیان بسیاری که طرفدار این مجموعه نیستند تصاحب کند اما برای آن‌هایی که به آن باور دارند یک انفجار رنگ‌آمیز دیگر بالذت دیوانه‌وار است. این فیلم در وبسایت نقد متاکریتیک نیز امتیاز ۶۲ از ۱۰۰ را به خود اختصاص داده و ۲۷ منتقد مختلف به آن نقدهای در کل مثبت داده‌اند.

شامل یک نقش‌آفرینی کوتاه از دیوید هسلهاف بود که نقش خودش را بازی می‌کرد. این فیلم توانست با نمایش در سینماهای آمریکا، به فروش ۸۵ میلیون دلاری برسد و نشان داد ساخت انیمیشن با هزینه پایین و جذب مخاطب، هنوز هم امکان‌پذیر است.

انیمیشنی برای کودکان

این انیمیشن با همه سادگی و شخصیت‌هایی که به واقع کارتون‌های از زندگی واقعی، اما با عکس‌العمل‌های و رفتارهای اغراق شده و گاه بسیار احمقانه هستند، می‌تواند کودکان و نوجوانان را سرگرم کند. باب اسفنجی موجود ساده لوح و مثبت اندیشی است که همه چیز را بر اساس ذهنیت خویش مثبت تلقی می‌کند و تمام ناملایمات را با ذهن خود به نیروی مثبت برای بازی یا حیات کودکان تغییر می‌دهد. باب اسفنجی شخصیتی است که با حس کودکانه تناسب دارد.

او فقط شاد و ساده نیست، بلکه دروغ نمی‌گوید، فداکار و وظیفه‌شناس است، دوستانش را تنها نمی‌گذارد، کمتر عصبانی می‌شود، همه را دوست

پیشینه انیمیشن

سال ۱۹۹۹ پروژه ساخت باب اسفنجی به کارگردانی استیون هیلن‌برگ در استودیوی نیکلودیون کلید خورد و دو موجود بامزه به نام‌های باب اسفنجی و پاتریک ثمره ساخت این سریال کارتونی بودند. استیون هیلن‌برگ، طراح، نویسنده، انیمیشن‌ساز و مدیر تولید مجموعه «باب اسفنجی شلوار مربعی» در اصل یک زیست‌شناس دریایی است. او بعد از ساخت مجموعه انیمیشن «زندگی مدرن روکو»، طرح ساخت این انیمیشن را در سال ۱۹۹۳ میلادی به شرکت نیکلودیون داد.

آقای خرچنگ: رییس خیلی خیلی خسیس رستوران خرچنگ. هدف او در زندگی جمع کردن پول است.

پلانکتون: رییس رستوران پام باکت که همیشه دنبال فرمول سری همبرگر خرچنگی است، شخصیت منفی این کارتون است. او که در طرف دیگر شهر رستوران دارد، به شدت با آقای خرچنگ در رقابت است و در این راه حاضر است هر چیزی را فدا کند.

سندی: سنجابی است اهل تگزاس که به کمک یک حیاب که لباسی شبیه لباس فضانوردان را شکل می‌دهد، زیر آب رفت و آمد می‌کند. او برعکس پاتریک، کاملاً عاقل است و اصلاً حرکات بچه‌گانه ندارد. در حقیقت دانشمندی است که روی کره ماه تحقیق می‌کند و گاهی به آنجا سفر می‌کند.

خانم پاف: معلم مدرسه راندگی است. این ماهی چاق هنوز هم بعد از سال‌ها موفق نشده به باب اسفنجی راندگی یاد بدهد.

مرد دریا و پسر صدفی: ابر قهرمانان بیکیکی باتم که خیلی پیر شده‌اند و باب اسفنجی و پاتریک طرفداران درجه یک آن‌ها هستند.

کیفیت تکنیکی انیمیشن

این فیلم ترکیبی از دو بخش لایو اکشن و انیمیشن است. در فیلم «باب اسفنجی: اسفنجی بیرون از آب» باب اسفنجی، پاتریک و بقیه دوستانشان در همان فرم دو بعدی انیمیشنی خود تصویر شده‌اند اما در بخشی از فیلم که آن‌ها باید بیرون از آب و روی خشکی بروند تا بتوانند دنیا را نجات دهند، انیمیشن سه بعدی و با استفاده از تکنولوژی سی‌جی‌ای ساخته شده است.

انیمیشن همچنان با استفاده از رنگ‌های شاد قصد دارد توجه کودکان را به خود جلب کند و چشم‌اندازی مفرح برای بزرگ‌ترها ایجاد کند، اما مطمئناً خود تولیدکنندگان نیز می‌دانند که از نظر تصویری قرار نیست با انیمیشن‌های پیکسار یا استودیو گیلی رقابت کنند.

همانطور که طرفداران قدیمی این مجموعه به خوبی می‌دانند، تلاش‌های گذشته باب اسفنجی برای بیرون آمدن از آب، و هواخوری خیلی خوب پیش نرفته؛ البته به غیر از یک صحنه دو بعدی به یاد ماندنی به دیوید هسلهاف در فیلم قبلی. در فیلم جدید، پل تیبت کارگردان قدیمی این مجموعه مسئولیت ساخت صحنه‌های زیرآب را بر عهده داشته و مایک میچل هم سکانس‌های لایو اکشن را کارگردانی کرده است. با این حال و با کمک تمام داستان‌های نتیجه‌کاذبی که جانات ایبل و گلن برگر وارد فیلمنامه کرده‌اند، این دو دنیا هیچ وقت نمی‌توانند با هم یک کل کامل را تشکیل دهند.

سورنالیسم بصری عجیب، مانند نماهای گرفته شده از چشم پلانکتون وقتی که از خنده‌های باب اسفنجی شکنجه می‌شود می‌تواند در قالب ترندهای بصری هوشمندانه‌ای متبلور شوند.

در مرحله پیش تولید این انیمیشن که تا سال ۱۹۹۹ طول کشید، ابتدا به پیشنهاد باب بوردن، طراح انیمیشن و کمیک‌استریپ، نام «اسپانچ‌بوی» یا «پسر اسفنجی» برای این انیمیشن انتخاب شد؛ شخصیتی به شکل اسفنج، با یک کلاه قرمز و یک لباس رسمی که در ادامه با پیشنهاد هیلن‌برگ، این شخصیت به «باب اسفنجی» تغییر کرد.

اولین قسمت باب اسفنجی در اولین روز ماه مه ۱۹۹۹ آماده پخش شد و در شبکه‌های ام‌تی‌وی نت‌ورک و نیک‌تونز که در آن زمان شبکه‌های مشهور و پر بیننده‌ای بودند پخش و با استقبال فراوان مردم روبه‌رو شد. بنابراین تولید این برنامه ادامه پیدا کرد و تا امروز ۹ فصل از آن ساخته و پخش شده که به معنی بیش از ۲۰۰ قسمت تلویزیونی است.

داستان هر قسمت معمولاً در شهر بیکیکی باتم که شهری است در زیر اقیانوس آرام اتفاق می‌افتد، جایی که در آن باب اسفنجی در خانه‌ای به شکل آناس به همراه حیوان خانگی‌اش زندگی می‌کند. باب اسفنجی در رستوران آقای خرچنگ کار می‌کند و

به نظر می‌رسد خود سازندگان فیلم هم متوجه شدند که جادوی واقعی فیلم‌های «باب اسفنجی» زیر آب اتفاق می‌افتد چون حتی با وجود اینکه عنوان فیلم و تمام تبلیغات آن ممکن است به تماشایی احساس متفاوتی بدهند، تنها بخش بسیار کوچکی از داستان‌های فیلم «باب اسفنجی: اسفنجی بیرون از آب» در حقیقت بیرون از آب اتفاق می‌افتند. اما افکت‌های لایو اکشن و جلوه‌های ویژه این فیلم به جای اینکه بتوانند آن افق‌های به نظر بی‌حد و مرز را گسترده‌تر کنند، هیچ‌وقت آن احساس سنتی دریایی زیر آب را منتقل نمی‌کنند. در حالی که تقریباً ۲۰۰ اپیزود از داستان‌های شخصیت دوست‌داشتنی استیون هیلن‌برگ پخش شده‌اند، او توانسته از ظهورش در سال ۱۹۹۹ تا به حال، بیش از هشت میلیارد دلار سود برای نیکلودئون به ارمغان بیاورد. فیلم جدید هم که با بودجه بسیار بزرگتری وارد عرصه شد، بار دیگر موفق بود.



مانند دوستان باب اسفنجی یعنی پاتریک، سندی سنجاب و گری حلزون که هر یک در بحران‌های آخر زمانی فیلم نقشی جدید به خود می‌گیرند. نمایش‌های پر عضله شخصیت‌های فیلم که بسیار هم در تبلیغات دیده شدند تنها در بخش‌های پایانی آن دیده می‌شوند؛ آن هم برای یک نبرد لایو اکشن دوگانه که به نظر شبیه جنگ ابرقهرمان‌های اکشن، البته با چرخ‌های کمک‌کننده تمرینی می‌رسد. جاذبه ضروری دو لایه‌ای دموگرافیک فیلم‌های انیمیشن در این فیلم هم حضور دارد و نویسندگی خودنمایانه‌اش نمی‌تواند کودکان تماشایی را بیشتر از آهنگ باب اسفنجی به وجد بیاورد.

نقد مایکل رشت‌شافن از هالیوود ریپورتر

نقد جوردن هافمن از گاردین
فیلم «باب اسفنجی: اسفنجی بیرون از آب» هر چند تصمیم بازاریابانه حساب شده‌ای برای رفتن به سمت سوژه‌های ابرقهرمانی گرفته که بی‌شک روی پوست‌ها خوش درخشیده، اما به شدت به یک سوم پایانی فیلم ضربه زده است. مانند بیشتر فیلم‌های ابرقهرمانی واقعی، این نمایش بزن بزن تا ابد ادامه دارد. یک صحنه فرار از زندان با حضور پاتریک به عنوان زندانبان، طوری کات خورده که انگار از سفرهای زمانی «۲۰۰۱: یک اودیسه فضایی» الهام گرفته است. وقتی که با بلز، دلفین فضایی، دوباره روی صحنه می‌آید تا عوامل سازنده را معرفی کند احتمالاً یاد درگیر عجیب بودن این کارتون هستید یا سالن سینما را ترک کرده‌اید.

نقد نیکولاس رابولد از نیویورک تایمز

توصیف کردن جذبه «باب اسفنجی شلوار مکعبی» کاری بی‌فایده است اما از همین توضیح می‌توان برای وصف کردن ماجراجویی‌هایی که این قهرمان متوقف‌نشده وارد آن‌ها می‌شود استفاده کرد. فیلم جدید از فیلم پیشین سال ۲۰۰۴ روان‌تر و تازه‌تر نیست، اما تا حدی نویسندگی دیوانه‌وار و روحیه خالص از خود نشان می‌دهد که ثابت می‌کند شخصیت‌های به یادماندنی‌اش همچنان قدرت خود را دارند. این فیلمی است پر از بازی با کلمه‌ها که در عین حال دنیای شگفت‌انگیز زیرآبی خود را برای ساده بودن خودخواسته جمعیت کج و کوله آفریده‌اش حیرت‌انگیز نگه می‌دارد؛ کسانی

نقد اندرو بارکر از ورایتی

تا آنجا که به مسایل دریایی مربوط می‌شود، پیشی گرفتن از اوج فیلم سال ۲۰۰۴ «باب اسفنجی شلوار مکعبی» که در آن سرنوشت قهرمانان داستان‌مان به پریشانی موه‌ای پای دیوید هاسل‌هاف بسته بود سخت است. فیلم جدید ممکن است نتواند درست به همان نقطه بالا برسد، اما با استفاده کامل از سوررئال بودن مجموعه داستان‌های نیکلودئون، ثابت می‌کند که به همان اندازه به یادماندنی است. با وجود اینکه بازاریابی فیلم بیشتر گسترش شخصیت‌ها را به فرمت سه بعدی سی‌جی برده است، بیشتر دو پرده اول فیلم شبیه به کارتون‌های تلویزیونی استیون هیلن‌برگ هستند که روایت‌های لایو اکشن یک دزد دریایی تندم‌زاج (آنتونیو باندراس) در آن پراکنده شده‌اند و داستان را به دست‌های از مرغ‌دریایی‌های سخن‌گو ارتباط می‌دهند. با مدت زمان ۹۲ دقیقه، تمام ماجراجویی‌ها و صحنه‌های بدون توقف دیوانه‌وار فیلم ممکن است برای اذهان غیرپریشان بزرگسال تماشایی کمی بیش از حد باشد و چند لحظه آرام بیشتر می‌توانست بهتر باشد. باید از کارگردان تجلیل کرد که حتی یک لحظه جدی بودن را هم وارد ماجرا نمی‌کند. بعضی مواقع می‌توان احساس نابغانه پرجرات بودن و هرج و مرج فیلم را حس کرد؛ آن احساس عدم توافق نسبت به تکیه بر یک موضوع مرکزی یا آموزش دادن یک درس مهم. فازل ویلیامز چند آهنگ اصل به فیلم اضافه می‌کند و چد هوگو و شی هیلی هم حضور خود را نشان می‌دهند، با این حال هیچ یک از آن‌ها به نبرد رپ ادامه‌داری که پیتر شوکاف و لوید آکیست ستاره‌های یوتیوبی برای فیلم ساختند نمی‌رسند.



چالش در کاخ سفید / به جای بوقلمون پیتزای سبزیجات بخورید

انیمیشن «پرندهگان آزاد» با رنگ آمیزی‌های جالب، اکشن پر سر و صدا و داستان احماقانه‌اش برای خندانان بچه‌ها، سعی دارد تا علامت سواالی را در برابر سنت ملی آمریکایی‌ها قرار دهد.

پرندهگان آزاد» محصول ۲۰۱۳ و انیمیشنی سه بعدی است. این انیمیشن محصول ریسل اف ایکس و به کارگردانی جیمی هی‌وارد ساخته شده است. «پرندهگان آزاد» که ابتدا با نام «بوقلمون‌ها» شناخته می‌شد، برای اکران در سال ۲۰۱۴ انتخاب شده بود، اما نوامبر ۲۰۱۳ راهی پرده‌های بزرگ شد تا با توجه به موضوعش که دفاع از بوقلمون‌هایی است که برای عید شکرگزاری در فرهنگ آمریکایی سر سفره می‌روند، عید شکرگزاری سال را از دست ندهد.

با توجه به همین درک زمانی، این انیمیشن که با بودجه ۵۵ میلیون دلاری ساخته شده، خیلی هم متضرر نشد، هر چند در آمریکا تنها ۵۵ میلیون فروش کرد اما با احتساب فروشش در بازار جهانی به رقم کلی فروش ۱۱۰ میلیون دلاری دست یافت. این فیلم گرچه در میان ۱۹ انیمیشنی جای داشت که برای اسکار ۲۰۱۴ معرفی شده بودند، اما در میان هیچیک از فهرست‌ها جایی پیدا نکرد.

با توجه به این که بیشتر انیمیشن‌های بی‌اهمیت و درجه پایین، آنقدر تکراری هستند که باید به راحتی از خیر آنها گذشت، اما این انیمیشن به نظر می‌رسد ارزشش را داشته باشد تا با انتخاب چنین پرنده عجیبی به عنوان شخصیت اصلی فیلمی برای کودکان، یک بار دیده شود، در هر حال ساخت بشاش و سرزنده و عجیب و غریب شخصیت‌ها می‌تواند مخاطب را هر چند اندکی به زور، اما تا انتها با خود بکشاند.

در یک کلام فیلم شاهکار نیست، اما اگر به دنبال یک فیلم خانوادگی هستید که همه را نسبتاً سرگرم نگه دارد، این فیلم مناسب شماست. در عین حال در میان همه شلوغ و پلوغی‌ها، طنزها و جملات نغز هوشمندانه، عجیب و غیرتکراری نیز، هر چند یکی در میان، اما وجود دارند.



گروه سازندگان انیمیشن

جیمی هی‌وارد کارگردان این فیلم که کارگردان و فیلمنامه نویسی کاناوایی-آمریکایی و ۴۴ ساله است، از جوانی کار خود را در عرصه انیمیشن شروع کرده و با وجود این که برای «هورتون صدایی می‌شود» محصول سال ۲۰۰۸ با نقدهای مثبتی روبه‌رو شد و فروشی نزدیک به ۳۰۰ میلیون دلار را تجربه کرد، برای این انیمیشن موفقیت چندانی کسب نکرد. او سابقه همکاری با پیکسار را نیز دارد و از انیماتورهای «داستان اسباب بازی» ۱ و ۲، «هیولاها» و نیز «در جستجوی نمو» بوده است.

هی‌وارد با همکاری اسکات موسیر، فیلمنامه این فیلم را بر مبنای قصه دیوید استرن و جان اشتراوس نوشته‌اند. در این داستان با سفر به سال ۱۶۲۱ و سه روز جلوتر از اولین سالی که جشن شکرگزاری برگزار شد، بوقلمون‌ها سعی می‌کنند جلوی صید بوقلمون را بگیرند و با تغییر منوی روز جشن شکرگزاری، پیتزا را به جای بوقلمون بگذارند.

قصه از کجا شروع شد؟

رجی، تنها بوقلمون باهوش در مزرعه، شخصیت اول انیمیشن است. در حالیکه بقیه دسته پرندهگان همراه رجی به کودنی یک کنده چوب هستند، رجی وحشت زده متوجه می‌شود که دارند همه آنها را برای یک ضیافت پرور می‌کنند. اما او قبل از اینکه نصیب میز مراسم روز شکرگزاری کسی شود، خود را بال بال زنان به یک مراسم عکاسی رسمی می‌رساند تا رسماً توسط شخص رئیس جمهور آزاد شود.

او که نجات پیدا کرده در نهایت لذت، اتاقی مخصوص خودش در کمپ دیوید، محل تعطیلات تابستانی رییس جمهوری گیرش می‌آید که تلویزیون کابلی دارد و علاوه بر این می‌تواند هر چقدر بخواهد

پیتزا بخورد. اما زمانی که پرنده دیگری به نام جیک او را می‌زد، دنیای بهشتی‌اش ویران می‌شود. جیک مأموریت دارد تا نژاد بوقلمون‌ها را نجات دهد و بایستی این کار را با بازگشت به قرن هفدهم به وسیله یک ماشین زمان سخنگو انجام دهد تا تعریف جدیدی برای مراسم شکرگزاری ارائه کند. برنامه جیک این است که مهاجران و بومی‌های آمریکایی را قانع کند که یک جشن گیاهخوارانه خیلی مطلوب خواهد بود. متأسفانه مایلز استندیش بدجنس با سرسختی تمام عکس این عقیده را دارد بنابراین جیک و رجی باید دوستان پرنده خود را که شامل یک بوقلمون جذاب به نام جنی هم می‌شود، قبل از رسیدن روز واقعه نجات دهند.

کیفیت تکنیکی انیمیشن

با وجود تصویرسازی‌های نسبتاً با مزه از بوقلمون‌ها، اما در مجموع ترکیب انیمیشن در سطحی پایین از نظر منتقدان برآورد شده آنقدر که حتی به مخاطب توصیه شده است تا از خرید بلیت نمایش سه بعدی صرف نظر کند.

صدای پیشگان

صدای پیشگی تر و فرز اوون ویلسون در نقش رجی یکی از نقاط مثبت فیلم است. اما دیگر گروه صدای پیشگان نیز با توانایی بالایی با حساسیت کمی عجیب جیمی هی‌وارد ارتباط برقرار می‌کنند، حساسیتی که وقتی کار با مشکلی مواجه می‌شود می‌تواند آن را به سوی موفقیت پیش ببرد. در این انیمیشن جیک با صدای پیشگی وودی هارلسون، ماشین زمان سخنگو با صدای پیشگی خشک و خشن جورج تاکی و مایلز استندیش بدجنس با صدای پیشگی کلم مینی شکل گرفته‌اند. صدای پیشگی جنی را نیز امی پولر برعهده دارد.

شخصیت‌ها

در این انیمیشن شخصیت معقول کمتر پیدا می‌شود. در هر حال شخصیت‌ها بیشتر بوقلمون هستند و بوقلمون‌ها هم به کم عقلی شهره‌اند. اما در طراحی شخصیت تلاش شده تا به نسبت قدرت اندامی آنها شکلشان انتخاب شود. به عنوان مثال کسی که زور بیشتری دارد با رنگ قرمز تصویر شده که عقلش هم کمتر است ولی بوقلمون آبی که ضعیف‌تر است هوش بیشتری دارد.

پیام فیلم

فیلم تلاش دارد تا یک سنت آمریکایی را به چالش بکشد: سنت خوردن بوقلمون در روز شکرگزاری و از این راه نقیبه هم به تاریخ و بومیان آمریکا بزند. با این حال به نظر منتقدان نحوه برخورد هیوارد با وضعیت نامساعد بومی‌های آمریکایی نیز - که به نظر می‌رسد به وسیله بوقلمون‌ها نشان داده شده باشد - اشتباه و نابخردانه به نظر می‌رسد. هر چند بچه‌ها متوجه مفهوم مجازی سیاسی داستان و مساله سرخپوستان آمریکا نمی‌شوند، اما باید آماده بود که وقتی از سالن سینما خارج می‌شوند، درخواست کنند از این به بعد برای جشن شکرگزاری فقط «توفورکی» غذایی مشکل از سبزیجات و سویا که به شکل بوقلمون تزئین شده، درست کنید.

طرح داستانی ساده انگارانه این داستان موجب می‌شود تا اهداف والاتری که فیلمنامه به دنبالش بوده، کمتر محسوس باشد و به همین دلیل کشف حس درونی سازندگان اثر می‌تواند نکته غافلگیر کننده‌ای باشد.



منتقدان چه گفتند

فیلم «پرنندگان آزاد» در کل نقدهای منفی از منتقدان دریافت کرده است. وبسایت راتن تومیتوز با امتیاز متوسط ۴.۲ از ۱۰ از میان ۷۶ نقد مختلف به این فیلم ریتینگ ۱۸ درصد را اختصاص داده است. نظر کلی سایت به این شرح است: این فیلم با وجود اینکه از نظر تکنیکی با لیاقت است، از نظر خلاقانه رو به مرگ است و موجب می شود تا به ناچار مقایسه‌های ناخوشایند بین آن با همان مرغ پرنده احمقی که الهام بخشش بوده، انجام شود.

دیگر وبسایت منتقدان یعنی متاکریتیک بر پایه ۲۷ نقد مختلف به آن امتیاز ۳۸ را داده و نقدهایش هم در کل به نفع فیلم نبوده است.

جاستین چنگ از ویرجینی بر این فیلم نقدی منفی نوشت و گفت: این کارتون فانتزی به نظر بی‌اسیب، تبدیل به یک تمرین دیگر در عدم رعایت فرهنگی خانوادگی و دوستانه می‌شود؛ سمی اما پاکیزه شده است.

آلونسو دورالد از درپ به فیلم نظر منفی داشت و گفت: حتی اگر بخواهیم عدم رعایت فیلم نسبت به پارادوکس‌های سفر در زمان و کنایه‌های نسل کشی را کنار بگذاریم به من اعتماد کنید، به هیچ وجه نمی‌خواهید وارد یکی از این دو قفسه شوید، «پرنندگان آزاد» خیلی بدبهمی است که اصلاً بازره نیست.

استفانی زاکاراک از دویلج وویس هم به فیلم نقد منفی داد و گفت: «پرنندگان آزاد» هم مانند بسیاری از فیلم‌های انیمیشن مدرن دیگر به سراغ محتویات بسیاری می‌رود؛ بنابراین فیلم احساس گرفتگی و درهم و برهم بودن دارد و حتی با وجود اکشن دیوانه‌وار گاه و بی‌گاهش، مانند پرنده چاقی می‌ماند که دارد به آرامی به سمت نابودی حرکت می‌کند.

کیت اربلند از فیلم‌کام به فیلم امتیاز ۷.۶ از ۱۰ داد و گفت: فیلم «پرنندگان آزاد» یک حواس پرتی عجیب و قابل برای تمام خانواده است.

استفان لی از انترتینمنت ویکلی به فیلم امتیاز C داد و نوشت: اغلب می‌توان به جلوه‌های بصری یک فیلم انیمیشن متوسط به عنوان نکته نجات دهنده‌اش نگاه کرد، اما این دنیای مستعمراتی که باید احساس یک پانورامای پاییزی متعادل به گسترش را داشته باشد، به طور عجیبی احساس عدم حرکت و دو بعدی بودن دارد. شری لیندن از لس آنجلس تایمز هم به فیلم نقدی منفی داد و گفت: درست مانند همان مرغ‌های این ماجراجویی که متوقف می‌شوند و دوباره به حرکت درمی‌آیند، خود کارتون هم به ندرت از روی زمین بلند می‌شود.

جسیکا هرندون از اوسیتیدپرس به فیلم دو ستاره از چهار ستاره اختصاص داد و گفت: یک پیش‌نمایش خوب که پتانسیل حقیقی رییل افکس برای تولید کردن فیلم‌های انیمیشن طولانی را نشان می‌دهد. اما خط داستانی فیلم با تمام اجزای تشکیل دهنده فرضی‌اش بعضی مواقع درمانده به نظر

صدایشگی جالب از جمله رییس‌جمهور (که به طرز عجیبی صدایش شبیه بیل کلینتون است) را بر عهده دارد. بعضی از جوک‌های فیلم عمداً از سطح کودکان بالاتر در نظر گرفته شده‌اند و داستان بیش از حد طولانی و گاه بی‌دلیل خشن است.

مخلوط کردن‌های تاریخی هم ممکن است بینندگان جوان را گیج کند. پیغام فیلم ممکن است کودکانی که تحت تأثیر قرار می‌گیرند را تبدیل به گیاه‌خواران ضربه‌دیده کند. یا حداقل کاری کند از خوردن این پرنده بزرگ روی سفره بگذرند و مستقیم سراغ دسر بروند، اما «پرنندگان آزاد» به اندازه کافی برای یک فیلم تعطیلاتی لذت‌بخش هست و تبریک به انیمیتورهای فیلم برای تبدیل کردن یک نژاد غیر جذاب - یا حداقل تحسین نشده - به مجموعه‌ای از شخصیت‌های دوست‌داشتنی.

نقد استفانی مری از واشنگتن

پست

بالاخره فیلمی از راه رسید که والدین گیاه‌خوار می‌توانند به همراه فرزندانشان تازیدیشان تماشا کنند و لذت ببرند. ماجراجویی انیمیشن «پرنندگان آزاد» با استفاده از کمک صدایشگانی از جمله وودی هرلسون، ایمی پولر و اوون ویلسون به طرفداران لذت‌های کوچکی را ارائه می‌دهد. این فیلم رنگ‌آمیزی‌های جالب، اکشن پر سر و صدا و داستان احمانه‌اش را برای خندانندن بچه‌ها حفظ می‌کند، اما علاوه بر آن چند چشمک قابل توجه هم به والدین می‌زند اما با توجه به اوج‌های این ژانر، فیلم «پرنندگان آزاد» بعضی مواقع احساس اشتقاقی بودن به خود می‌گیرد. جیک مشکل‌حافظه کوتاه مدت دارد که آدم را یاد دوری در «ر جستجوی نیمو» می‌اندازد و یکی از بوقلمون‌های وحشی تبدیلی چشم دارد که شبیه به تلاشی ضعیف برای فردگرایی غیرعادی به نظر می‌رسد.

تاریخ تجدیدنظرطلب گرایش دارد، به شکل میانه‌رویی سرگرم‌کننده است اما در عین حال فراموش‌شدنی نیز هست و ممکن است تنها به درد تعطیلات بخورد. بر خلاف آن آهنگ لندر اسکینر، فیلم «پرنندگان آزاد» کاملاً دربارۀ تجدیدنظر طلبی است؛ حداقل از نقطه نظر یک جفت بوقلمون انیمیشنی. چیزی که آن‌ها می‌خواهند آن را تغییر دهند عید شکرگزاری است، یا خواهیم دقیق‌تر بگوییم نقش سنتی بوقلمون در این جشن تعطیلات.

مانند همان آهنگ، این پرنده‌ها هم باید سفر کنند. این فیلم سه بعدی انیمیشن که اولین فیلم تعطیلات بود دوست‌داشتنی و سرگرم‌کننده است اما این ویژگی‌های آن تقریباً ناچیز است. جیمی‌هی‌وارد کارگردان دارد دو شیفته کار می‌کند و نقش چند

می‌رسد، حتی برای یک فیلم کودکان. تام روسو از د بوستون گلوب به فیلم دو ستاره از چهار ستاره داد و آن را کاوشی خوشایند درون منطقه کمتر جستجو شده نامید، حداقل از نظر مفهومی.

ایزابلت ویتزمن از نیویورک دیلی نیوز با دادن امتیاز ۱.۶ از ۴ می‌نویسد: بعد نیمه اول فیلم که عجیب و سرگرم‌کننده است، وقایع تا انتهای داستان حالتی جدی پیدا می‌کنند و یک نبرد خشن غیرضروری به سبک فیلم «شجاع دل» هم در این بخش گنجانده شده است.

نقد کلادیا پوئیگ از یواس‌ای

تودی

این فیلم کم‌دی انیمیشن که نقطه ضعفی برای بوقلمون‌ها دارد و به سمت



ماجراجویی اسکیموها در سرزمین یخی / روح تاریکی خطر آفرین می شود

انیمیشن «افسانه ساریلا» تصویر گر کولاک های شدید و بهمین و سور تمه سواری از میان تونل های یخی پیچ و پیچ و نبردهای مرموز بین عشق و نفرت است و اولین انیمیشن سه بعدی کانادا در قالب فیلم بلند محسوب می شود.



اکنون به عنوان شفافبخش شناخته می شود، پیشنهاد می دهد تا در غیاب مار کوسی از خواهر کوچک او و سگش کاجوک مراقبت کند.

سه دوست قبیله را با سگ های سورتمه و کیمی موش صحرایی آبیک ترک می کنند. در تلاشی که آنها به خرج می دهند، با خطرهای متعددی روبه رو می شوند که در واقع از طریق جادوی کرولیک برای آنها رخ می دهد.

این خطرها شامل روبه رو شدن پوتولیک با طلسم دوقلو به اسم مدال است که او را و می دارد تا به مار کوسی حمله کند. سه مسافر جوان با این حال بر همه خطرها غلبه می کنند و بارها و بارها به کمک قدرت های مار کوسی نجات می یابند. در این میان، کرولیک همسر سابقش سایا را برای زردین غذا از قبیله دستگیر و او را زندانی می کند.

در نهایت سه دوست به ساریلا می رسند، زمینی گرم و پر از زندگی، جایی که می توانند به سرعت شکار کنند و خیلی بیشتر از آنچه نیاز داشتند برای قبیله غذا به دست بیاورند. علاوه بر این، آبیک متوجه می شود که در همه این مدت مار کوسی را دوست داشته و تازه متوجه می شود که او پیش از این غلامی ناشی از محبتش به وی ابراز کرده بود. سدنا به مار کوسی می گوید از همه آزمون ها گذشته و نیاز دارد تا یک «چیز کوچک» دیگر را انجام دهد تا به قبیله بازگردد و بتواند حیوانات را آزاد کند. اما راه این کار را به او نمی گوید، تنها می گوید یک شمن واقعی باید خودش بفهمد چه کار کند.

اندکی بعد دوباره پوتولیک تحت نفوذ کرولیک می خواهد مار کوسی را بکشد اما موش صحرایی از ماجرا باخبر می شود و پوتولیک را نجات می دهد. پس از بازگشت به قبیله، آبیک می گوید که می خواهد با مار کوسی ازدواج کند و والدینش با این کار مخالفت می کنند. پوتولیک پیش از این موافقت خود را اعلام کرده بود چون اکنون تنها هدفش سفرهای بیشتر است تا راه و رسم زندگی را یاد بگیرد و بتواند رهبر بعدی خوبی برای قبیله اش باشد.

کرولیک که خشمگین از زنده بودن مار کوسی است او را به چالش می کشد. مار کوسی جنگ جادویی را می پذیرد و می فهمد این آخرین آرزویی بود که سدنا حرفش را زده بود. در نهایت کرولیک می میرد و در حال مرگ می گوید سایا را زندانی کرده و درخواست عفو می کند. مار کوسی به نیابت از قبیله از سدنا طلب بخشش می کند و او اجازه می دهد تا حیوانات دوباره به سرزمین آنها بازگردند. کلاخ کرولیک هم پیشنهاد می دهد تا از این پس به مار کوسی خدمت دهد و وقتی او نمی پذیرد، او پرواز می کند و می رود. در آخرین نما یکی از طلسم های دوقلو در همان راهی روشن است که پوتولیک در آن کام گذاشته تا دنیا را بشناسد.

می دارد چون می رسد اگر شمن باشد شبیه شمن قبیله شان کرولیک شود. کرولیک خودخواه بار آمده و پس از مرگ پسرانش که همراه پدر مار کوسی در یک تصادف در حال شکار کشته شدند، زندگی منزوی ای دارد. او همسرش سایا را که به تازگی از او جدا شده مسبب مرگ پسرانش می داند چون خودش موافق نبود که پسرانش از سن پایین راهی شکار شوند. از نظر او پدر مار کوسی نیز به طور ویژه مسئول این واقعه محسوب می شود و کرولیک به همین دلیل از مار کوسی نیز متنفر است.

در آغاز فیلم، کرولیک مخفیانه تبدیل به الهه سدنا می شود و تلاش می کند تا با روح تاریکی تماس بگیرد. در مجازات این کار، سدنا همه حیوانات را از سرزمین های مربوط به قبیله فرامی خواند و با این کار موجب می شود تا کمبود خطرناک مواد غذایی دامن قبیله را بگیرد و معاملات رایج قبیله متوقف شود. اعضای قبیله با از جان گذشتگی تصمیم می گیرند تا به جستجوی ساریلا بروند سرزمینی افسانه ای که گفته می شود در آنجا حیوانات زیادی وجود دارند.

تحت تاثیر کرولیک که هدفش این است که مار کوسی در این سفر کشته شود، سه جوان اینویی برای این سفر انتخاب می شوند؛ مار کوسی با دو دوستش پوتولیک که پسر رییس قبیله است و آبیک. این سه از کودکی با هم همپیمان بودند. سایا که

این محصول که با بودجه ۸.۵ میلیون دلاری ساخته شد به عنوان اولین محصول بلند سه بعدی کانادا شناخته شده است. این فیلم این موفقیت را به دست آورد تا یکی از ۱۹ انیمیشنی باشد که آکادمی اسکار در سال ۲۰۱۴ به عنوان فهرست اولیه برای رقابت بهترین انیمیشن سال معرفی کرد. با این حال جایزه ای از سوی جشنواره های مختلف به دست نیاورد. ترانه فیلم با نام «دور از خانه» نامزدی جایزه اسکرین کانادا را برای دستاورد موسیقی به دست آورد و نویسنده ترانه یعنی الیسابی ایزاک و آهنگساز آن اولیویه اوریو نامزد دریافت جایزه شدند. انیمیشن «افسانه ساریلا» اول نوامبر ۲۰۱۳ راهی سینماها شد. این محصول به زبان فارسی نیز دوبله شده و در بازار موجود است و یکی از فیلم های شبکه پویا برای نوروز سال پیش بود.

▲ قصه از کجا شروع شد؟

مار کوسی یتیم جوانی است که با خواهر کوچکش میولوک در یک قبیله اینویی زندگی می کند. مار کوسی می تواند با حیوانات حرف بزند و قدرتهایی دارد که تنها متعلق به شمن هاست. شمن ها رهبران معنوی قبیله های بدوی هستند که ادعا دارند با ارتباط با جهان ارواح می توانند مشکلات و بیماری های مردم را حل کنند. با این حال او دوست ندارد شمن باشد و به همین دلیل قدرت های خود را مخفی نگه

افسانه ساریلا یک انیمیشن سه بعدی محصول سال ۲۰۱۳ و از کشور کانادا است. در واقع این انیمیشن اولین انیمیشن سه بعدی کانادا در قالب فیلم بلند محسوب می شود. این فیلم که به کارگردانی نانسی فلورانس ساوارد ساخته شده کاملاً تحت تاثیر فرهنگ اینویی یعنی اسکیموهای ساکن قطب شمال است و سنت های این باور را از ایه می دهد.

داستان فیلم در شمال کانادا در سال ۱۹۱۰ می گذرد و داستان سه اینویی جوان را روایت می کند که در سرزمین افسانه ای ساریلا در جستجوی غذا برای قبیله خود هستند. یکی از آنها، به نام مار کوسی در طول ماجراجویی هایشان متوجه می شود که یک شمن اینویی واقعی است در حالی که شمن قبیله شان تلاش می کند تا او را بکشد.

این فیلم در آمریکا با عنوان «سرزمین یخ زده» اکران شد و در حالی که زمان اکران آن تنها چهار هفته با آغاز اکران «یخ زده» انیمیشن مشهور دیسنی فاصله داشت از لوگویی استفاده کرد که شباهت زیادی به لوگوی دیسنی داشت و موجب شد تا کمپانی دیسنی دادخواستی علیه فیلم را به دادگاه ارایه کند. در نتیجه شکایت سونی دو کمپانی در نهایت با هم به توافق رسیدند تا فیلم به نام اصلی خودش اکران شود و ۱۰۰ هزار دلار به عنوان غرامت به دیسنی پرداخت شود.

آمریکایی چیزی بیش از یک کنجکاوی معمولی به وجود بیاورد.

داستان فیلم که در اوایل قرن بیستم اتفاق می‌افتد درباره یک قبیله اینوی است که بیش از همیشه با خطری روبه روست که از سوی یک الهه بی‌رحم و شیطان‌صفت بر آن‌ها وارد شده است. کرولیک با صدای پلامر که شمن آن‌هاست نمی‌تواند مشکل را حل کند، اما یکی از زنان پیر و باهوش جمع با صدای بوژو به قبیله اطلاع می‌دهد که غذاهای بسیاری در سرزمین دور ساریلا پیدا خواهد شد، جایی که تنها کسانی که قلبی پاک دارند می‌توانند وارد آن شوند.

سه فرد جوان به دنبال این نعمت‌ها می‌روند: پوتولیک (تیم رازن) که پسر رییس قبیله است، نامزد زیبایش آپیک (راشل لافور) که حیوان خانگی دوست‌داشتنی‌اش را هم با خود می‌آورد و در نهایت مارکوسی (داستین مولیگان) که خود قدرت‌های نهفته شمنی در اختیار دارد. کرولیک که می‌خواهد جایگاه خود در قبیله‌اش را تضمین کند سعی می‌کند ماموریت را با کمک کوتاک همراه خود خراب کند.

این فیلم که پر از ماجراجویی‌های فراوان شامل یخ‌های نازک و خرس‌های خشمگین است، به صورت بیش فعالانه از یک سکانس اکشن دیوانه‌وار به سکانس بعدی می‌پرد و مطمئن می‌شود که توجه دقیق بینندگان جوان آن خیلی سفت و سخت مورد امتحان قرار نگیرد. اما شخصیت‌سازی‌های تک‌نوتی و شاخصه‌های انیمیشنی قابل پیش‌بینی به سرعت خسته‌کننده می‌شوند و فیلم حتی با وجود احساس ماجراجویانه‌اش نمی‌تواند بیننده را کاملاً مجذوب خود کند. این تنها صداگذاری‌های خارق‌العاده بوژو و پلامر هستند که فیلم را کمی متمایز می‌کنند آن هم در حالیکه پلامر با همان صدای پرانرژی و باوقاری که در نقش‌های شگسپیری‌اش استفاده می‌کند در فیلم ظاهر می‌شود.



فیلم «افسانه ساریلا» که اولین فیلم انیمیشن سه بعدی کشور کانادا است بیشتر به خاطر استفاده از فرهنگ اینوی قابل توجه است و از این فرهنگ برای تعریف کردن داستان سه فرد جوان که به سرزمینی مرموز سفر می‌کنند تا مردم خود را از گرسنگی نجات دهند بهره می‌برد. اما این فیلم از نظر روایتی خیلی واضح نیست و از دید بصری هم نکته متمایزکننده خیلی خاصی ندارد، حتی با استفاده از افراد مشهوری مانند کریستوفر پلامر و ژنویو بوژو در میان صداپیشگان خود نیز نخواهد توانست بین تماشاچیان

نظر آن‌ها «تقریباً یکسان» بودند را با جزئیات شرح دادند. به گفته این دعوی قانونی، نام و لوگوی جدید خلق شده برای سود بردن از اکران سینمایی فیلم «یخ‌زده» در ماه نوامبر طراحی شده بودند.

مدتی طول کشید تا خبر دعوی به سمت شمال و استودیوی مودوس افاکس، که مسئول طراحی جلوه‌های بصری فیلم بود، برسد. اریک کلمان رییس تولید این استودیو گفت: حس اصلی اینجا ناراحتی بود، چون ما تمام تلاش‌مان را برای این فیلم کرده بودیم و به این پروژه افتخار می‌کنیم. خیلی ناراحت‌کننده بود که بشنویم بعضی‌ها فقط به خاطر دعوی قانونی از آن خبردار خواهند شد.

اما فیلم «افسانه ساریلا» به غیر از تمام آن یخ و برف، هیچ نکته مشابه دیگری با «یخ‌زده» ندارد. این فیلم از همان ابتدا یک تلاش عاشقانه بود. وقتی نانسی فلورنس ساوار تهیه‌کننده و کارگردان فیلم آن را در سال ۲۰۱۰ به مودوس افاکس آورد، نزدیک به یک دهه بود که داشت روی آن کار می‌کرد.

نقد فرانک شک از هالیوود ریپورتر

صداپیشگان

در این انیمیشن داستین میلیگان در نقش مارکوسی، راشل لوفر در نقش آپیک، تیم رزن در نقش پوتولیک، کریستوفر پلامر در نقش کرولیک، ژنویو بوژو در نقش ساریا صحبت می‌کنند.

پیام انیمیشن

همانطور که از قصه فیلم می‌توان دریافت این انیمیشن با تمرکز بر دو نیروی خیر و شر که با فداکاری و نفرت تجلی پیدا می‌کند، مخاطب را با خود همراه می‌کند. در نهایت این نیروی سازنده و سالم است که پیروز می‌شود و در نتیجه این پیروزی خیر و صلاح همه مردم قبیله تامین می‌شود.

منتقدان چه گفتند؟

این فیلم در وبسایت نقد راتن تومیتوز دو نقد مثبت و یک نقد منفی دریافت کرد که برای احتساب یک امتیاز متوسط کافی نبود. به همین صورت وبسایت متاکریتیک نیز تنها یک نقد از این فیلم ثبت کرده که نقدی مثبت بوده و در نهایت به آن امتیاز ۷۰ را اختصاص داده است. در نقد نشنال پست این فیلم را با وجود پلاتانی که به نازکی یخ بهاری است نازک و کم محتوا خوانده، اما در مجموع آن را به حد کافی لذتبخش معرفی کرده است.

نقد روبر توایتو از نیویورک تایمز

«افسانه ساریلا» اولین فیلم انیمیشن سه بعدی کشور کانادا است. این فیلم که از جمله آن‌ها می‌توان به کریستوفر پلامر متولد کانادا و ژنویو بوژو اشاره کرد. داستان آن نیز از فرهنگ و افسانه‌های اینوی الهام گرفته است. در آن می‌توان کولاک‌های شدید و بهمن دید و سورتمه‌سواری از میان تونل‌های یخی پیچ واپیچ و نبردهای مرموز بین شمن‌های رقیب را مشاهده کرد. این فیلم بعد از پیش‌نمایش خود در فستیوال بین‌المللی فیلم کودکان در TIFF در تورنتو در سینماهای کانادا به نمایش درآمد و بعدها تهیه‌کنندگان مختلف قراردادهایی را برای توزیع آن در ۲۲ کشور از جمله آلمان، روسیه و چین امضا کردند.

اما اتفاق عجیبی برای فیلم در راه ایالات متحده افتاد. قبل از انتشار دی‌وی‌دی فیلم در ماه نوامبر، یک کمپانی توزیع واقع در تورنتو به نام «فیز ۴ فیلمز» عنوان رسمی آن را از «افسانه ساریلا» به «سرزمین یخ‌زده» تغییر داده و لوگوی برای آن درست کرد که به شدت شبیه به لوگوی فیلم پرفروش کمپانی دیزنی یعنی «یخ‌زده» بود. وکلای دیزنی هم به سرعت یک دعوی فدرال شکل دادند و تمامی شباهت‌های لوگوها که از





برای ترسناک شدن دانشگاه بروید! درس زندگی در دنیای غول‌های شاخ‌دار

انیمیشن «دانشگاه هیولاها» هر چند با پس زمینه فیلم قبلی و بیش از یک دهه بعد راهی سینماها شد، اما توانست نوستالژی فیلم قبلی را برای هوادارانش زنده کند.

کافه اوزما که قبلا از برنامه ترس کنار گذاشته شده بودند با وی همراه می‌شوند. آنها اول برای تقلب گروهی دیگر شکست می‌خورند اما در مسابقات باقی می‌مانند و با وجود تحقیری که از سوی دیگران می‌بینند، دل‌سرد نمی‌شوند. با حمایت مایک تیم در دور اول پیروز می‌شود، اما مایک می‌فهمد که سالی با تقلب به پیروزی‌شان کمک کرده است. او از آزمایشگاه مدرسه و از طریق دری مخصوص وارد جهان انسان‌ها می‌شود تا ثابت کند می‌تواند ترساننده باشد. اما در جهان انسان‌ها، بچه‌ها از او نمی‌ترسند.

سالی هم به دنبال او وارد جهان انسان‌ها می‌شود و به دنبال مایک می‌گردد. آنها همدیگر را پیدا می‌کنند و با هم آشتی

هیولاها درس می‌خواند و با رندی بوگس یک هیولای بنفش عینکی و یک هیولای بزرگ آبی و پشمالو هم‌کلاسی است. مایک سخت درس می‌خواند، اما «سالی» که از یک خانواده سرشناس ترساننده‌ها می‌آید و یک غول بزرگ با دو شاخ است، رقیبی جدی است که به توانایی ترسانندگی طبیعی خود اعتماد دارد. در امتحان پایانی، مایک و رقیبش سالی نمی‌توانند توجه استادشان خانم هارداسکرابل را که یک هزارپای بزرگ و با شخصیت است، جلب کنند. آنها موفق نیستند و این شکست باعث می‌شود سالی از انجمن غرش امگا هم کنار گذاشته شود. مایک باید ترسناکی خودش را با تشکیل یک تیم و شرکت در مسابقات به اثبات برساند. در این راه انجمن

دو شخصیتی که نه از نظر ظاهر و نه از نظر فکری شبیه هم نیستند، فراز و فرودهایی را به وجود می‌آورد که جالب توجه است. این بار اما تیم سازنده تصمیم گرفت که به داستان آشنایی مایک و سولیوان بپردازد. از دیالوگ‌های خنده‌دار و البته در بعضی اوقات پر مغز تا ترکیب‌بندی‌ها و حرکات عالی دوربین را در این فیلم نمی‌توان نادیده گرفت. ویژگی پررنگ انیمیشن‌های پیکسار یعنی توجه به روان و افکار شخصیت‌ها از طریق حرکات بدن و صدایابی عالی از نقاط بسیار برجسته این فیلم است.

گرچه فیلم به هیچ وجه برای والدین خسته کننده نیست، اما مضمونی کودکانه دارد و درس‌هایی درباره ارزش دوستی، همکاری و ایمان به خود و دیگران به آنها می‌دهد. داستان «دانشگاه هیولاها» قابل پیش بینی است، اما به بیننده فرصت می‌دهد تا کمی بیشتر در پیام آن دقیق شود و بالاخره گرچه «دانشگاه هیولاها» به شدت برای بینندگان کم سن و سال تر جذاب است، اما آن‌هایی که هنگام کودکی از تماشای «کمپانی هیولاها» لذت برده‌اند، نباید از لذت دیدن «دانشگاه هیولاها» در دوران جوانی شرم‌منده شوند.

▲ قصه از کجا شروع شد؟

داستان با مقدمه‌ای که کودکی مایک را به تصویر می‌کشد آغاز می‌شود و مایک را در شکل و شمایل‌ی نشان می‌دهد که اصلا شبیه یک هیولای ترسناک نیست. بنابراین مایک تصمیم می‌گیرد تا با سخت‌کوشی بسیار برای وارد شدن به دانشگاه و تبدیل شدن به بهترین ترساننده دوران تلاش کند. یازده سال بعد، مایک در دانشگاه

دن اسکاتلون انیمیشن «دانشگاه هیولاها» را بر مبنای فیلمنامه‌ای که خودش همراه با دن گرسون و رابرت پیرد آن را نوشته‌اند، ساخته است. این انیمیشن که تابستان ۲۰۱۳ اکران شد به عنوان یک فیلم مناسب خانوادگی، توانست مخاطب زیادی را جذب کند و در نهایت فیلمی که بودجه ساختش ۲۰۰ میلیون دلار بود، ۷۴۳ میلیون دلار فروش کرد.

در این انیمیشن بار دیگر شاهد همکاری والت دیزنی و پیکسار هستیم و هر چند بنا بر نقدها و بررسی‌های متعدد، فیلمی در حد همکاری‌های درجه یک این دو کمپانی بزرگ سرگرمی سازی قرار نمی‌گیرد، اما نه تنها از مخاطب و منتقدان نمره قبولی می‌گیرد، که به موفقیت از پس این کار بر می‌آید.

پیکسار پیش از این هم تصمیم گرفته بود تا برخی از فیلم‌هایش را ادامه بدهد، اما در ساخت ادامه «ماشین‌ها» ناموفق ظاهر شده بود. هر چند این ادامه به موفقیت «داستان اسباب بازی‌های ۲ و ۳» نرسید، اما آنقدر قابلیت داشت که در بالای جدول فیلم‌های خانواده پسند تابستان جای بگیرد.

منتقدان یک صدا این انیمیشن را ناجی پیکسار خوانند. در شرایطی که این کمپانی محبوب فیلم بسیار ضعیف و کم‌فروغ «ماشین‌های ۲» را در سال ۲۰۱۱ و فیلم نه چندان موفق «شجاع» را در سال ۲۰۱۲ راهی سینماها کرد، این بار توانست با ساخت فیلمی دیگر درباره «کمپانی هیولاها» که محصول ۲۰۰۱ بود جای پایش را محکم کند. این فیلم اگر نه ادامه فیلم قبلی که از نظر داستانی مقدمه آن و کاری دلنشین و خانواده پسند است.

در این انیمیشن نیز مثل «کمپانی هیولاها»، دوستی غیرمعمول بین سولیوان گنده و پشمالو و مایک کوچولوی سبزی یک چشم، در مرکز قصه قرار دارد و همین دوستی بین



تکنیک‌ها استفاده می‌کند. همان طور که از پیکسار انتظار می‌رود «دانشگاه هیولاها» از کیفیت استانداردی برخوردار است، ولی مثل همیشه نتیجه استفاده از تکنیک سه بعدی در این فیلم‌ها قطعی نیست.

نسخه دو بعدی تصاویری شفاف و پر از جنب و جوش را به بیننده تقدیم می‌کند. برخی فیلم‌های کارتونی با تکنیک سه بعدی جذاب‌تر می‌شوند، اما مطمئن نیستیم که بشود چنین ادعایی را در مورد «دانشگاه هیولاها» بیان کرد. منتقد دیگری نیز تنها نقطه ضعف فیلم را تماشای آن با عینک‌های سه بعدی خوانده است.

پیشینه «دانشگاه هیولاها»

۱۲ سال پس از موفقیت انیمیشن «کمپانی هیولاها»، «دانشگاه هیولاها» موفقیتی را به دست آورد که بیش از هر چیز آن را مدیون فیلم قبلی یعنی «کمپانی هیولاها» بود.

دن اسکالون و دیگر همکارانش در نوشتن فیلمنامه، موضوعی را که پیت داکتر در «کمپانی هیولاها» آغاز کرده بود، مورد توجه قرار دادند. پیت داکتر پیش از کمپانی هیولاها «نوشتن داستان اسباب‌بازی‌های ۱ و ۲ را در کارنامه داشت و بعد با «وال‌ای» موفقیتش را تثبیت کرد. اسکالون اما یکی از اعضای تیم نویسندگان «ماشین‌ها» بود و ساخت این انیمیشن سکوی پرتابی برای او بود که هر چند نتوانست در حد خیلی بالایی از آن استفاده کند، اما در مجموع موفقیت کمی هم از آن به دست نیارود.

پیام انیمیشن

داستان رقابت و تلاش، دشمنی و دوستی، شکست و موفقیت نکته‌های کلیدی این انیمیشن برای بچه‌ها هستند. تأکید بر همکاری، لزوم خودباوری، اهمیت کار گروهی، تلاش برای رسیدن به آرزوها، تسلیم‌نشدن در برابر موانع و حتی لزوم تنبیه خلاقانه - حتی اگر خلاقان ما شخصیت‌های محبوب بیننده باشند - بخشی از پیام‌های بسیاری است که این انیمیشن در خود نهفته دارد.

این که ره صد ساله را نمی‌شود یک شبه رفت، زور بازو به تنهایی هیچ چیز نیست و مغز متفکر می‌تواند مشکلات را حل کند، با سخت کوشی و تلاش می‌توان به هر چیزی رسید اما باید هیچ‌گاه ناامید نشد و کار گروهی و هماهنگی، پیام‌هایی است که این انیمیشن به کودکان می‌دهد.

با این حال یک کارکرد مهم

که شخصیت او را معرفی می‌کند. این دو اولین بار در محل ثبت نام برنامه «مترسک‌ها»، همدیگر را ملاقات می‌کنند. تضاد بین این دو باعث درگیر شدن آنها در برنامه و اخراجشان می‌شود. تنها راه برگشتشان تشکیل یک تیم با چهار هیولای دیگر و برنده شدن جایزه سالانه «بازی‌های ترسناک» است.

شخصیت‌های فرعی؛ شخصیت‌های فرعی هم از نقاط قوت «دانشگاه هیولاها» است و طراحی آنها یکی از مواردی است که بیننده را جذب فیلم می‌کند برای مثال می‌توان به گروه اوزما کاپا اشاره کرد که شامل بی‌خاصیت‌ترین هیولاهای دانشگاه می‌شوند و مایک مجبور است با همراهی آنها پیروز مسابقات ترس شود.

صدای پیشگان

گروه صدای پیشگان این انیمیشن درجه یک هستند. از استیو بوچمی تا بیلی کریستال و هلن میرن و جان گودمن. در حالی که برای بزرگترها حاضر جوای مایک و سولیوان بیشتر از خود داستان فیلم جذاب است، بیلی کریستال و جان گودمن به راحتی از پس نقش‌هایی که دوازده سال قبل به خوبی آن را ایفا کردند، برمی‌آیند.

کیفیت انیمیشن

جیمز براینلدی منتقد و رایتی در این باره می‌نویسد: انیمیشن کامپیوتری سال‌ها پیش وقتی مایه تعجب و شگفتی بسیاری از بیننده‌ها شد، اوج خود را تجربه کرد. این روزها خیلی به ندرت به زیباییات فنی کارهای انیمیشنی توجه می‌کنیم چون هر انیمیشنی که ساخته می‌شود از بهتر



اسطوره‌های باستانی دارند.

مایک و اروسکی؛ او اصلاً چهره ترسناکی ندارد اما از کودکی می‌خواست یکی از ترسناک‌ترین هیولاها شود. او که در جهان هیولاها زندگی می‌کند، هر چند از خانواده یک چشم هاست، اما ریز جبهه است و با رنگ سبز زیبا و دست و پای لاغرتر بیشتر خنده دار است تا ترسناک، اما او باهوش است و برای هر کار راه حلی پیدا می‌کند. مایک حالتی افتاده دارد، مثل اردک می‌دود و حالت‌های صورتش در زمان خوشحالی یا عصبانیت، خنده آرامی روی لب می‌نشانند.

سالیوان؛ او از نیروی ترسانندگی ذاتی بالایی برخوردار است اما معمولاً درست رفتار نمی‌کند و تنها به زور و استعداد خود تکیه دارد و درس نمی‌خواند. او که از یک خانواده برجسته و محترم می‌آید غررش مهیب و حضور چشمگیری در صحنه دارد منتها فاقد تکنیک بازیگری است. سرخوشی، پرانرژی بودن و کله‌شقی سالی در حرکاتش موج می‌زند. نحوه راه رفتن اش و بعد استفاده از یک مداد به عنوان

خلال دندان در حالی که پاهایش را هم روی میز دراز کرده، از جزییات است

می‌کنند اما نمی‌توانند از جهان انسان‌ها خارج شوند. آنها در جهان انسان‌ها گیر افتاده‌اند چون استادشان در آزمایشگاه را غیرفعال کرده و منتظر است تا مقامات مسوول برسند. مایک می‌فهمد برای باز کردن در باید جیب بزند تا با انرژی حاصل از آن در باز شود و آنها به دنیای خودشان برگردند.

سالی و مایک با کمک هم بزرگسالان را می‌ترسانند و مقدار زیادی انرژی جیب تولید می‌شود که به آن‌ها اجازه می‌دهد تا به آزمایشگاه بازگردند. کار آن‌ها منجر به اخراجشان از دانشگاه می‌شود، اما اعضای دیگر کافه اوزما اجازه پیدا می‌کنند تا به دانشگاه بازگردند. مایک و سالی در شرکت هیولاها مشغول کار می‌شوند و سعی می‌کنند در کارشان موفق شوند و بتوانند دوباره عضوی از تیم ترساننده‌ها شوند.

شخصیت‌ها

یکی از خصوصیات پر رنگ انیمیشن‌های پیکسار که در این انیمیشن هم به خوبی مشاهده می‌شود، نشان دادن ویژگی‌های شخصیت‌ها از طریق حرکات بدن و صداییشگی عالی آنها است که در نهایت کاراکترهایی واقعی، زنده و غیرتکراری خلق می‌کند. این در حالی است که موجودات عجیب و غریب حاضر در این مجموعه از شخصیت تک چشم گرفته تا غول دو شاخ، همه به نوعی ریشه در





دیگر برای این انیمیشن در نظر گرفته شده و آن مبارزه با ترس در کودکان است. دکتر اسکندری استاد دانشگاه علامه طباطبایی در نخستین برنامه پویش فرهنگسرای فردوس که با موضوع نقد و بررسی انیمیشن «دانشگاه هیولاها» برگزار شده در بررسی این کارکرد گفته است: این انیمیشن در مبارزه با ترس کودکان نقش محوری و اصلی دارد و موجب می شود تا در مقطعی از سنین که ترس بخشی از وجود آنها را تشکیل می دهد با این عنصر به نحو دیگری روبه رو شوند.

نظر منتقدان

فیلم «دانشگاه هیولاها» نقدهای مثبتی را از سوی منتقدان دریافت کرده است. وبسایت نقد راتن تومیتوز بر اساس ۱۸۲ نقد مختلف به آن امتیاز ۷.۸ درصد و ۶.۸ از ۱۰ را اختصاص داده و نظر کلی سایت درباره فیلم به این شرح است: به درجه بهترین تلاش های کمپانی پیکسار نمی رسد، اما هنوز با مزه است و یک سرگرمی خانواده خوب برای بینندگان تمام سنین است. وبسایت متاکریتیک نیز با استناد بر ۴۱ نقد مختلف به این انیمیشن امتیاز ۶.۵ را داده است. تماشاچپانی که توسط سینما اسکور مورد سوال قرار داده شدند به فیلم امتیاز A دادند. به گفته دیزنی، تماشاچیان فیلم ۵۶ درصد زن و ۶۰ درصد زیر سن ۲۵ سال بودند. خانواده ها ۷۳ درصد تماشاچیان این فیلم را تشکیل دادند و نوجوانان نیز ۱۵ درصد از بینندگان آن بودند. فیلم برای تمام سنین خوش آیند بود.

نقد مت زولر سایتز از شیکاگو

سان-تایمز

اگر نگران بودید که کمپانی غول انیمیشن یعنی پیکسار در دبیش از حد از همان منابع همیشگی استفاده می کند و قسمت های بعدی همان فیلم ها از جمله «لانتان اسپاگتزی های ۳» و «ماشین های ۲» و غیره را می سازد اعلان خبر ساخت قسمت بعدی فیلم معروف «کمپانی هیولاها» احتمالاً برای تان خیلی جالب نبوده است اما خوشبختانه نتایج بسیار خوب بودند. فیلم «دانشگاه هیولاها» که در آن شخصیت گوبلین یک چشم با صدای بیلی کریستال و شخصیت پشم لوی لپ رنگ با صدای جان کومن تبدیل به توشیحولن هتسگام می شوند به روحیه فیلم اصلی وفادار باقی می ماند و لحن آن را دنبال می کند. شخصیت های سالمی و مایک افرادی به

همه چیز چطور باید پیش برود و فیلم به تمام آن چیزهایی که انتظارشان را دارید سر می زند اما هیچ وقت از طریق بدیهی ترین راه به مقصد خود نمی رسد.

این انیمیشن به حدی با نحوه فیلم دیدن تماشاچیان امروزی هماهنگ است که بعضی مواقع به نظر می رسد دارد انتظارات ما را پیش بینی می کند و آن ها را به نحوی قلقلک می دهد که بعداً پاسخ های شان را با رضایت ما فراهم کند هنگام تماشای «دانشگاه هیولاها» هرگز این احساس به بیننده دست نمی دهد که دن اسکالون کارگردان، نویسنده گانش، صدایشگانش یا ارتش انیماتورهایش دارند علاقه مانسبت به فیلم اول را در یک مکان خلاقیت حقیقی قرار می دهند.

هر لحظه شامل پنج یا شش چیز است که می توان از آن ها تجلیل کرد یک جمله خوب، یک صحنه جالب، هجومی از جزئیات دقیق، یک آهنگ یا حرکات دوربین. این فیلم ممکن است بتواند به کودکان و شاید حتی بزرگسالان یادآوری کند که حقیقتاً صادق، قابل احترام و وفادار بودن یک نکته مثبت است.

وقتی شخصیت ها از میان بره های اخلاقی استفاده می کنند، اگر گیر بیفتند به شیوه ای که به نظر کاملاً عقلانی می رسد مجازات می شوند و اگر هم گیر نیفتند وجدان شان کار مجازات را انجام می دهد و شخصیت هایی که مشخصاً هیچ وجدانی ندارند هم بدترین شخصیت های فیلم هستند. فیلم «دانشگاه هیولاها» به شیوه آرام خود بهترین نوع سرگرمی خانوادگی است. پیکسار ممکن است دیگر همان سرعت همیشگی را نداشته باشد، اما تکنیکش بی نقص است.

نقد جیک کویل از اسوشیتد پرس

پیکسار هم چیزی درباره انتظارها می داند. به خاطر شاعری مهربانانه «بالا»، رومنس کهکشانی «وال ای» و نمایش هنرمندانه «راتاتویی» و چندین فیلم دیگر، انتظارات از پیکسار که یکی از نقاط عطف فرهنگ عامیانه است بسیار بالا هستند اما اخیراً این

استودیو نتوانسته به استاندارد بالای خاص خود وفادار بماند فیلم «دانشگاه هیولاها» بعد از دو فیلم متوسط یعنی «ماشین های ۲» و «شجاع» ساخته شده است که هر دویشان آن خلاقیت معمولی پیکسار را نداشتند.

این فیلم نه بازگشتی شجاعانه به سمت فرم سابق و نه یک تلاش شکست خورده دیگر است، بلکه داستانی جذاب و رنگارنگ است. وفور قسمت های دوم و سوم همان فیلم های قدیمی، مطمئناً برای استودیویی که از اصیل بودن تجلیل می کند نکته جالبی نیست، اما «دانشگاه هیولاها» خوش آیند، با انیمیشن های دوست داشتنی و یک سرگرمی خانوادگی خوب است. یکی از دلایل بزرگ این مسئله هم این است که تیم واژووسکی و بیلی کریستال یکی از بهترین تیم های صداگذاری کارتون در تاریخ انیمیشن است.

اگر «کمپانی هیولاها» یک فیلم با مزه محل کار بود «دانشگاه هیولاها» کمپانی دانشگاه است. شخصیت ها که از نظر قابلیت ها و بیولوژی بسیار با هم متفاوت هستند، همگی در حال پیدا کردن مسیر خود در زندگی هستند و اغلب این کار را با تنوع های جالب از مسیری های مورد انتظار همیشگی شان انجام می دهند. دن اسکالون کارگردان فیلم که یکی از هنرمندان قدیمی کمپانی پیکسار است زندگی در دانشگاه را با جزئیات فرولون و اشاره های زیرکانه پر کرده است.

در نهایت، این فیلم درسی را که به طور تعجب آوری تیزبینانه است درباره حقیقت های سخت زندگی و استعدادهای محدود به ما یاد می دهد. استعداد داشتن هنوز هم یکی از تهمای موضوعی جالب کمپانی پیکسار باقی مانده و پیش از این نیز آن را در فیلم هایی از جمله «خارق العاده ها» و «راتاتویی» دیده ایم. اما «دانشگاه هیولاها» علاوه بر این به ما درسی

راجع به ارزش بالای تعهد و پشتکار نیز می دهد. این فیلم پیکسار ممکن است به اندازه بعضی از دیگر فیلم هایش با استعداد نباشد، اما بعضی مواقع فقط «خوب بودن» هم مشکلی ندارد

شدت غنی هستند و از نظر روانی، زبان بدنی و اجرای صدایی تا سر حد کمال به تصویر کشیده شده اند، آن ها «واقعی» تر از قهرمان های لایو اکشن تقریباً تمام فیلم های پر فروش تابستانی دیگری هستند که این کمپانی طی سالیان تولید کرده است. سانی در این فیلم نسبت به فیلم اول لاغرتر است و همان انرژی دیوانه وار نیک نولتی جوان را داراست.

شخصیت های مکمل نیز به همان اندازه زنده و پر انرژی هستند. مانند شخصیت های کمدی های کلاسیک پرستون استرجز یا ارنست لوبیچ. آن ها به عنوان چند کاریکاتور وارد فیلم می شوند و در پایان به عنوان افرادی کاملاً شکل گرفته از آن خارج می شوند، همان نوع افراد (هیولاها) بی که اگر آن ها را در زندگی می شناختید همیشه با لذت به یادشان می افتادید.

«دانشگاه هیولاها» از آن دسته فیلم هایی است که به آسانی ممکن است ارزش هایش نادیده گرفته شوند. عمیق نیست و سعی هم نمی کند باشد، اما اهدافش زیاد و متنوع هستند و به تمامی آن ها با وقار خاصی دست پیدا می کند. اگر یک فیلم ورزشی دیده باشید می دانید



درست کنند و از آنجا که آن را با عشق و علاقه آماده کرده اند، نتیجه اش انیمیشنی خوشمزه است که تماشاچی مزه اش را هرگز از یاد نمی برد.

▲ قصه از کجا شروع شد؟

رمی موشی است که در حومه یکی از شهرهای فرانسه زندگی می کند. پدر او رهبر یک دسته موش است. همه موش ها در اتلاق زیر شیروانی خانه یک پیرزن تنها زندگی می کنند. رمی وقتی در یک برنامه تلویزیونی با توصیه ها و دستورهایی خاص «آگوستو گوستیو» سرآشپز مشهور آشنا می شود، می فهمد تنها کاری که می تواند در این دنیا انجام دهد آشپزی است. ترکیب چند طعم و رسیدن به طعم های تازه و بهتر، رنگ های متنوع و بوهای ترکیبی... می تواند همه دنیای او را تشکیل دهد.

این انیمیشن پر است از لحظه های ناب مثلاً آشپزی برای یک موش کوچک احتمالاً باید با تجربیات متفاوتی همراه باشد و اینجاست که برق آسمان به کمکش می آید و هر چند موجب می شود او و برادرش از پشت بام پرت شوند، اما قارچ او را هم سرخ می کند و طعم دودی ای به آن می بخشد که رمی نمی تواند مزه اش را فراموش کند. رمی می خواهد به سراغ آگوستو برود، اما آگوستو بعد از حمله تندتیز یکی از مشهورترین منتقدان، دق می کند و می میرد و رمی هم در کنار آدم های زیادی که از مرگ ناگهانی آگوستو بیچاره ناراحت می شوند، زانوی غم بغل می کند.

در همین حین پیرزن متوجه حضور موش ها در خانه می شود و گروه موش ها مجبور به فرار می شوند و رمی از خانواده و گروهش جدا می افتد. او که کتاب آشپزی آگوستو را از خانه آورده برای مدتی در فاضلاب های شهر پاریس سرگردان می شود اما روح سرگردان آگوستو، از او محافظت می کند و کمک می کند تا این موش سر به زیر و علاقه مند، به آرزویش برسد. او با راهنمایی های روح، خودش را به سطح شهر می رساند و متوجه می شود در پاریس است و رستوران آگوستو همان نزدیکی هاست.

ورود رمی به آشپزخانه با آمدن جوانکی به نام لینگوینی که نامه ای از آگوستو دارد، اما هم زمان می شود. او به کار نیاز دارد، اما سر رشته چندان از آشپزی ندارد. از طرف دیگر رمی به هر قیمتی شده می خواهد آشپزی کند. لینگوینی در واقع پسر آگوستو و آدمی دست و پا چلفتی است و به زور توانسته در رستوران کاری گیر بیاورد. سرآشپز اسکینر که بعد از مرگ آگوستو هدایت رستوران را به عهده دارد از شخصیت های اصلی است و البته کولت هم هست که تنها آشپز زن رستوران و یکی از آدم های جدی آن اطراف است.

طی اتفاقاتی که در آشپزخانه می افتد رمی و لینگوینی با هم آشنا می شوند. لینگوینی متوجه می شود رمی استعداد



بفرمایید «راتاتویی» دست پخت موش سرآشپز

«راتاتویی» به عنوان یکی از بهترین انیمیشن های پیکسار، موفق شده تا شخصیت موشی را به موجودی زنده و واقعی بدل کند و یکی از بهترین فیلم های انیمیشن را رقم بزند.

عین حال کودکان هم از آن لذت بردند. فرانسوی ها عاشق آشپزی هستند و در فرهنگ فرانسوی، آشپزی، هنر است درست مثل نقاشی و ادبیات و موسیقی. این فیلم برای آنهایی ساخته شده که معتقدند غذای خوب خوردن، تفریحی است که نباید آن را از دست داد. تفریحی که ارزان نیست ولی واقعاً لذتبخش است. این به معنی شکمو بودن نیست، به معنی پاسخ به حس شناخت عطر و مزه است.

بعید است تماشاچی بعد از تماشای «راتاتویی» به طعم خوب و طعم بد فکر نکند و مهم ترین نکته ای که بر آن تمرکز خواهد کرد قطعا این است که آن چه غذا را خوش طعم می کند، میزان عشق و علاقه آشپز به چیزی است که پخته است. پیکسار و دیزنی هم با همین انگیزه با هم همراه شدند تا یک چیز خوشمزه

براد ببرد متولد ۱۹۵۷ تهیه کننده، نویسنده، بازیگر و کارگردان سخت کوشی است که از ۱۴ سالگی شروع به طراحی کرده و خیلی زود در کمپانی دیزنی به عنوان انیماتور جایی برای خود دست و پا کرده است. «راتاتویی» هشتمین انیمیشن بلند کمپانی پیکسار است که در قالب اولین محصول مشترک آن با کمپانی دیزنی وارد بازار شده است. پرداخت شخصیت ها و کار کسانی که به جای آنها حرف زده اند، در کنار فضا سازی خوب فیلم، از نقاط قوت آن محسوب می شود. مثال زدنی ترین آنان پیترو تول در نقش آگو - منتقد گنده دماغ غذا - است.

داستان این فیلم که کاملاً در قلمرو فانتزی می گذرد، حتی موفق شد به قصد سرگرم کردن بزرگسالانی که فانتزی در زندگیشان جای چندان ندارد، وارد میدان شود و در

سرآشپزهای شرکت کامپیوتری پیکسار با همکاری رستوران بزرگ والت دیزنی با ساخت انیمیشن «راتاتویی» نشان دادند که می توانند یک غذای خوشمزه برای همه سلیقه ها بسازند به همین دلیل راجر ایبرت منتقد معروف، این انیمیشن کامپیوتری را با یک غذای مقوی و خوشمزه مقایسه می کند، که خیلی هم خلاف واقع نیست: ترکیبی از قصه جذاب، فضا سازی خوب، کاراکترهای بانمک و دوست داشتنی، رنگ و صحنه پردازی های تماشایی و شوخی های کلامی بامزه که البته باید به جمع این ها یک تصویرپردازی خوب را هم اضافه کنید. براد ببرد کارگردان این اثر بعد از «خانواده شگفت انگیز» و موفقیت عظیم آن، «ماشین ها» را روانه اکران کرد که نتوانست موفقیت مالی و اقتصادی اثر قبلی را تکرار کند اما هشتمین همکاری مشترک انیمیشنی پیکسار و دیزنی یکی از نقاط اوج در دهه اول هزاره سوم بود. آن فیلم هم به جز فروش و موفقیت اقتصادی بالای خود، تحسین منتقدان را برانگیخت و در مراسم اسکار مورد تقدیر قرار گرفت.

برای ساخت این معجون فرانسوی - آمریکایی کمپانی پیکسار از الگوهای خودش استفاده می کند که یکی از آنها تعقیب و گریزهای ماهرانه و نه چندان تند و تیز و خشن است. همه اینهاست که موجب می شود تا این فیلم نیز از همان لطافت خاص پیکساری برخوردار باشد.

«راتاتویی» یک غذای فرانسوی است که با ترکیب سبزیجات مختلف پخته شده، از کلمه «تویلر» به معنی جوش آوردن و کلمه «راتا» که کلمه ای عامیانه در ارتش فرانسه به معنای دم کرده چاق است، می آید اما از آنجایی که «رات» به معنی موش هم در همین اسم جا دارد، به نوعی تلمیحی به موش هم دارد.

«راتاتویی» را می توان بی شک به عنوان یکی از بهترین انیمیشن های پیکسار خواند. انیمیشنی که کارگردانش با مهارت و تجربه خاص اش شخصیت موش را به صورت موجودی زنده و واقعی با حرکات و رفتاری همانند انسان - با همان احساس ها و نگرانی ها - و خانواده و بستگان نشان می دهد. زیبایی و جذابیت این اثر بیشتر مرهون خلق صحنه های هنری، خلاقانه و بهره گیری مناسب از قدرت تخیل طراحان و انیماتور هاست. حالت دهان، چشمک زدن و اعمال و رفتار بامزه و خنده دار شخصیت ها تا حد زیادی واقعی به نظر می آیند و تماشاگر دچار اشتباه می شود که آیا واقعا با یک اثر انیمیشن روبه روست!

این فیلم برنده بیشتر جوایز انیمیشن سال شد تا به قول آنتون ایگو یکی از شخصیت های قصه نشان دهد: «هر کسی نمی تواند هنرمند باشد، ولی هنرمند می تواند اهل هر جایی باشد» این انیمیشن که در تلویزیون ایران هم به نمایش درآمد، داستان یک موش سرآشپز در نقطه مرکزی انیمیشنی است که نتوانست اسکار بهترین انیمیشن را در سال ۲۰۰۸ دریافت کند.



خاصی در آشپزی دارد و رمی متوجه می شود که فقط از طریق لینگوینی می تواند آشپزی کند. رمی موقعیتی پیدا می کند که قدرت آشپزی خودش را نمایان کند. همه وجود این استعداد آشپزی را در لینگوینی می بینند و همین باعث عصبانیت اسکینر می شود.

اسکینر از طریق نامه مادر لینگوینی متوجه می شود که او وارث رستوران آگوستو است. اسکینر که نمی خواهد لینگوینی جاسی او را بگیرد، به دنبال دلیلی برای اخراج او می گردد، اما لینگوینی روز به روز بهتر می شود و رمی اتفاقی متوجه نامه مادر لینگوینی می شود و در یک صحنه تعقیب و گریز که بین اسکینر و رمی اتفاق می افتد، رمی برنده می شود و نامه را به دست لینگوینی می رساند. اسکینر اخراج می شود و رستورانی که دو ستاره خودش را از دست داده بود حالا دوباره به اوج برمی گردد.

منتقدان غذایی هم در اینجا نقش مهمی دارند. آنها درست مثل منتقد فیلم و کتاب به بررسی غذاهای رستوران های مختلف می پردازند و به مردم می گویند که کدام انتخاب و به چه دلیل بهتر است. آنتون آگو منتقدی دراز و اخمو که عملاً قاتل گوستو محسوب می شود، دوباره وارد میدان می شود. هر چند او معتقد است یک هنرمند می تواند به هر جایی تعلق داشته باشد اما هرگز در مخیله اش نمی گنجد که این هنرمند از زیر زمین آمده باشد. او که مزه غذا را به عنوان یک شغل دنبال می کند

می توانند صداهای بزرگی نیز باشند و نه فقط نام های بزرگی بر پوستر فیلم. یان هولم به عنوان سرآشپز عالی ایفای نقش می کند؛ گاهی ترسناک و در بیشتر موارد کاملاً خنده دار. اما در «راتاتویی» دو اجرای متفاوت وجود دارند که حتی بقیه را هم پشت سر می گذارند: لو رومانو در نقش لینگوینی چنان با احساس ایفای نقش می کند که گویی واقعاً بازیگری به نام لینگوینی با صدای خودش در حال بازی است و البته پیتر اوتول بزرگ در نقش آنتون آگو چنان اجرای خارق العاده ای ارائه می دهد که در یک فیلم زنده می توانست برای او نامزدی اسکار نقش اول به ارمان بیاورد.

کارگردان می گویند: یکی از بزرگ ترین افتخارات عمرم این است که پیتر اوتول قبول کرد به جای «آنتون آگو» حرف بزند. مطمئنم اگر کسی غیر از او گویندی این شخصیت عجیب را به عهده می گرفت، نقشش این قدر مرموز از آب در نمی آمد. درست است که تا پیش از پایان فیلم، احساس می کنیم آدم بدی است، اما بعد از این متوجه می شویم آدمی است که مدت ها است از غذا خوردن لذت نبرده و اخلاقیش به همین دلیل تند است.

شخصیت ها

رمی: موش کوچک بازیگوشی است که یک استعداد نهفته دارد و پیش از کشف گوستو هم معنی مزه را می فهمید و به سراغ سطل زباله هایی می رفت که می دانست خوردنی ترند. او همواره در تلاش است تا میان خود و بستگانش تعادل ایجاد کند. او یک حس قوی و خطاپذیر در مورد غذا و خوردنی ها دارد. رمی در عین حال با فرهنگ و باشعور است تا دقیقاً شخصیتی بر خلاف برادرش امیل و پدر بد اخلاقش دی جانگو داشته باشد که بیشتر به زندگی و اقامت در زباله ها تمایل نشان می دهد

غذای ساده و قدیمی، ذهن آنتون آگو را به زمان های دور می برد و مزه دست پخت مادرش را برایش زنده می کند. از آنجایی که زندگی بی دردسر پیش نمی رود، انبوه موش های حاضر در آشپزخانه رستوران آگوستو، اداره بهداشت را به این مکان می کشد و درش را تخته می کند، اما پیام داستان در همینجا نهفته است که می توان از این مرحله گذشت و اگر درست عبور کنی، به مرحله بالاتری هم می رسی... چرا که نه! رستوران بعدی می تواند رستوران «راتاتویی» باشد که متعلق به کسی نیست جز رمی؛ موش آبی کوچکی که به سرآشپزی حرفه ای تبدیل شده است.

صدای پیشگی انیمیشن

«راتاتویی» می تواند نمونه بسیار خوبی برای انتخاب درست و بجای صدا باشد و به قول منتقدی، پیکسار بهوده نام های بزرگ و پر طمطراق را برای صدای پیشگی این فیلم ردیف کرده است. آنها صدای پیشگی را انتخاب کرده اند که بنا کاراکترها جور باشند و صداهای شناخته شده - بجای اینکه مثل خیلی از فیلم هایی که در آنها، صداها بیش از آنکه به فیلم کمک کنند، نام صاحبانشان را به رخ می کشند - کاملاً با برنامه ریزی زیر لهجه ای فرانسوی پنهان شده اند تا به شخصیت پردازی کمک کنند.

پتون اسوالت برای بازی در نقش رمی با تحسین زیادی رویه رو شد و منتقدان به خاطر این که به نحوی اعجاب آوری کاراکتری انسانی به این موش داد از کارش استقبال زیادی کردند.

براد گارت و چنین گاروفالو که نقش گاستو و کولت را بازی می کنند در زیر لهجه فرانسوی قابل شناسایی نیستند اما چنان به زیبایی صداهایشان را به کاراکترها قرض داده اند که ثابت می کنند نام های بزرگ،

و باید همه چیز را بلافاصله یادداشت کند، تصمیم گرفته با ندادن امتیاز لازم، به کار رستوران آگوستو برای ابد خاتمه دهد اما با خوردن دست پخت رمی، ناگهان متوجه می شود که با چیزی از نوع دیگر روبه رو شده است.

رمی برای او «راتاتویی» پخته؛ یک پیش غذای قدیمی که دیگر خیلی ها خوردنش را فراموش کرده اند. اما همین



انیمیشن‌های پیکسار، دو مفهوم جست‌وجو برای وضعیتی بهتر و اهمیت خانواده، مهمترین پیام را تشکیل می‌دهند. شاید اگر وقتی همه آشپزها با دیدن رمی آشپزخانه را ترک کردند، خانواده او به آشپزخانه نمی‌آمدند و زمام امور مهم‌ترین نقطه رستوران را به‌عهده نمی‌گرفتند، رستوران ناگهان نابود می‌شد.

▲ مراحل ساخت

ابتدا جان پینکاوا قرار بود آن را بسازد و پنج‌سالگی هم روی داستان و شخصیت‌هایش کار کرد، اما نتیجه کارش چیزی نبود که مورد نظر باشد و این شد که از سال ۲۰۰۵ کارگردان اصلی یعنی براد بیرد این کار را در دست گرفت.

براد بیرد پیش از این هم با ساخت انیمیشن «خانواده شگفت‌انگیز» نشان داده بود که در ساخت انیمیشن‌های جذاب و خانوادگی استاد است اما در «راتاوی» درجه استادی او به حد کمال می‌رسد. او در مقام کارگردان می‌گوید: روزی که تصمیم گرفتیم «راتاوی» را بسازیم، می‌دانستیم که باید به رستوران‌های زیادی سر بزنم و آشپزخانه‌شان را ببینم. جاهای زیادی را دیدم و به‌نظرم رسید رستوران «فرنچ لاندی»، رستوران ایده‌آل من است. «توماس کلر»، یک سرآشپز حرفه‌ای است. او هنرمندی است که وقتی غذا می‌پزد حس می‌کنید دارد پیانو می‌زند. در طول غذا پختن، چنان دقتی می‌کند که بعید است هیچ‌وقت دانه‌ای نمک یا فلفل اضافه در دیگ‌های جوشانش ریخته باشد. کارگردان می‌گوید: می‌خواستیم موش‌هایی که در فیلم می‌بینیم، خیلی عادی و معمولی نباشند. نه به «هیکی ماوس» فکر می‌کردم و نه به «جری». دنبال موش تازه‌ای بودم و اگر یکی از دوستان، موش‌های شخصی‌اش را چند روزی در استودیوی ما به امانت نمی‌گذاشت، شاید موش‌های «راتاوی» این قدر خوشگل نمی‌شدند. می‌دانستیم که قرار نیست همه چیز این موش‌ها واقعی باشد. چشم‌ها، دست‌ها، دندان‌ها و مهم‌تر از همه دماغ‌شان را تغییر دادیم تا موش‌های منحصر به فردی شوند.

او می‌گوید: دلم نمی‌خواست وقتی موش‌ها در یک داستان حاضر هستند، باز بیشتر صحنه‌های واقعی ساخته شده مثل در اتفاق‌های واقعی ساخته شده مثل در صحنه‌ای که سرآشپز خیس می‌شود انیماتورها واقعا یک نفر با لباس سرآشپز را درون استخر انداختند تا ببینند کدام بخش‌های لباس به بدن می‌چسبد و کدام بخش‌ها شیشه‌ای می‌شود. در این میان چیزی که کاملا مشخص و دیدنی است، شهر پاریس است. جان بخشی پاریس کاملا چشمگیر است. اگر چه شهر پاریس یکی از کاراکترهای زنده فیلم نیست، اما بخاطر تلاش تیم در دمیدن روح پاریسی در جای جای فیلم، حضور پاریس در فیلم، چیزی کمتر از حضور سایر کاراکترهای زنده فیلم نیست.

▲ پیام انیمیشن

انیمیشن‌هایی که برای کودکان تولید می‌شوند، اخلاقیات را سرلوحه کار خود دارند و یکی از مهمترین موارد اخلاقی این است که برای رسیدن به نتیجه باید سخت تلاش کرد. نکته این است که براد بیرد برای رساندن این پیام اخلاقی، یک موش کوچک را به‌عنوان شخصیت اصلی فیلمش انتخاب می‌کند که هم بچه‌ها به آن گرایش پیدا می‌کنند و هم ذاتا می‌تواند با سختی‌های زندگی، آسان‌تر کنار بیاید. در عین حال در «راتاوی» هم مثل دیگر



است.

▲ کیفیت ساخت انیمیشن

تیم انیماتورها در «راتاوی» کاملا توانایی‌هایشان را به رخ کشیده‌اند. مثل همیشه، انیماتورهای دیزنی و پیکسار از ارایه فوق طبیعی کاراکترها خودداری کردند و به سمت شکل منطقی‌تر و دلچسب‌تری از طراحی شخصیت رفتند. حرکت‌ها در حالیکه فانتزی و خنده دار هستند، باورپذیر و منطقی نیز هستند. هیچ چیز، حتی شیوه اداره کردن لینگویینی توسط رمی، بیش از حد کارتونی نیست. موش‌ها همزمان بامزه و راحت جلوه می‌کنند و در مواردی - بخصوص وقتی که به‌صورت گروهی نمایش داده می‌شوند- کاملا شبیه موش هستند.

برای شکل‌گیری این انیمیشن گروه انیماتورهای فیلم، ماه‌ها در کنار یک سرآشپز حرفه‌ای زندگی و از صبح تا شب به حرکات او نگاه کردند. هم آشپزی یاد گرفتند و هم حرکات یک آشپز را زیر ذره‌بین گذاشتند. آنها از دیدن آشپزی کلر لذت می‌بردند و حس «راتاوی» فیلم را از راتاوی‌ای به دست آوردند که این سرآشپز مشهور برایشان پخت. در فیلم، وقتی «راتاوی» را روی میز آنتون اگو می‌گذارند، خیلی از تماشاگران دل‌شان می‌خواهد این غذا را بخورند. در نهایت خود کلر به صورت افتخاری در یک نقش کوتاه به جای یکی از شخصیت‌های فیلم صحبت کرد.

برای ساخت شخصیت موش‌های فیلم یک متخصص موش‌ها به نام دبی داکومون موش‌های شخصی‌اش را به مرکز هنر و انیمیشن آورد و موجب شد تا انیماتورها تغییرات زیادی در طراحی موش‌های فیلم انجام دهند. برای این که صحنه زندگی موش‌ها درست دربیاید، انیماتورها مثل محقق روی کودکان کار کردند و ۱۵ نوع مختلف میوه را فاسد کردند و از تمام مراحل عکس گرفتند. در زمان طراحی موش شخصیت اصلی فیلم یعنی رمی، ۹ مجسمه رسی از آن ساخته شد که سه تای آخری به طراحی نهایی منجر شد.

و جاه‌طلبی‌ها و بلندپروازی‌های رمی را نمی‌پذیرد.

لینگویینی: ساده‌دل و بی‌دست‌وپا است، اما قدر دوستی را می‌فهمد.

امیل: برادر چاق و بی‌مصرف رمی نمونه‌ای است از موش‌هایی که چیزی از ظرافت درک نمی‌کنند و هر چه گیرشان می‌آید به خندق بالا می‌فرستند. برای امیل خوردن برای سیر شدن است.

سایر شخصیت‌ها: آشپزخانه این انیمیشن در حقیقت همان اجتماع است و نبرد برای بقا، رقابت‌ها، خوب‌ها و بدی‌ها را می‌توان در آن دید. سرنوشته خیلی‌ها در این آشپزخانه رقم می‌خورد اما برای این که لطافت کار هم حفظ شود، آدم‌های این آشپزخانه از جاهای مختلفی وارد صحنه شده‌اند: یکی از آشپزها قبلا در سیرک کار می‌کرده، دیگری برای یک گروه انقلابی اسلحه حمل می‌کرده و یکی دیگر در لاس‌وگاس سابقه کارهای خلاف داشته و در نهایت خود سرآشپز اسکینر، به‌عنوان یکی از بهترین ضد قهرمان‌های انیمیشن، در مرکز توجه قرار می‌گیرد.

▲ موسیقی

موسیقی فیلم جزو نامزدهای اسکار بود و در واقع از عواملی است که کل اثر را اینچنین بالاتر از سایرین قرار می‌دهد. مایکل جیاچینو آهنگساز «راتاوی» که در کارنامه اش موسیقی «خانواده شگفت‌انگیز» را نیز دارد، موسیقی را در حد سلیقه بچه‌ها نساخته بلکه موسیقی فیلم که در بعضی مواقع رویکردی به سوی سبک جز دارد، در مواقعی بسیار پر زرق و برق است و در کل، کاملا فرانسوی است.

حتی بسیاری از فیلم‌های اکشن نیز نمی‌توانند بابت چنین موسیقی تا این حد زنده و پر شور به خود بیایند. موفقیت موسیقی فیلم موجب شد تا سیدی موسیقی‌های متن فیلم حاوی ۲۴ عنوان منتشر شوند. یک سیدی هم با عنوان «راتاوی: آشپزی چیست؟ - تور موسیقیایی نواهای خوشمزه» نیز منتشر شده که ۱۲ آهنگ دارد که با الهام از فیلم ساخته شده



هم آدم‌ها همه کاره داستان شوند. بنابراین، همه چیز را تغییر دادم. احساس کردم که رمی باید یک همدست داشته باشد؛ کسی که حرف‌های رمی را می‌فهمد و آن‌ها را اجرا می‌کند. این بود که لینگویینی را ساختم. یک آدم لازم بود تا حرف‌های این موش را گوش کند. دلم نمی‌خواست آن‌ها با هم حرف بزنند. به نظر همین که حرف‌های یکدیگر را می‌فهمیدند، کافی بود.

موفقیت‌های انیمیشن

قصه انیمیشن با اقبال زیادی در بین منتقدان روبه رو شد و از محدود دفعاتی شد که فیلمنامه یک فیلم انیمیشن نامزد دریافت جایزه اسکار می‌شد اما براد پیرد یک بار دیگر به خاطر فیلمنامه «خانواده شگفت‌انگیز» هم نامزد جایزه اسکار شده بود. فیلمنامه به شدت منسجم است و با وجود طولانی بودن فیلم که حدود ۱۱۰ دقیقه است، خط روایتی را به خوبی حفظ می‌کند.

فیلمنامه پر است از کشمکش، کشمکش بین روح آگوستو و رمی، اسکینر و لینگویینی، کولت و لینگویینی، لینگویینی و رمی، رمی و دژانگو و امیل (پدر و برادرش) و در نهایت درگیری ایگو با رمی و لینگویینی. انسجام موجود در فیلمنامه باعث شده هیچ یک از این کشمکش‌ها از ضرب‌بند خودشان نیفتند و در روند روایت داستان خللی وارد نشود.

فیلم در صحنه‌هایی یادآور فیلم «اکی» محصول ۱۹۷۶ جان جی اوبلدسون است و در جایی فیلم «وقتی هری با سالی ملاقات کرد» محصول ۱۹۸۹ را به خاطر می‌آورد. به «خانواده شگفت‌انگیز» دیگر محصول براد پیرد محصول ۲۰۰۴ هم ارجاعی شده است.

کتاب‌های زیادی درباره فیلم برای بچه‌ها و بزرگترها چاپ شده که یک کتاب ۱۶۰ صفحه‌ای نوشته کارن پیکه جان لستر و براد پیرد نیز از جمله آنهاست. عروسک‌ها و بازی‌های جالبی هم برای شخصیت‌های این فیلم ساخته شد. یک بازی ویدیویی که توسط شرکت بزرگ تی‌اچ‌کیو برای کنسول‌های نسل نهم و سوم ساخته شده از جمله آنهاست. فیلم که با صرف هزینه‌ای حدود ۱۰۰

میلیون دلار ساخته شد، با ۴۷ میلیون دلار فروش در هفته اول پایین‌ترین فروش افتتاحیه را از زمان «زندگی یک حشره» داشت، اما این کمبود را با یک حفظ فروش استثنایی در هفته دوم جبران کرد و از مرز صد میلیون دلار گذشت و در ۱۸ روز اول نمایش خود در آمریکا ۱۴۳ میلیون دلار فروش داشت و در سطح بین‌المللی هم موفقیت خوبی کسب کرد.

منتقدان چه گفتند؟

«راتوتوی» با امتیاز ۸.۷ از ۱۰ در سایت آی‌ام‌دی‌بی، در روتن تومیتوز ۹۶٪ امتیاز گرفته و در متاکریتیک از ۱۰۰ نمره ۹۵ گرفته است. کرک هانیکات از هالیوود ریپورتر: براد پیرد و پیکسار جذابیت را دوباره بدست آورده و خیال‌انگیزی کلاسیک انیمیشن دیزنی را برده است.

دیوید ادلستین از نیویورک مگزین: براد به‌وضوح دلقک‌های صامت بزرگ را می‌شناسد: اسلپ‌استیکی که او به خدمت می‌گیرد باله‌وار است.

مایکل فیلیپس از شیکاگو تریبون: شوخ طبعی فیلم در لحظه بسیار شیطنت‌آمیزتر و جذاب‌تر از بیشتر کمدی‌های رده سنی خود است. فیلم شاید انیمیشن و پر از موش باشد اما نبض فیلم به شکل لذت‌بخشی انسانی است.

کنت توران از لس‌آنجلس تایمز: راتوتوی بی‌پروا است. این فیلم خطرهایی می‌کند و جاهایی می‌رود که دیگر فیلم‌ها جراتش را ندارند و تخیلات رقیب را به سایه می‌رانند. لارنس تاچمن از چارلوت ایزرور: سخت‌ترین کار در تاریخ ۲۰ ساله پیکسار: ساختن یک موش بدون شباهت به میکی که قابل تحسین باشد.

جک متیوز از نیویورک دیلی نیوز: یک انیمیشن کمدی کامپیوتری پرزرق و برق و فوق‌العاده خلاق.

پیتر هارتلب از سائفرانسیسکو کرونیکل: راتوتوی یک کلاسیک است.

دیوید انسن از نیوزویک: فیلمی به غنای یک سس بیرنیز، به تازگی شربت تمشک، ریچارد کورلیس از تایمز: رنگ‌ها و تار و پود عالی فیلم به تنهایی راتوتوی را یک صبح

کریستین ساینس مانتیور: درست مثل فیلم قبلی پیکسار «ماشین‌ها» راتوتوی بیشتر از دیگر حس‌ها نوازش می‌دهد. جیمز برادینلی از ریل و یوز: برای والدینی که تابستانشان را با بچه‌هایشان در سالن‌های سینما می‌گذرانند و به دنبال یک فیلم کمتر مردانه در میان فیلم‌های تابستانی می‌گردند راتوتوی یک چیز درست و حسابی است. شاید چنین سوژه عجیب و غریبی برای یک فیلم پرهزینه کارتون‌ی کمی تعجب برانگیز به نظر می‌رسد، چرا که موش‌ها به‌طور معمول در یک انیمیشن جواب خوب و مثبتی نمی‌دهند. البته تام و جری را مستثنی کنید!

از این نظر انتخاب براد پیرد کمی غیرمتعارف و شجاعانه است. کار جالبی که او در این فیلم کرده این است که در کنار خلق یک موش با نمک تلاش نداشته تا او را به‌طور کامل در هیبت یک انسان به نمایش بگذارد و با وجود این که رمی حرف می‌زند اما باز او یک موش است که طبق قانون نوشته محصولات کارتون‌ی می‌تواند زمین‌باز کند. راتوتوی در رقابتی تنگاتنگ با شرک ۳ موفق شد اسکار بهترین انیمیشن سال را از آن خود کند.

جاستین چانگ از ویرجینی: استفاده از رنگ‌های چشم نواز، متنوع و مناسب و همین‌طور نورپردازی متفاوت با آثار پیشین پیکسار از ویژگی‌های این اثر جذاب و دیدنی ست. این اثر انیمیشن با این تصاویر زیبا و رومانس‌وار فیلم‌های دیگری چون «پاریس دوستت دارم» (۲۰۰۶) و «نو روز در پاریس» (جولی دلپی-۲۰۰۷) را تحت الشعاع خود قرار داده است.

اندرو آرموند از نیویورک تایمز: داستان‌های جذاب و حیرت‌انگیز،

درجاتی از نبوغ هستند. برای همین است که ایده موش کوچکی که در حسرت آشپز شدن می‌سوزد و آشپزی را بهتر از آدم‌ها بلد است، به ذهن کارگردانی رسیده که انیمیشن‌سازی را در «پیکسار» آموخته است. «پیکسار» از همان ابتدای تأسیس، بنا را بر این گذاشته بود که بهترین انیمیشن‌ها را روی پرده سینماها بفرستد و واقعیت این است که بهترین انیمیشن‌های این سال‌ها، به انیماتورهای این شرکت تعلق دارد. چه کسی باور می‌کرد که «ماشین‌های مسابقه» می‌توانند «موش» بتواند آشپزی کند و دست‌پخت حیرت‌انگیزی داشته باشد؟ باور این چیزها آسان نیست و شاید اگر «پیکسار» ی‌ها به صرافت ساخت این داستان‌ها نمی‌افتادند، تا سال‌های سال، یک موش آشپز را نمی‌دیدیم.

و در نهایت جیمز آر، ویتسان می‌نویسد: سایر فیلم‌های انیمیشنی که در این چند سال دیده ایم، ساندویچ‌های فست فودی هستند که در برابر ضیافت شاهانه راتوتوی بی‌مزه و آبکی جلوه می‌کنند.



عشق دختر دراکولا و پسر انسان / خون آشامها به گردن سینما حق دارند

برخلاف دراک دخترش میویس به رفتن به دنیای انسان ها علاقه زیادی دارد و دراک به او قول داده است که در تولد ۱۱۸ سالگی اجازه بدهد به دنیای انسانی برود. به مناسبت جشن تولد تمام هیولاها به قصر دراک یا همان امن ترین هتل برای هیولاها آمده اند. مهمانان همیشگی از جمله فرانکنشتاین و مامی هم آنجا هستند.

میویس از پدرش اجازه می گیرد که به دنیای انسان ها برود. دراک برای این که جلوی رابطه او با انسان ها را بگیرد، دهکده کوچکی می سازد و زامبی هایی که ماسک انسان را زده اند در آنجا جمع می کند. وقتی میویس به دهکده می رسد انسان ها که در واقع زامبی ها هستند به او حمله می کنند و میویس به قصر بازمی گردد و حرف های پدرش را درباره انسان ها باور می کند.

جشن تولد میویس شروع می شود ولی ناگهان در وسط جشن یک پسر جوان به نام جاناتان وارد قصر می شود. او در حال سیر و سفر، اتفاقی به هتل رسیده است. دراکولا که دیگر کسی را نمی کشد، ترجیح می دهد تا این پسرک ماجراجوی گمشده را به عنوان پسرخاله فرانکنشتاین جا بزند و به مشتریان هتل معرفی کند. ولی از شناس بد خون آشام، جاناتان با ماویس دیدار می کند و جرقه های عشق بینشان به پرواز درمی آید. جاناتان با طبع خوش گذران خود دنیای هیولاها و به خصوص میویس را دگرگون می کند، اما خون آشام از او می خواهد بگذارد دخترش در امنیت پیش خودش بماند. جاناتان هم



انیمیشن «هتل ترانسیلوانیا» گرچه در راضی کردن منتقدان چندان موفق نبود، اما توانست با گرد آوردن شماری از شناخته شده ترین چهره های سینمای ترسناک، مخاطبان را به سالن های سینما بکشاند.

هیولاهای دنیاست. این هتل در کوه های ترانسیلوانیا در رومانی یعنی همانجا که زادگاه واقعی دراکولاست، ساخته شده تا کنت و دخترش میویس برای خلاصی از برخی مشکلات بتوانند به دور از داد و بیداد و جیغ کشیدن از دنیای انسان ها، برای استراحت و تمدد اعصاب آنجا زندگی کنند. در یک طرف این قلعه جنگلی پر از روح است و طرف دیگر هم قبرستانی در اشغال زامبی هاست.

در حالی که میویس ۱۱۸ ساله می شود، که معادل ۱۸ سالگی انسانی است، او اشتیاق دیدن جهان را دارد، اما کنت دراکولا که به تنهایی او را بزرگ کرده، نگران است. او به مناسبت تولد ۱۱۸ سالگی دخترش می خواهد مهمانی بگیرد.

مادر میویس وقتی او خیلی کوچک بود، به دست انسان ها کشته شده به همین دلیل دراک از انسان ها متنفر است و به میویس هم این فکر را تحمیل می کند.

فیلم کلیشه های بسیار دارد و به همین دلیل به عنوان فیلمی شناخته شده که تمام عناصر یک انیمیشن درجه دو را داراست که به خاطر جشن هالووین در اکتبر به نمایش درآمده تا شاید هالووینی ها را به سینما بکشاند. فیلم، کاملاً خوراک بچه هاست. کیفیت داستان و اجراها این اطمینان را می دهد که بزرگسالان کمترین علاقه به آن را خواهند داشت و اگر از آن بزرگسالانی باشید که دنبال یک انیمیشن باکیفیت می گردید، دیگر اصلاً از آن خوشتان نخواهد آمد.

به قول منتقدی، کم کاری شدید پیکسار و تصمیم دریم ورکس و فاکس برای اینکه کمتر انیمیشن بسازند، باعث کمبود انیمیشن خوب شده است. «هتل ترانسیلوانیا» هم میزان این کمبود را تغییر نداده است. این فیلم، فقط یک توهین دیگر به خون آشام عزیز دنیای سینما یعنی دراکولاست. این فیلم که با هزینه ۵۸ میلیون دلار ساخته شد در نهایت در گیشه فروشی نزدیک به ۳۵۰ میلیون دلار را تجربه کرد. موفقیت فیلم اول در گیشه موجب شد تا «هتل ترانسیلوانیا ۲» هم در دست ساخت قرار بگیرد و این بار نوه نیمه انسان نیمه خون آشام دراکولا در مرکز قصه جای دارد.

قصه از کجا شروع شد

فیلم با صحنه ای که مربوط به ۱۰۰ سال پیش است شروع می شود: دراکولا با نوزادش بازی می کند و به او اطمینان می دهد جایی برای او بسازد که دور از انسان های خلافتکار باشد. او تصمیم می گیرد هتلی رویایی برای هیولاها بسازد که در قلعه ای گوتیک واقع شده است؛ هتل پنج ستاره ای که همواره میزبان تمام

در انیمیشن «هتل ترانسیلوانیا» تمام شخصیت های ژانر وحشت یکجا جمع شده اند و این اجتماع متفاوت بر مبنای قصه های ساده و شوخی های تکراری با پرداختی بصری، مخاطب را به خود جلب می کند.

این انیمیشن با وام گرفتن شخصیت های مشهور و اقتباس از داستان های معروف و با استفاده از آخرین تکنیک های جلوه های ویژه و به کارگیری هنرپیشه ها و صدایگان معروف به همراه چاشنی طنز، فرمول بارز ساخت انیمیشن های پولساز را تکرار کرده است.

این فیلم به کارگردانی گندی تارتاکفسکی و به نویسندگی پتر بینهام و با صدایگی آدام سندلر، کوین جیمز، سلنا گومز و... با همکاری استودیو آردمن و سونی پیکچرز ساخته شده است. این فیلم نامزد دریافت اسکار و گلدن گلوب شد، اما هر دو را به انیمیشن «شجاع» باخت و در نهایت به عنوان شانزدهمین فیلم پرفروش دنیا در سال ۲۰۱۲ شناخته شد.

کاراکتر دراکولا حق بزرگی به گردن صنعت سینما دارد و فیلم ها و داستان های زیادی از این شخصیت و زندگی اش اقتباس شده اند. «هتل ترانسیلوانیا» نیز دراکولا و خون آشام ها را به خدمت خود گرفته و این بار در ژانر کمدی رمانتیک، آنها را خلق کرده است. با این حال منتقدی به میزان کمبود بودن آن نیز شک دارد و نوشته است: میزان کمبودی فیلم به طرز مایوس کننده ای کم است و باعث ایجاد خستگی می شود، اما با استفاده از شوخی و جوک می تواند به زیرکی و ملایمت نیشخندهای طبیعی خوبی را به چهره مخاطب بیاورد. تنها زمانی که از ته دل خندیدم وقتی بود که فیلم «گرگ و میش» را مسخره کرد و حسابی خردش کرد.





به او احترام می‌گذارد و دست رد به سینه می‌زند.

سراشیز قصر یک موش دارد که با آمدن جانی موش او احساس بوی انسان می‌کند و همه می‌فهمند که جانی انسان است و او را از قصر بیرون می‌کنند ولی میویس از اینکار ناراحت است. وقتی پدر متوجه می‌شود که میویس و جاناتان درگیر رابطه‌ای عشقی شده‌اند و همسرش نیز برای تولد ۱۸ سالگی دخترش برای او کتابی با آرزوی عشق به جای گذاشته، به خاطر اینکه میویس را خوشحال کند با هیولاها دیگر به شهر می‌رود تا جانی را برگرداند.

در شهر استقبال خیلی خوبی از آن‌ها می‌شود و همه مردم آن‌ها را دوست دارند و دراک موفق می‌شود جانی را به قصر برگرداند و یک کوله‌پشتی بزرگ برای ماجراجویی‌های بزرگ به همراه جاناتان را به دخترش هدیه می‌دهد. او در نهایت شاهد شادی آن‌هاست و در پایان همه شاد و رقصان و آوازخوان جشن می‌گیرند.

طراحی انیمیشن

سبک استوار و محکم تاراکفسکی باعث شده که بتواند شخصیت هیولاها را کلاسیک را تصویر کند و البته فیلم هرگز جاذبه تصویری خود را از دست نمی‌دهد و به قول منتقدی برای کسانی که ترجیح داده‌اند پولشان را دور بریزند و آن را به صورت سه بعدی ببینند چند صحنه معمول خوب سه بعدی هم وجود داد. اما در سبک به تصویر کشیدن کاراکترها هیچ ایده نو و جدیدی به چشم نمی‌آید. با این وجود در رفتارهای دراکولا کمی از خصوصیات سننلر را می‌بینیم و در فرانکنشتاین هم شخصیت جیمز را و کمی هم پوچی در کاراکتر گرگینه مشاهده می‌شود.

منتقدی هم نوشت: کار طراحی تاراکفسکی مطابق معمول عالی است و تأکید او بر نمایش سایه‌هایی از شخصیت‌هاست که به راحتی قابل شناسایی هستند. مثلاً صحنه‌های اشک مخفیانه دراکولا، شخصیت چهارگوش فرانکنشتاین، شخصیت گرد و قلمبه مورای و ترکیب فیلم که چیزی مابین کمیک استریپ و فیلم‌های برابان دی پالما است. اما کار اصلی تاراکفسکی احساس منعطف بودن کاراکتر است که با خم و راست شدن آن‌ها به نظر می‌رسد شخصیت‌ها از لاستیک ساخته شده‌اند.

این انیمیشن از نظر رنگی بر رنگ‌های تیره تکیه دارد و در سکانس‌های مختلف، قصر در تاریکی نمایش داده می‌شود چون میویس و دراک و هیولاها از روشنایی بدشان می‌آیند.

صدای پیشگان

در دراکولایی که آدم سننلر با صدایش خلق کرده، از روی عمد بر ملن بودن افراط شده و او اثرات منفی شیطان را در اجرای خود ندارد. در حقیقت بیشتر از اینکه از برام استوکر الهام بگیرد از کنت چوکولا تأثیر گرفته است.

کویین جیمز در نقش فرانکنبری یا همان فرانکنشتاین خیلی شبیه خودش صحبت می‌کند حتی با وجود اینکه صدای او از آن صداهایی نیست که با سرعت شناسایی شود، اما خیلی راحت تر از شخصیت استیو بوچی شناسایی می‌شود. اندی سمبرگ از لپچه‌ای بی‌حال استفاده می‌کند که خوب است و هیچ کدام از طرفدارانش اگر از قبل ندانند که در این فیلم نقشی داشته، او را نخواهند شناخت. اما صدای جاناتان که باید یک شخصیت دوست داشتنی سربه هوا باشد به شدت آزاردهنده و لوس است. صدای سلنا گومز کاملاً عادی و معمولی است. در IMDb نوشته شده که این نقش در ابتدا به مایلی سایرس پیشنهاد شده بود، که آن هم تفاوت چندانی نداشت!

شخصیت میویس تک بعدی است. یک نوجوان تحت نظر که می‌خواهد آزادی داشته باشد. صدای او فقط بازه و گستاخانه است و نه بیشتر.



اما برای کودکانی که این فیلم آن‌ها را به عنوان مخاطب خود انتخاب کرده، چنین پیامی خیلی اهمیت ندارد. در واقع موضوع فیلم که بر رابطه پدر و دختری متمرکز است، مستقیم به موضوع اشتباه پدر برای کنترل دخترش تمرکز دارد. دراک و دخترش میویس در دو دنیای متفاوت زندگی می‌کنند. دراک در یک دنیای نسبتاً سنتی و بسیار کسل کننده زندگی می‌کند که اهل هیچ چیزی از جمله شادی‌های سبکبارانه، بازی‌های امروزی، ورزش‌هایی از قبیل شنا و ... نیست و می‌خواهد دخترش در همان دنیای بسیار سنتی زندگی را بشناسد و حتی به دروغ او را از زندگی بیرون از قصر می‌ترساند. از سوی دیگر انسان‌ها هیچ خطری ندارند و دختر می‌تواند عاشق اولین پسری که دید بشود. جانی هم که نماینده جوانی امروزی است، نه تنها کاملاً قابل قبول است بلکه در نهایت می‌تواند لذت زندگی متفاوت را به تمام افراد و هیولاها بدهد که در قلعه زندگی می‌کنند. نشان دهد هر چند انیمیشن برای کودکان ساخته شده، اما موضوع انگار دارد به پدرها و مادرها هشدار می‌دهد تا مواظب باشند که برای فرزندانشان خسته کننده نباشند و جلوی وارد شدن آن‌ها به زندگی را نگیرند. وارد شدن به زندگی هم به معنی عاشق شدن به اولین پسری است که از راه می‌رسد هر چند ممکن است این موضوع به مذاق بچه‌ها بیشتر از پدر و مادرهایشان خوش بیاید، اما آیا واقعا پدر و مادرها باید بیاورند که بی‌خیال باشند و بچه‌ها باید چنین انتظاری داشته باشند؟

شاید فیلم بخواهد با رو در رو قرار دادن انسان‌ها و دیگر موجودات از هیولاها تا زامبی‌ها و ... این پیام را منتقل کند که باید به کنه وجود دیگران توجه کرد و نباید تصور کنیم که تنها خودمان بهترین هستیم و دیگران با ظاهر دیوافت شاید، موجوداتی خوش قلب و مهربان باشند.

در واقع رویکرد انسانی فیلم به موجوداتی به نام هیولا که ظاهراً باید ترسناک و خطرناک باشند، می‌تواند دعوتی به برقراری یک گفت‌وگو دیگرخواهانه با ملل دیگر جهان که گاه دشمن و یا تروریست عنوان می‌شوند، باشد.

در واقع سخت‌گیری والدین به نوعی زورگویی و تملک‌گرایی محسوب می‌شود و تصورشان از نصیحت و نگرانی، دلسوزی‌هایی بی‌مصرف خوانده می‌شوند. داستان تأکید می‌کند که این واقعیتی اجتناب‌ناپذیر است و والدین در نهایت ناگزیرند این رویه را برای آزادی فرزندانشان بپذیرند.

موسیقی متن فیلم

منتقدی این موسیقی را چنین توصیف کرده است: آراسته و محبوب. برخی از موسیقی‌های فیلم توسط آدم سننلر نوشته شده که شهرت زیادی برای نوشتن شعرهای خنده دار دارد. او با برخی از سبک‌های مختلف بازی کرده مثل تلفیق صدا به همراه صدای گام راه رفتن.

پیام فیلم

شاید فیلم بخواهد با رو در رو قرار دادن انسان‌ها و دیگر موجودات از هیولاها تا زامبی‌ها و ... این پیام را منتقل کند که باید به کنه وجود دیگران توجه کرد و نباید تصور کنیم که تنها خودمان بهترین هستیم و دیگران با ظاهر دیوافت شاید، موجوداتی خوش قلب و مهربان باشند.





▀ درباره کارگردان

گندی تارتاکوفسکی زاده مسکو در روسیه است و تابعیت آمریکایی دارد. او به دلیل علاقه‌اش به کتاب‌های کمیک و مصور، در نهایت به انیمیشن روی آورد. انیمیشن سریالی «آزمایشگاه دکستر» که برای شبکه‌های تلویزیونی ساخته شده، از تجربیات قبلی اوست. همینطور «جک سامورایی»، «جنگ ستارگان»، او همچنین استوری بورد «آیرون من ۲» را ساخت که با تحسین روبه رو شد.

«هتل ترانسیلوانیا» تقریباً همزمان با «پارانورمن» و «فرانکن‌وینی» تیم برتون به نمایش درآمد. در مقایسه با آن دو فیلم نمی‌توان این فیلم را در ژانر ترسناک طبقه بندی کرد. سازندگان فیلم نیز به نظر می‌رسد از این مقایسه احتمالی خیر داشتند و به همین دلیل تصمیم گرفتند تا برای جدا ساختن آن از دو فیلم دیگر و جلوگیری از امکان مقایسه، از نمایش بیش از حد اشباح صرف نظر کنند و با استفاده از شخصیت‌هایی با بار ترسناک، بر کمدی متمرکز شوند.

بعد از سال ۲۰۰۶ حداقل پنج کارگردان تصمیم گرفتند «هتل ترانسیلوانیا» را بسازند اما همه آن را پیچیده یا غیر قابل کارگردانی دانستند. در نهایت گندی تارتاکوفسکی وارد میدان شد. اما «هتل ترانسیلوانیا» که از ژانر ترسناک تنها به عنوان قالب ظاهری کار استفاده کرده، پر است از تقلیدهایی از فیلم‌های دیگر مثلاً تقلید از مغزهای شناور فیلم کلاسیک «شریر بدون صورت».

برای گندی تارتاکوفسکی که در سال ۱۹۷۷ و وقتی هفت سال داشت با خانواده اش از روسیه به شهر کلمبوس ایالت اوهایو رسید، هیچ چیز هیجان‌انگیزتر از تلویزیونی نبود که کارتون پخش می‌کرد. او می‌گوید: در روسیه بیشتر یک انیمیشن پخش می‌شد. وقتی به اینجا آمدم پدرم یک دستگاه تلویزیون خرید و ناگهان با دنیای «تام و جری»، «ملوان زبل»، تمام کتون‌های برادران وارنر و تمام کارتون‌های هانا-باربرا آشنا شدم. گرفتار شده بودم و هیچوقت از این اسارت در نیامدم.

اما تارتاکوفسکی همیشه طرفدار کمدی بود و هیچوقت ژانر ترسناک را دوست نداشت. او می‌گوید: خیلی می‌ترسیدم، هیچوقت فیلم‌های آخر شب را نگاه نمی‌کردم. اولین باری که با فیلم ترسناک آشنا شدم از طریق فیلم «بوت و کاستلو به ملاقات فرانکشترین می‌روند» بود. به همین دلیل ما از ابتدا کاملاً می‌دانستیم می‌خواهیم فیلمی جالب پر از هیولا بسازیم یعنی بر عکس فیلم‌های جالب و ترسناک. تارتاکوفسکی که برای کار «جنگ ستارگان» و «جک سامورایی» سه جایزه امی برده می‌گوید انتقال از تلویزیون به سینما انطور که بنظرش می‌آمده ترسناک نبود.

▀ منتقدان چه گفتند؟

فیلم «هتل ترانسیلوانیا» نقدهای مختلفی را از منتقدان دریافت کرد که بیشتر از کارگردانی و انیمیشن آن تجلیل کردند، اما از فیلمنامه‌اش انتقاد کردند. وبسایت

نقد راتن تومیتوز گزارش می‌دهد که ۴۵ درصد از کل منتقدانش به فیلم نقدی مثبت دادند و امتیاز متوسط ۵.۴ از ۱۰ را بر اساس ۱۳۹ نقد مختلف به آن اختصاص داده است. نظر جامع این وبسایت راجع به فیلم به این شرح است: لحن شاد و بشاش فیلم «هتل ترانسیلوانیا» ممکن است برای بیشتر کودکان جالب و لذت‌بخش باشد، اما امکان دارد برای تماشاچیان بزرگتر کمی بیش از حد پر سر و صدا باشد و فیلمنامه سبکی داشته باشد.

وبسایت نقد متاکریتیک هم امتیاز میانگین ۴۷ از ۱۰۰ را برای این فیلم تخمین زد و آن را بر اساس ۲۲ نقد مختلف تعیین کرد. رای‌گیری‌های سینما اسکور نیز طی هفته اول اکران این فیلم انجام شدند و نشان دادند که امتیاز متوسطی که تماشاچیان به «هتل ترانسیلوانیا» دادند A- بوده است. پیتز پزدها منتقد گاردین این فیلم را تجاری و مخصوص حال و هوای هالووین می‌داند و از نظر او فیلم به اندازه کافی خنده و ایده به بیننده ارائه نمی‌دهد. هلن اهارا منتقد مجله امپایر، فیلم را از نظر تکنیک‌های گرافیکی و سه بعدی تحسین کرد ولی مشکل آن را داستان پیش پا افتاده می‌داند که مربوط به محافظت بیش از حد والدین از فرزندانش است و با آهنگ‌ها و شوخی‌های نه چندان جالب، زیبایی تصویری فیلم را از بین می‌برد. انیمیشن که در تمام مدت فیلم از متوسط بودن خارج نمی‌شود با وجود اینکه تارتاکوفسکی انیماتور با استعداد، کارگردان آن باشد.

مایکل رچتسفن منتقد هالیوود ریپورتر، هتل ترانسیلوانیا را انیمیشنی هیولایی و ترسناک توصیف کرد که خنده دار نیست و از همان ابتدا مسیر اشتباهی را می‌رود. او همچنین دلیل استفاده از صدای پخش‌های معروف را نیز شخصیت پردازی ضعیف کاراکترها می‌داند که وظیفه آن صدای پخش‌ها این است که با گفتن دیالوگ‌ها مختلف و ایجاد فضایی شلوغ به کاراکترها جان ببخشند، در حالیکه این کاراکترها عمق شخصیتی خاصی ندارند. او همچنین عنوان کرد که عینک‌های سه‌بعدی هیچ جذابیتی به فیلم اضافه نمی‌کنند.

نیل مینو، منتقد شیکاگو سان تایمز نیز نقد متوسطی از این فیلم ارائه کرد. البته او این فیلم را از دیدگاهی دیگر و مناسب بودن برای کودکان بررسی کرد. او در نقدش عنوان کرد که آن سال دو فیلم انیمیشنی دیگر نیز به نام‌های «پارانورمن» و «فرانکن‌وینی» هم فضای ترسناک دارند ولی «هتل ترانسیلوانیا» آن چنان مانند دو تایی دیگر تاریک نیست. دلیل آن را خون آشام‌هایی عنوان می‌کند که از خون انسان‌ها تغذیه نمی‌کنند و بیشتر فضای فیلم هم شوخی با همین هیولاهاست. کریس توکی، منتقد دیلی میل با له کردن فیلم گفت که این فیلم به همان اندازه‌ای بی‌مزه است که فیلم ۱۰ سال پیش آدم سندلر یعنی «هشت شب مسخره» بود. رابی کالین منتقد تلگراف، شلوغی دنباله دار فیلم را خسته کننده و احمقانه می‌داند و از نظر او فضای کلی داستان یعنی ترس



هیولاهای از انسان‌ها، در فیلم «کمپانی هیولاهای» شرکت پیکسار، به خوبی و بسیار بهتر پرداخته شده بود. کلودیا پوئیگ منتقد یواس‌ای تودی نیز تقریباً نظر مشابهی دارد و به این فیلم امتیاز نسبتاً خوب ۲.۵ از ۴ را داد. از نظر او این فیلم پر انرژی‌ای است اما به جای شوخی‌های هوشمندانه درگیر کم‌دی سخیف می‌شود و بیشتر ایده‌ها را هم از انیمیشن «کمپانی هیولا» قرض گرفته است.

جیمز برادینلی از وراثتی با دادن امتیاز ۲.۵ از ۴ فیلم را کسالت بار توصیف می‌کند و می‌نویسد: از زمان فیلم «بوت و کاستلو فرانکشتاین را ملاقات می‌کنند»، هیچ یک از هیولاهای بزرگ شرکت یونیورسال به اندازه آن فیلم، ملال آور نبوده‌اند. البته شاید «ون هلسینگ» از آن هم شرم‌آورتر بود. «هتل ترانسیلوانیا» یک انیمیشن هیولایی است که برای کودکان در رده سنی ۷ تا ۹ سال ساخته شده است. طعمش برای بزرگسالان زیاد از حد شیرین است. با توجه به میزان مهارت و استعدادی که از عوامل کار سراغ داریم، با دیدن نتیجه، بسیار غافلگیر می‌شویم. فیلمنامه نویسن، رابرت اسمیگ در برنامه زنده «شنبه شب‌ها» خیلی سال است که به صورت حرفه‌ای کار می‌کند.

همکار فیلمنامه نویسن، پیتر باینهام هم همیشه در کارهای ساشا بارون کوهن با او همکاری کرده است (که شامل فیلم‌های بورات و برونو هم می‌شود). کارگردان فیلم، گندی تارکوفسکی بیشتر به خاطر کارگردانی برنامه‌های تلویزیونی انیمیشنی مثل «جک سامورایی» و «جنگ‌های کلون» شناخته شده است. شاید هم تقصیر هیچ کدام نیست و این تاثیر آدم سندلر بوده است که بر همه چیز فیلم غلبه کرده. «هتل ترانسیلوانیا» حتی با وجود اینکه درجه پی. جی گرفته است، حس فیلم‌های سندلر را منتقل می‌کند! برخلاف فیلم‌های انیمیشنی، این فیلم زیاد زیرکانه نیست و همان مقدار کم هم باعث ایجاد پیچیدگی و سردرگمی شده است. از اول تا آخرش یک فیلم بچه‌گانه است که اگر سن شما کم باشد برایتان خوب است، اما اگر برای همراهی یک کودک به سینما رفته‌اید، خیلی برایتان جالب نخواهد بود.

نقد جف چپمن از آی‌جی‌ان وقتی کنت دراکولا، مخلوق فرانکشتاین، مومیایی و مرد گرگی را کنار یکدیگر می‌گذارد نتیجه چه می‌شود؟ به غیر از مخلوطی از هیولاهای قاتل، ممکن است در نهایت به «هتل ترانسیلوانیا» برسید. این اولین فیلم سینمایی ساخت گندی تارکوفسکی افسانه انیمیشن است که از جمله آثارش می‌توان به «The Powerpuff Girls»، «آزمایشگاه دکستر»، «سامورایی جک» و کارتون «Clone Wars» اشاره کرد. ریشه داستانی را می‌توان از همان آغاز تا پایان در پروژه‌ای که به آسانی یکی از بهترین فیلم‌های انیمیشن

خانه نگه داشتن دخترش را بر باد می‌دهد و به سرعت ارتباطی را با دختر او احساس می‌کند.

احتمالاً جذاب‌ترین بخش این فیلم شخصیت‌هایش باشند. تا وقتی که بیش از حد از هیولاهای کلاسیک دنیای فیلم‌های یونیورسال خوشتان نیاید، «هتل ترانسیلوانیا» رویایی است که به حقیقت پیوسته است. تمام شخصیت‌های اصلی اینجا هستند: دراکولا، هیولای فرانکشتاین، مومیایی، مرد گرگی، کوآسیمودو و مرد نامرئی که همگی به خوبی نوشته شده‌اند. هیولاهای بامزه‌ای در این فیلم حضور دارند که بیننده با دیدن آن‌ها نمی‌تواند لبخند نزند و همه‌شان هم شانس برای درخشیدن پیدا می‌کنند.

حتی شخصیت‌های مکمل، که شامل خانواده‌ای از گرملین‌ها، پاکنده و زامبی‌های بیچاره‌ای که به عنوان خدمتکاران هتل ترانسیلوانیا کار می‌کنند، می‌شوند هم لحظه‌های جالب خود را دارند. انیمیشن فوق‌العاده این فیلم می‌تواند تمام این شخصیت‌ها را زنده کند و جای بسیاری

سال است مشاهده کرد. دراکولا اینجا شخصیت اصلی است؛ پدری پا به سن گذاشته که شاهد بزرگ شدن دخترش است. مانند بسیاری از پدرهای دیگر، دراک نمی‌تواند به راحتی او را رها کند. دختر نیمه انسان او که میویس نام دارد، به زودی ۱۸ ساله خواهد شد و رویای دیدن جهان انسانی را در سر می‌پروراند، که معنی آن ترک کردن امنیت خانه برای اولین بار است. دراکولا هم همانطور که قابل درک است نگران شده؛ بالاخره روابط انسانی-هیولایی طی تاریخ خیلی خوب نبوده‌اند.

و این دقیقاً دلیل ساخته شدن هتل ترانسیلوانیا توسط دراکولاست؛ قلعه‌ای که از چشمان انسان‌ها به دور است. اینجاست که تمام اکشن داستان به وقوع می‌پیوندد و هیولاهای مختلف از تمام جنبه‌های زندگی (و مرگ) برای استراحت و جشن گرفتن تولد میویس وارد آن می‌شوند اما در میان این داستان پدرها و دخترها و هیولاهای، یک انسان با نام جاناتان وارد می‌شود که تمام نقشه‌های دراکولا برای

را برای لیکندهای کوچک بسیار و چند خنده حسایی باقی می‌گذارد. اجرای عالی صداییشان فیلم را هم نمی‌توان نادیده گرفت. آدم سندلر رهبر آن‌هاست و با صداگذاری‌اش به شخصیت دراکولا جنبه‌ای سبک و راحت، اما در عین حال مهربان می‌دهد. این فیلم به سادگی شامل بهترین اجرای سندلر در فیلم‌های انیمیشن می‌شود و بیننده را امبدوار برای پروژه‌های آینده می‌کند. اندی سمبرگ و سلنا گومز هم با توانایی کامل از صداییشان دیگر حمایت می‌کنند؛ افرادی که شامل کوین جیمز، فرن درشر، دیوید اسپید، جان لوویتز، استیو بوچی، مالی شنون و سی لو گرین می‌شوند.

این فیلم از فیلمنامه‌های خوب و کارگردانی عالی بهره می‌برد. حتی با وجود اینکه این پروژه از سال ۲۰۰۶ در مراحل اولیه تهیه به سر می‌برده و تارتاکوفسکی ششمین کارگردانی بود که در نهایت برای ساخت این فیلم انتخاب شد، او توانسته فیلم را کاملاً در دست بگیرد و انرژی و سبک خاصی به آن ببخشد که تنها می‌توانست از ذهن خلاق خودش سرچشمه بگیرد.

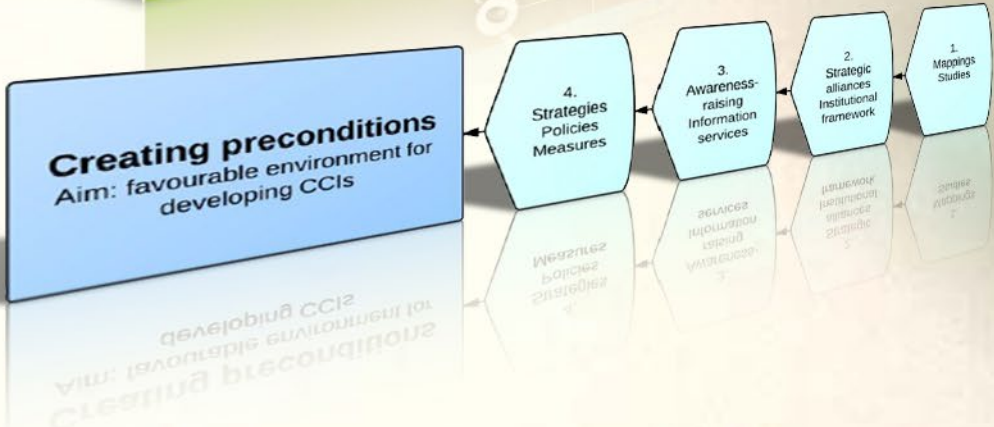
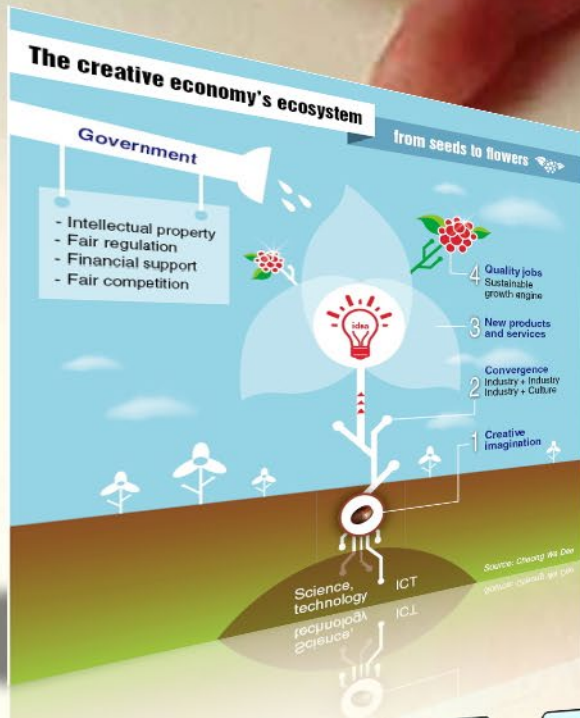
تاثیر کارتونی‌های تکس ایوری را نیز می‌توان به وضوح در «هتل ترانسیلوانیا» مشاهده کرد. این فیلمی بامزه پر از خنده و شخصیت‌های دوست‌داشتنی است. چند آهنگ هستند که کمی به نظر شبیه آثار تجاری برای جلب کودکان می‌رسند و خود داستان کلی نیز مسلماً قابل پیش‌بینی است، اما این فیلم درباره لذت بردن از سفری جالب با شخصیت‌هایی فوق‌العاده است. تفریحی است که کودکان و خانواده‌ها می‌توانند از آن بهره ببرند. حتماً دلتان خواهد خواست وارد «هتل ترانسیلوانیا» شوید.



مقالات

سازندگان انیمیشن با تفکری فلسفی دستگاه‌های بازی را به مثابه یک جهان تصور کرده‌اند که در هر یک از آن دستگاه‌ها سرزمینی بارسم‌های گوناگون و قوانین متفاوتی وجود دارد. در این انیمیشن سرزمین‌های گوناگون به عقاید فکر و متفاوتی به رسمیت پذیرفته شده‌اند. در هر یک از سرزمین‌های مورد تاکید در این انیمیشن از نمادهای ساختار ساز خرابکار و توسط الفبایب کارگری تعمیر بلچکش سحر آمیز فلیکس و حضور انسان‌های کوتوله بسبیل‌های استالینی همگی از جمله المان‌های جامعه کمونیستی است.

در سرزمین بازی «وظیفه قهرمان»، نیروهای ویژه تحت سرپرستی گروه‌های کالپون وظیفه جنگ با دشمنانی را که ویروس نامیده می‌شود، دارند. فضای به تصویر کشیده در این سرزمین همگی از نمادهای مدرن نظیر زره‌ها و اسلحه‌های پیشرفته برای سر بازان و ساختمان‌هایی با معماری ویژه شکل گرفته است. شمایل فر مانده کالپون با چشمانی آبی و موهای طلایی که به عنوان نماینده‌ای از یک انسان آنکلا ساکسون تلقی می‌شود تصویری از تمدن غرب را به مخاطب القا می‌کند. در این بازی گروهی از کوماندوهای آمریکایی و تعلیم دیده به مقابله با تروریست‌ها و دشمنانشان می‌پردازند.



نقش مدیریت استراتژیک در توسعه صنایع فرهنگی با رویکرد بازاریابی و تولید بین المللی

محمد رضا اسمعیلی

تحولات جهانی موجب تغییر صفحه بازی و خروج بازیگران از چارچوب نظامی به چارچوب اقتصادی و فرهنگی، و عامل تغییر شاخص های توسعه یافتگی شده است. در این مقاله بر آیم تا با بررسی تجربیات کشورهایی که در آغاز این تحول با درک صحیح از نقش فرهنگ بر توسعه، به عنوان پیشگامان عرصه جدید، به سازی نقش مدیریت استراتژیک در صنایع فرهنگی بپردازیم. به عنوان راهنمایی برای مدیران ارشد، توجه به رهنمودهای مقام معظم رهبری و در آغاز سالی که به نام اقتصاد و فرهنگ، با مدیریت جهادی و عزم ملی نامگذاری شده ضرورت دارد. در نهایت پیشنهادهایی با رویکرد بازاریابی و تولید بر اساس نیازمندی ها و استانداردهای بین المللی ارائه شده است.

اقتصاد، فرهنگ؛ اقتصاد فرهنگ

گرچه علمای اقتصاد با رویکردی اقتصادی به «اقتصاد فرهنگ» می نگرند و اندیشمندان فرهنگ با رویکردی فرهنگی، اما اقتصاد فرهنگ بیشتر دارای زمینه فرهنگی است تا اقتصادی. با نگاه به دامنه وسیع از تورسیسم گرفته تا طراحی صنعتی، این عرصه نوید دهنده وجود قابلیت های سرمایه گذاری، تولیدی و درآمدی کلان برای هر کشور صاحب تمدن است. همگام با توسعه فناوری، ارتقاء سطح محصولات و صنایع فرهنگی، متناسب با نیازمندی های انسانی و ناشی از کاربرد فناوری های مختلف برجسته می گردد. اینجاست که پایان دوره سیطره فناوری های سخت و دوران شکوفایی فناوری های نرم رخ می نماید و در توسعه همه جانبه، افزایش شعاع دایره تخصص های میان رشته ای پررنگ می شود.

در اینجا خلاقیت به عنوان عنصر اصلی توسعه صنایع فرهنگی مطرح می شود. و حوزه انیمیشن به عنوان تکیه گاه بحث در قلمرو تالاقی تکنولوژی و فرهنگ یک مثال برجسته از تالاقی طیف هنر که در سینما متجلی است با فناوری اطلاعات که در استفاده از سخت افزار و نرم افزار مورد نیاز برای جان بخشیدن به تصاویر واقعیت یافته است. وقتی صحبت از برندسازی در صنعت فرهنگی فیلم می شود نام یک شرکت بالاتر از همه می درخشد و آن شرکت والت دیزنی و برند آن برای ساخت کالای فرهنگی مناسب خانواده ها است. گروه دیزنی که اکنون در زمینه های مختلف همچون شبکه اینترنت، استودیو فیلم سازی، محصولات مصرفی و اقامتگاه تفریحی فعالیت دارد از یک استودیوی کوچک ساخت فیلم های کوتاه انیمیشن آغاز به کار کرد. این استودیو زیاد موفق نبود و اغلب با بدهی های زیاد دست به گریبان بود. پس از ساخت کارتون های محبوب «میکي ماوس» بخت به دیزنی رو آورد. در سال ۱۹۳۷ دیزنی با خلق «سفید برفی و هفت کوتوله» و پس از آن «سیندرلا» و «بامبی» به برترین سازنده

پس از پایان جنگ های جهانی و با ظهور ژاپن و آلمان به عنوان دو قدرت اقتصادی در دهه ۱۹۸۰ میلادی، به تدریج فاز جدیدی در بازی رقابت آغاز شد؛ رقابت اقتصادی، قریب به دو دهه از آغاز رقابت اقتصادی به عنوان عنصر مسلط در بازی رقابت های جهانی می گذرد و ملت هایی برنده هستند که از توان اقتصادی برتری برخوردارند. در مطالعه عوامل بروز تحولات اساسی در قلمرو اقتصاد و توسعه یافتگی کشورها، با نقش خلاقیت های بشری در ابعاد ملی مواجه می شویم؛ فاکتورهای کمی و کیفی خلاقیت علاوه بر اینکه عمدتاً با توارث از نسلی به نسل دیگر منتقل می گردند، برای به محیط مناسب نیز وابستگی دارد. شرایط محیطی و نظام ارزش های فرهنگی در شکوفایی، جهت دهی و تقویت سهم به سزایی دارند. از این جهت است که فرهنگ، خلاقیت و اقتصاد دارای همبستگی های بنیادین هستند. تعامل بین فرهنگ و اقتصاد از حوزه های جذاب پژوهشی و به شدت مورد توجه موافقان و مخالفان الگوهای توسعه در تمامی کشورها بوده و هست. این حوزه از جمله قلمروهایی به شمار می آید که سیاست گذاران و برنامه ریزان بخش عمومی و نیز فعالان خصوصی در هر دو عرصه اقتصاد و فرهنگ برای تصمیم گیری و سامان دهی رفتارها و عملکرد بدان نیازمندند. به همین جهت پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران؛ نگرانی های جدی در مورد آثار تحولات غرب گرایانه بر حوزه فرهنگ که عمدتاً ناشی از پیگیری برنامه های اقتصادی منبعث از نظریات اقتصادی توسعه غربی است، لیبرال در چارچوب الگوهای توسعه غربی است. صفحه جدیدی از بازی ارائه داد. از سوی دیگر مقولات هنری مورد توجه در ساخت عمومی فرهنگ مانند سینما، موسیقی و تئاتر، معماری و شهرسازی، گردشگری، نقاشی، تصویرگری، هنرهای تجسمی و عکاسی، با مخاطبان کودک و بزرگسال با پیشرفت تکنولوژی دستخوش تغییرات گسترده شده اند.

فیلم های انیمیشن تبدیل شد و البته گفتنی است که سالیان دراز رقیب جدی در این عرصه برای آن وجود نداشت. در دهه ۱۹۳۰ شرکت فیلم سازی برادران وارنر و شرکت های دیگر شروع به تولید شخصیت های کارتونی از «باگزی» گرفته تا «تام و جری» کردند. اما استاندارد را دیزنی تعیین می کرد و هیچ شرکت دیگری از نظر ظاهر، فریبندگی و عمق هنر به پای کیفیت دیزنی نمی رسید. دیزنی در آثار خود تمرکز بر خندانند مخاطب نداشت. بلکه در پی ایجاد تجربه، نوآوری و هنر بود. در آخر دهه ۱۹۳۰ رنگ هم به استاندارد انیمیشن های کوتاه افزوده شد. در این دهه کارتون های کوتاه دیزنی جوایز اسکار در زمینه انیمیشن های کوتاه را جارو می کردند. و همچنین دیزنی جوایز دیگری برای تجربیات خود در استفاده از دوربین، نمایش واقع گرایانه حیوانات در تصاویر و عواملی مانند نورپردازی و ... به دست آورد. دیزنی به عنوان پیشگام این صنعت، خواسته یا ناخواسته به عنوان یک پیشرو تکنولوژیک عمل کرده است. تمرکز بر کیفیت و جنبه های هنری آنقدر پررنگ بوده است که عملاً چارچوبی را که از آن به «استاندارد» یاد شده پایه گذاری کرده است. در ارزیابی دلایل عدم توفیق «دارا و سارا» و یا توفیق نسبی «شکرستان» به عنوان دو نمونه داخلی؛ متفاوت بودن «تراز» مطلوبیت فنی و هنری با تجربه های جامعه از نمونه های خارجی مشابه مثل «باربی» یا «دیزنی» موجب تفاوت در سطح مقبولیت این دو محصول فرهنگی شد. علت دیگر، تفاوت بسیار زیادی است که بین شرایط عمومی جامعه در زمانی که «عروسک های دارا و سارا» به بازار عرضه شدند با وضعیت و فضای حاکم بر جامعه در مقطعی که انیمیشن «شکرستان» معرفی شد. ضمن اینکه انیمیشن و عروسک اساساً دارای تفاوتها، کارکردها و مخاطبان متفاوتی هستند که موجب می شود کانال توزیع کاملاً متفاوتی را طلب کنند. حرکت بر روی محور زمان از این جهت کمک کننده است که شکرستان در دوره ای عرضه شد که شبکه نمایش خانگی نوپا و ناشناخته بود. علی رغم استفاده از عبارات مصطلح، تالیق جذاب بین تکنیک و چیدمان سنتی در نماها و استفاده از صدای پیشگان موفق، شاید اگر «شکرستان» هم در شبکه نمایش خانگی عرضه می شد به این میزان از فروش به عنوان یکی از شاخص های موفقیت دست پیدا نمی کرد. «شکرستان» نمونه عینی از موفقیت در فروش محتوا و «دارا و سارا» نمود ناموفقی از فروش کالا است.

با تأکید بر کارکردهای گوناگون فرهنگی و تربیتی، به دلیل گستردگی طیف عوامل و متعاملان طبیعتاً آثار نهان و آشکار میمیزی در حوزه صنایع فرهنگی از نمود بیشتری برخوردار است. به همین جهت پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران؛ نگرانی های جدی در مورد آثار تحولات غرب گرایانه بر حوزه فرهنگ که عمدتاً ناشی از پیگیری برنامه های اقتصادی

منبعث از نظریات اقتصادی سرمایه داری لیبرال در چارچوب الگوهای توسعه غربی است در قانون گذاری و سمت دهی به تولید کالاها صنایع فرهنگی نقش برجسته ای داشت. علی رغم تلاش مراجع رسمی مانند مجلس شورای اسلامی و شورای عالی انقلاب فرهنگی بر میانه روی، گروه هایی از تشکلات غیردولتی گاه به مرزهای تقریباً نزدیک شدند و گاه به مرزهای افراط و در نتیجه تصویر کلی صنایع فرهنگی با اوججاج و کاریکاتور گونه مشاهده می شود.

فناوری نرم

در نقطه مقابل فناوری سخت؛ یعنی آن دسته از تمامی فناوری هایی که ریشه در علوم طبیعی و فیزیکی (زیست شناسی، فیزیک، شیمی، ریاضیات) دارند و ابزار تولید کالاهای مادی و فیزیکی به شمار می آیند، فناوری نرم قرار دارد. آن دسته از فناوری ها که ریشه در علوم غیر طبیعی (علوم انسانی، هنر و غیره) دارند و حوزه عملیاتی آن ها دنیای فکر و ذهن انسان است. سه دسته از دسته بندی های فناوری های نرم مربوط به موضوع محوری مقاله عبارتند از:

۱. فناوری های نرم تجاری
۲. فناوری های نرم فرهنگی
۳. فناوری های نرم اجتماعی

در پیوستار فناوری های نرم و سخت؛ و در بخش بندی حوزه های مختلف فعالیت های دارای کارکرد مستقیم و یا غیرمستقیم اقتصادی، سهم صنایع خلاق و صنایع فرهنگی در GDP کشورهای مختلف نشان دهنده استراتژی و موقعیت آنها در رقابت های جهانی اقتصاد است. در ادامه با بررسی وضعیت چند کشور، نقش مدیریت استراتژیک در تدوین چشم انداز و مأموریت های کلان ملی در چارچوب بازاریابی محصولات این صنایع را بررسی می کنیم.

بررسی موردی

چینی ها پس از آزادسازی در سال ۱۹۸۷، توانستند اقتصاد خود را به شدت بالا بکشند به نحوی که در سال ۲۰۱۲ بالاترین تولید ناخالص ملی دنیا را پس از آمریکا به میزان ۸،۲۲۷ تریلیون دلار به دست آوردند. گزارش گلوبال ورلند رپورت نشان می دهد تا سال ۲۰۱۵ چین با پیشی گرفتن از ژاپن دومین اقتصاد برتر دنیا خواهد بود. تخمین این کشور برای بازار انیمیشن - به عنوان بخشی از صنایع فرهنگی، تنها برای حوزه جمعیتی بالغ بر ۳۷۰ میلیون نفر در ده سنی کودک و نوجوان و جامعه مخاطب ۵۰۰ میلیون نفری تخمین ۲۰ میلیاردی پوند (۳۳،۴ میلیارد دلار) است. بیش از ۵۶۰۰ شرکت فعال در این حوزه برای تأمین نیازهای محتوایی خود از کشورهای غربی مدد می جویند. در برنامه ۵ ساله این کشور، ۲،۲ میلیارد دلار صرفاً برای حوزه بازی های برخط پیش بینی شده است. استراتژی و سیاست دولت چین در یازدهمین برنامه ۵ ساله این کشور، این است که بجای عبارت «ساخت شده در چین»، «طراحی شده در چین» را جایگزین

وزارتی زیر گام برمی‌دارند: پیگیری توسعه علم، فناوری و ICT در میان مردم
بنیان نهادن اکوسیستمی بر مبنای اقتصاد خلاق
تقویت توانایی‌های ملی در تحقیق و توسعه و نوآوری
تبدیل صنایع نرم‌افزاری و محتوایی به محور اقتصاد
ترغیب به همکاری جهانی و جهانی سازی
در سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۴ اولین بازار برای محصولات فرهنگی شرکت‌های کره ای در شرق و آسیای جنوب شرقی با صادرات نمایشنامه‌های تلویزیونی شکل گرفت. استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای مبتنی بر خلاقیت و نوآوری‌های هر چند جزئی جایگاه ویژه‌ای در کره جنوبی دارند. امروزه بیشتر استارت‌آپ‌ها سرمایه مورد نیاز خود را در عرضه اولیه عمومی ایده تأمین می‌کنند. تفاوتی که در عملکرد و برنامه ریزی‌های کلان این کشور مشهود است، ایجاد اکوسیستمی است که منجر به شکوفایی خلاقیت و پرورش نوآوری‌های تکنولوژیک در اقتصاد شود. شاید این تعبیر خلاف نباشد که خلاقیت و صنایع ذهنی و فکری به حوزه فناوری‌های سخت نیز خوراک می‌رسانند.

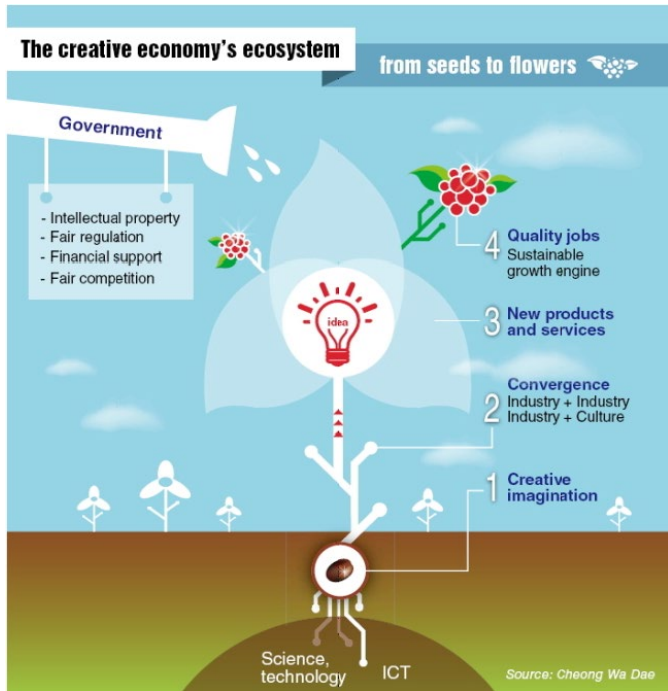
منظور فعالیت سراسری دستگاه‌ها در محیط‌های مختلف
مواسطه‌زایی اقتصادی - حذف واسطه‌ها در زنجیره تأمین
این روندها فرصت‌های قابل توجهی را برای کسب و کار خلاق در انگلستان فراهم آورده و به طور فزاینده‌ای به ظهور چشم‌انداز پیچیده دیجیتال کمک کرده‌اند، به نحوی که تأثیر بزرگی بر روش‌های سنتی برای به دست آوردن ارزش از محصولات و خدمات داشته‌اند. از سال ۲۰۰۷ برای توسعه محصولات و خدمات جدید، ۳۰ میلیون پوند (۵۰ میلیون دلار) برای حمایت از بیش از ۳۰۰ پروژه و بیش از ۳۳۰ کسب و کار خلاق تخصیص یافته است. Ostromodern (طراحان محصولات دیجیتال)، باغ وحش دیجیتال، سیستم‌های سراسری فایل‌های رسانه‌ای مثالی از پروژه‌های تحت حمایت دولت انگلستان در حوزه صنایع خلاق هستند.
برخی از دلایل حمایتی در سند استراتژی صنایع خلاق این کشور آمده است:
«۱.۵ میلیون شغل
قرار گرفتن در کلاس جهانی
مرو به رشد با وجود عدم اطمینان اقتصاد
A sector undercapitalized remains»

دومین کشور پرجمعیت دنیا از ۱۸۴۲ تریلیون دلار به رقم قابل توجه ۵،۹۳۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۵ برسد و بنا بر گزارش فرانسویون اتفاق بازرگانی و صنایع هند، سهم صنایع خلاق و صنایع فرهنگی از ۶۵۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۰ به ۲۳۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۱ رسیده و سالانه رقمی بالغ بر ۵٪ از GDP این کشور را به خود اختصاص داده است. فناوری اطلاعات اقتصاد هند را نیز دستخوش تغییرات خلاقانه کرده است. براساس دسته بندی UNCTAD کالاها و خدماتی نظیر صنایع هنری، فیلم، رسانه‌های نوین و ... توسط صنایع خلاق تولید و ارائه می‌شوند. در سال ۲۰۰۸ رقمی بالغ بر ۵۹۲ میلیارد دلار (حدوداً ۱٪) از صادرات بین‌المللی هند سهم صنایع خلاق و فرهنگی هند بوده که نسبت به سال ۲۰۰۲ دو برابر شده داشته است. این کشور در مقام دوم صادرکنندگان صنایع فرهنگی و پس از چین با ۲۰،۸٪ سهم صنایع خلاق در سبد کالاهای صادراتی خود در قرار دارد. دولت هند با توجه به پتانسیل گسترده این کشور در بهره‌گیری از صنایع خلاق (فیلم) و یا صنایع دستی (درک خوبی از مسائل و مختصات ملی خود دارد و به روشنی می‌داند که نیازمند سیاستگذاری متمرکز برای پیمودن راه درازی در بالا بردن جایگاه جهانی خود را در این بخش پویا است.

نماید و طبیعتاً افزایش ظرفیت خلاقیت و رقابت مهم‌ترین موضوع در این زمینه است. در حال حاضر رقابت اصلی برای برندینگ از سنسنگور و هنگ کنگ وارد می‌شود. نظر به اهمیت رسانه و نقش آن در پیاده سازی این سیاست، تنها حوزه تولیدات رسانه، هنوز فاصله قابل ملاحظه‌ای بین شرکت‌های بریتانیایی و چینی وجود دارد. دنبال کردن دو اقدام سیاستی این کشور را به عنوان اولین صادرکننده کالاهای فرهنگی تبدیل کرده است. نخست اینکه صنایع فرهنگی را به عنوان یکی از ستون‌های توسعه اقتصادی شناخته است و دیگر؛ یکپارچه سازی آن در فرایندهای برنامه ریزی کلان.

در حالی که دیزنی به تمام بخش‌های بازار صنایع فرهنگی توجه داشته و هر صنف و گروه و کانال توزیعی را در نظر گرفته، عملاً از تمامی ظرفیت‌های جامعه برای مدیریت تقاضا در یک سمت و مدیریت پاسخ در سمت مقابل بهره می‌برد. تقریباً تمامی تولیدات حوزه فرهنگ و هنر در استفاده از فناوری‌های ارتباطی، سرگرمی‌های آموزنده و تفریحات جمعی عقب‌تر قافله صنعتی کشور حرکت می‌کنند. به دلیل عدم وجود زیرساخت‌های ارتباطی، مراکز داده، مراکز توزیع داده و نقاط اتصال عملاً امکان ارائه خدمات محتوا محور وجود ندارد. بنابراین نباید انتظار داشت که مثلاً بر فرض تولید هم از «بازی برخط شکرستان» استقبال شود و یا عروسک‌های «دارا و سارا» در اینترنت محلی از اعراب پیدا کنند. دقیقاً این بخش از زنجیره به حوزه وظایف تصدی‌گری دولت مرتبط است که وظیفه ایجاد زمینه مساعد و مناسب برای حضور فعالان خلاق عرصه‌های فرهنگی را برای حضور در رقابت‌های چند جانبه که منتج به پولسازی می‌شوند فراهم آورد. تغییر پارادایم و حرکت هرم سنی و جنسی مردم بر روی محور زمان، اقتضات جدیدی را طلب می‌کند که در هر سه حوزه قانونی، فنی و تجاری اگر مورد غفلت هم قرار نگرفته باشند، به نتیجه مطلوب نیز نزدیک نشده‌اند. همانگونه که غالباً در ورزش از جمله، به عنوان بهترین دفاع یاد می‌شود؛ در عرصه‌های فرهنگی هم باید فعال بود و نه منفعل. بخش زیادی از نیازمندی‌های استراتژی عملکرد فعالانه اساساً ارتباطی به فرهنگ و صنایع فرهنگی ندارند، اما آسیب‌های فرهنگی بسیاری بر جای می‌گذارند. تأمین برنامه برای شبکه‌های کابلی، ماهواره‌ای و تلویزیونی یکی از روش‌های بکارگیری فناوری دیگران و پولسازی از محتوای خودی است. یکی از دلایل عدم موفقیت شبکه جهانی سحر، عدم توجه به نیاز مخاطب است. این عدم موفقیت ناشی از بی‌توجهی به ذائقه و نیاز مخاطب را در ترجمه نظیر به نظیر مطالب ارائه شده توسط وب سایت‌های داخلی که بعضاً از غنای محتوایی هم برخوردارند شاهد هستیم.

صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرد که تولید ناخالص ملی هند به عنوان



از اواخر سال ۲۰۰۷، با رشد رسانه‌های اجتماعی پدیده Hallyu (یا موج کره‌ای) = تغییرات فرهنگی) دوران مهمی را تجربه کرده است. کالاهای تکنولوژی‌محتر ساخته شده در کره به همراه نوآوری در سرویس امنیت ملی (به عنوان مثال، Cyworld) و گوشی‌های هوشمند (به عنوان مثال، سامسونگ گالاکسی)، و همچنین بازی‌های آنلاین (به عنوان مثال Lineage and Aion) به بخش عمده‌ای از موج کره‌ای در رسانه‌ها و گوشی‌های هوشمند و رسانه‌های اجتماعی تبدیل شد. نقش محوری در گسترش K-Pop و دیگر ژانرهای فرهنگی

مقارن سال ۱۳۸۰ هجری شمسی دولت کره جنوبی با سرمایه‌گذاری بالغ بر ۱۰ تریلیون وون (معادل ۱۲ میلیارد دلار) برای پژوهش و توسعه فناوری فرهنگی، آن را به عنوان یکی از پنج فناوری نسل آینده اعلام کرد. امروزه اقتصاد کره جنوبی با برخورداری از تکنولوژی بالا، مبتنی بر نوآوری است. در کابینه دولت کره جنوبی وزارتخانه‌ای با نام «وزارت علوم، فناوری اطلاعات و ارتباطات و برنامه‌ریزی آینده» وجود دارد. هریک از بخش‌های سازمانی این وزارتخانه مسئولیتی برعهده دارند که جمگی در مسیر اهداف و استراتژی‌های

انگلستان صنایع خلاق را به عنوان صنایعی که منشاء آنها در خلاقیت فردی، مهارت و استعداد نهفته است و به عنوان یک فرصت بالقوه برای ثروت و ایجاد شغل تعریف کرده است. از سال ۱۹۹۷ دولت برای بهبود صنایع خلاق و پرورش نام تجاری ملی و احیای اقتصاد در تلاش است. بدین منظور وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش در سال ۱۹۹۸ به عنوان مسئول صنعت خلاق ایجاد گردید. صنایع خلاق شامل حوزه‌های مختلفی شامل طیفی از تبلیغات تا بازی‌های ویدئویی با جذب ۱،۷ میلیون نفر مشارکت ۵،۲ درصدی در خروجی‌های کشور یکی از بخش‌های پیشرو در صنایع انگلستان است. ارزش ناخالص افزوده (GVA) این کشور با رشد ۱۵،۶ درصدی از سال ۲۰۰۸ سهمی در حدود ۵،۴٪ از کل اقتصاد بریتانیا را در اختیار دارد. قدرت و صلاحیت این بخش از اقتصاد انگلستان در سطح جهان به رسمیت شناخته شده و توانایی این کشور در بهبود اقتصادی دیده می‌شود. PricewaterhouseCoopers سرعت رشد سالانه رسانه‌های بریتانیا و صنعت سرگرمی این کشور را تا ۲۰۱۶، ۴،۳٪ پیش‌بینی کرده است. صادرات برنامه‌های تلویزیونی این کشور از ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۹ رشدی بالغ بر ۱۳۷٪ را تجربه کرده و این کشور را پس از امریکا در مقام دوم قرار داده است. روندهای مؤثر بر صنایع خلاق در سند استراتژی ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۶ این کشور عبارتند از:

- ادامه دیجیتالی شدن
- بخش بندی مخاطبان
- تغییر دادن رفتار کاربر
- همگرایی - نیازمندی بخش خدمات به

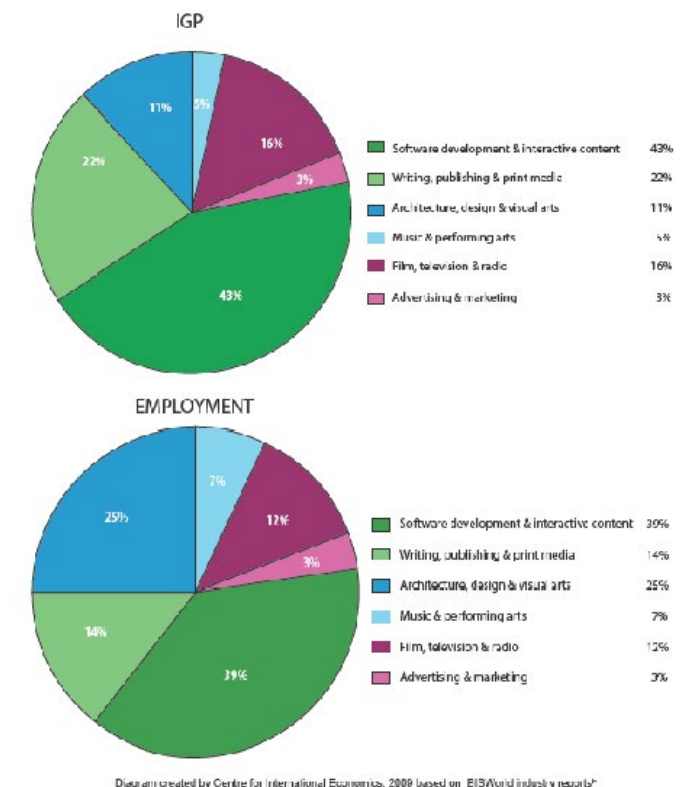
طرفداران زیادی در بسیاری از کشورها پیدا کرده است. لذت بردن از سایر محصولات فرهنگی دارای ابعاد اجتماعی، با اشاره به یک گروه از برنامه های کاربردی مبتنی بر اینترنت میسر شده است که همگی بر روی پایه های ایدئولوژیک و فن آوری از وب ۲.۰ ساخته شده اند و تبادل محتوای تولید شده توسط کاربر را ممکن ساخته است. در کره جنوبی هم مانند بسیاری از کشورها جایگاه صنایع فرهنگی به حوزه مرکزی اقتصاد ملی نزدیک تر شده است. دیگر نمی توان شرکت های فعال در زمینه صنایع فرهنگی را به عنوان بخش ثانویه اقتصاد در نظر گرفت. بنا بر تعریف سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی سازمان ملل متحد (یونسکو) زمانی کالا و خدمات فرهنگی در خطوط صنعتی و تجاری یک صنعت فرهنگی تولید، تکثیر، نگهداری و یا توزیع می شوند که در مقیاس بزرگ و مطابق با یک استراتژی مبتنی بر ملاحظات اقتصادی و بدور از هر گونه نگرانی برای توسعه فرهنگی طراحی شده باشند.

ارتباطات است که چمگلی «سرمایه فرهنگی» استرالیا را غنی می سازند. فرهنگ به عنوان سرمایه و متشکل از اجزای مختلفی در عالی ترین سند برنامه ریزی این کشور برای قرن دارای جایگاه ویژه ای دارد. در نمودار فوق سهم هریک از بخش های سازنده سرمایه فرهنگی در بخش نیروی کار و تولید خالص صنعت (IGP) به تفکیک نشان داده شده است. یکی از مهمترین پارامترهای موفقیت در بیان تجربیات کشورهای یاد شده عنصر خلاقیت بشری است. چرا که طراحی، تولید و عرضه محصولات صنایع فرهنگی دارای وابستگی مستقیم به فکر و ذهن انسان هستند. نتایج مطالعه و بررسی میزان سرانه تولید ناخالص داخلی در آمریکا نشان می دهد، به رغم رخ داد چهار انقلاب فناوری که در طول ۲۰۰ سال اخیر، رشد اقتصادی مستقیماً با موج توسعه فناوری های نرم مرتبط است. برای مثال در فاصله دهه های ۲۰ و ۵۰ نوآوری های فناورانه متنوعی به طور گسترده مورد استفاده قرار گرفتند و در نتیجه متوسط امید به زندگی از ۳۵ سال در قرن ۱۸، به ۵۵ سال در دهه ۱۹۲۰ میلادی رسید. دلیل اصلی این رشد سریع

مجموعه ۹۶ شاخص به عنوان راهنما همراه با اسناد مرتبط جهت استفاده توسط کشورهای مختلف معرفی شده و دارای قابلیت استفاده توسط کشورهای مختلف است. حداقل ۵ محور آموزش، سلامت، الگوی تولید و مصرف، مشارکت در اقتصاد جهانی و توسعه اقتصادی از محورهای ۱۴ گانه این سند هستند که با مقوله فناوری های فرهنگ عجین شده اند. در همین دوره زمانی با توجه به اهمیت موضوع و در جهت رفع معزلات، سال ۱۳۷۸ سیاست های استراتژیک بخشی، مواد قانونی و راهکارهای اجرایی سیاست ها و رهنمودهای کلی در برنامه سوم توسعه تهیه شد. با عنایت به تحولات گذشته و روندها و مشکلات، چالش های آینده بخشی در موارد زیر خلاصه شد:

تحویل های فرهنگی داخلی و خارجی؛
عدم جامعیت و تطبیق اصول سیاست های فرهنگی با شرایط روز جامعه و فقدان مکانیزم اجرایی برای تحقق آن؛
مداخلت غیر ضروری دولت در تصدی امور؛
گسترش دستگاه های موازی فرهنگی؛
مفقدان قوانین مورد نیاز در بخش؛
ناکارآمدی و ناتوانی نظام های نظارتی در بخش فرهنگ و هنر؛
متنوع شدن تقاضاهای فرهنگی؛
توسعه تکنولوژی ارتباطات؛
تهاجم فرهنگی؛
بحران هویت و مسئولیت گریزی؛
ضرورت تغییر تکنولوژی ارتباطی؛
عدم امنیت شغلی؛
منبذ امنیت و آرامش در منطقه بر اثر تفاوت های فرهنگی و مشکلات سیاسی. همزمان با حرکت بطبع شاخص های اقتصادی کشور ما، کشورهای اندونزی، ترکیه و امارات متحده عربی به عنوان سه کشور اسلامی در قاره کهن نیز به سرعت در حال رشد دادن شاخص های اقتصادی خود و به مدد بهره برداری از فناوری های نرم و صنایع فرهنگی و صنایع خلاق هستند. بنابر سند چشم انداز بیست ساله بنا بر این است که تا سال ۱۴۰۴ به قدرت اول اقتصادی، فرهنگی و دفاعی در منطقه تبدیل گردد. لکن مع الاسف و فارغ از چرایی ها و چگونگی ها فاصله قابل توجهی با این اهداف مشاهده می شود که نیل به این اهداف را در مدت زمان باقی مانده دشوارتر کرده است. حوزه نیروی جوان، خلاق و تحصیلکرده به پشتوانه های عظیم هنری و فرهنگی منبعث از تعالیم اسلامی و بهره مندی از تمدن کهن ایران باستان مزیت های رقابتی کشور ایران هستند از آنجا که کشور مادر برخی فناوری های سخت و قلمرو نظری و عملی دارای مزیت رقابتی نیست. برای جبران بخشی از عقب ماندگی های فعلی باید به فناوری های فرهنگی بهای بیشتری داده شود. با یادآوری تعریفی که در باب فناوری های نرم ذکر شد، سرمایه های عظیم فرهنگی ایران پتانسیل لازم را برای تغییر صحنه بازی در اختیار استراتژیست های ملی قرار می دهد.

نقش اقتصاد فرهنگ در توسعه پایدار
اقتصاد فرهنگی را عامل اصلی رشد و



و گسترده «حمایت از ثبت اختراع» یا نوآوری ایجاد «شرکت سهامی» و بازارهای سهام و توسعه آنها در حکومتها و کشورها در واقع نظام پتنت، سازوکار شرکت های با مسؤلیت محدود، نهادهای بازار سهام و تکنیک های سهام، نظام سرمایه گذاری ریسک پذیر و غیره، نمونه هایی از به کارگیری گسترده فناوری های نرم و نوآوری های نهادی است. بخش توسعه پایدار ملل متحد به ترتیب در سال های ۱۹۹۶، ۲۰۰۰ و ۲۰۰۶ اقدام به انتشار سه ویرایش از مجموعه شاخص های توسعه پایدار نموده است. در آخرین

بررسی تجربه کشورها علاوه بر اینکه به ضرورت نهادها و نهادسازی می پردازد، از آن جهت دارای اهمیت مضاعف است که در برخی از اسناد مورد مطالعه برای نگارش این مقاله موارد برجسته ای مشاهده گردد. مثلاً در سند برنامه ریزی استراتژیک صنایع خلاق کشور استرالیا برای قرن ۲۱ که در سال ۲۰۱۱ توسط وزارت هنر این کشور تدوین شده است آمده: «خلاقیت کلید نوآوری و نوآوری پیشران رشد، ثبات و رفاه است. نوآوری خلاق حاصل منابع مختلفی چون هنر، علوم، تجارت، تحقیق، توسعه و

شکوفایی اقتصادی در دیگر بخش ها می دانند. علاوه بر کشورهای توسعه یافته غرب، امروزه یکی از مظاهر پیشرفت در شهرهای بزرگ شرق مانند دهلی، سئول، پکن، کوالالامپور، سنگاپور و حتی دوی، ویرین کالاهای فرهنگی آنهاست. استراتژی ها و چشم انداز توسعه شهری، در قلمرو فعالیت های فرهنگی و عرضه محصولات هنری نمود دارد. اما شهر تهران، به عنوان یکی از ۲۰ ابر شهر جهان، هر چند سهم عمده ای را در عرضه تولید فرهنگی و هنری در کشور دارد، اما به تناسب نقش و جایگاه ملی و بین المللی خود، سهم عمده ای در عرضه اقتصاد فرهنگی در مقایسه با دیگر شهرهای بزرگ جهان ندارد. بررسی ها و مطالعات نشان می دهد که در ایران سهم استان های مختلف از فرهنگ در اقتصاد تقریباً مشابه است و میانگین آن بین ۴/۵ درصد در سال ۷۹ و ۷/۵ درصد در سال ۸۸ است. بیشترین میزان مشارکت مربوط به استان سیستان و بلوچستان با سهم ۹ درصدی در سال ۷۹ و ۱۴ درصد در سال ۸۸ می باشد و استان خوزستان کمترین سهم را به خود اختصاص داده است یعنی سهم ۱ درصدی در سال ۷۹ و رشد فقط ۱/۵ درصد طی ۱۰ سال و در سال ۸۸ سهم این استان در فرهنگ ۲/۵ درصد محاسبه شده است. به عنوان نمونه ای از استراتژی های تولید و بازاریابی و در سطح کلان، اتخاذ تصمیمات استراتژیک در بازگشت به مثال باری و نمونه داخلی دارا و سارا می توان این طور نتیجه گیری کرد که انتخاب ژانر خانوادگی، توسعه تولید از انیمیشن به فیلم بلند با دامنه وسیعتری از مخاطب، ایجاد احساس امنیت، تصویری از حس قابل اعتماد بودن و... فاکتورهایی هستند که سهواً و یا عمدانه در «عروسک های دارا و سارا» و نه در انیمیشن «شکرستان» مد نظر نبوده اند. دیزنی به تقابل فرهنگی برنخواسته در حالی که «سارا و دارا» با هدف تنگ کردن عرصه بر «باربی» ها پای به میدان گذاشتند «باربی» با استراتژی نفوذ در بازار کشورهای مسلمان، هبیتی شبیه زنان محجبه را به خود می گیرد ولی «دارا و سارا» به قومیت های داخلی می پردازند و لباس های محلی بر تن می کنند هوشمندی تجاری یعنی ایجاد تنوع هدفمند برای پولسازی متمرکز بر اشتراکات و نه افتراقات. در حالی که «باربی» و چنانکه در ادامه ذکر شده «دیزنی» به جامعه جهانی نظاره می کنند «دارا و سارا» نه تنها به جامعه مسلمانان جهان توجه ندارند بلکه بر تفاوت های داخل یک کشور تمرکز دارند رعایت توازن در بخش های مختلف لازمه توسعه همه جانبه کشور است، و توسعه همه جانبه کشور تنها با برنامه ریزی های کلان ملی و سپس پایش و اصلاح فرایندهای اجرایی ممکن می باشد. با نگاه به تمدن و داشته های فرهنگی و توجه به گفتن اصیل انقلاب اسلامی، این طور به نظر می رسد که مقوله فناوری فرهنگی از سایر بخش های فناوری های نرم متفاوت بوده و در تراز به مراتب بالاتر از برخی مقولات محوری توسعه قرار دارد نقش مدیریت استراتژیک در برجسته سازی و همگرا کردن استعدادهای نرم و سخت ملی برای توسعه همه جانبه کشور

Austria	%1.80	Latvia	%1.80
Belgium	%2.60	Lithuania	%1.70
Bulgaria	%1.20	Luxembourg	%0.60
Cyprus	%0.80	Malta	%0.20
Czech Republic	%2.30	Netherlands	%2.70
Denmark	%3.10	Norway	%3.20
Estonia	%2.40	Poland	%1.20
Finland	%3.10	Portugal	%1.40
France	%3.40	Romania	%1.40
Germany	%2.50	Slovakia	%2.00
Greece	%1.00	Slovenia	%2.20
Hungary	%1.20	Spain	%2.30
Iceland	%0.70	Sweden	%2.40
Ireland	%1.70	UK	%3.00
Italy	%2.30		

سهم صنایع فرهنگی و خلاق در اقتصاد آلمان با GDP بالغ بر ۳۳۳۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۷، افزون از ۸۳ میلیارد دلار بوده که با فرض ثابت بودن سهم ۲٫۵ درصدی صنایع فرهنگی، به ۸۵ میلیارد دلار (معادل ۲۱۷ هزار میلیارد تومان) در سال ۲۰۱۲ رسیده است.

در مقام مقایسه؛ این مبلغ بیش از ۹ برابر درآمدهای اختصاصی وزارتخانه ها و مؤسسات دولتی در لایحه بودجه سال ۱۳۹۳ کل کشور است که در حدود بیست و سه هزار میلیارد تومان تعیین و به تصویب مجلس شورای اسلامی رسیده است.

رهنمودهای رهبر معظم انقلاب نشان دهنده سیاست های کلان حاکمیت و توجه آن به صنایع خلاق و صنایع فرهنگی است، چنانکه در پیام نوروزی سال ۹۳ با تأکید بر ضرورت استفاده از تجربه ها و عبرت‌های گذشته در تصمیم‌گیری های آینده تصریح فرمودند «در سال گذشته حماسه اقتصادی به شکل مورد انتظار محقق نشد که لازم است این حماسه در سال جدید به وجود آید» همچنین برخی از عباراتی که حضرت آیت الله خامنه‌ای در دیدار رئیس و اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی در تاریخ ۱۳۹۲/۰۹/۱۹ مطرح نمودند علاوه بر توجه به حوزه فرهنگ اشارات ظریفی به توسعه و اقتصاد دارند:

فرهنگ و ارزش های فرهنگی، هویت و روح یک ملت است و فرهنگ حاشیه و ذیل اقتصاد و سیاست نیست بلکه اقتصاد و سیاست حاشیه و ذیل فرهنگ هستند. برنامه ریزی برای فعالیت های فرهنگی، ضروری است.

مرصد و شناخت دقیق پدیده های نوظهور تهاجم فرهنگی را قبل از ورود به ایران ضروری است و دیر فهمیدن و دیر جنبین مشکل آفرین است، باید به موقع و حکیمانه برخورد کرد. تولید کتاب ترجمه کتاب های مفید، تولید فیلم های سینمایی جذاب با تکیه بر ظرفیت های بالای ساخت فیلم، تولید بازی های رایانه ای مفید، ترویج بازی های پر تحرک و تولید اسباب بازی های معنادار و جذاب به عنوان مصادیقی از مواضع تهاجمی است که باید در برخی موارد اتخاذ شوند اما به هر حال در هر شرایط باید حکیمانانه و با فکر عمل کرد. گاه باید از نفوذ پدیده ها، کاملاً جلوگیری

بنابراین تغییر این ساختارها باید با این ملاحظات و بر مبنای نیازهای روز - فی المثل رسانه های نوین جمعی و فردی مانند اینترنت و تلفن های هوشمند- همسو با آرمان ها، چشم انداز و سیاست های کلان حاکمیتی باشد. ساختارهای جدید به شرطی توسعه یافته خواهند بود که بتوانند موجب افزایش هرچه بیشتر تعامل، رقابت، اشتغال، کیفیت باشند.

تغییر ساختار مطلب جدیدی نیست، تغییر پارادایم رسانه، فرهنگ، اقتصاد و به تبع آنها تغییر پارادایم های فردی و اجتماعی در پروسه جهانی سازی اجتناب ناپذیر است. کشورهای توسعه یافته از سالها پیش برای همگام کردن فرهنگ و سرمایه اجتماعی خود با رشد تکنولوژی دست به کار شده اند. بنابراین بررسی اقدامات، تجربیات کسب شده، مطالعه داستان موفقیت ها و شکست ها و نیز آگاهی یافتن از نحوه تصمیم گیری های کلان و سیستماتیک آنها برای مدیران ارشد کشور ضروری است. تنها به عنوان یک نمونه از این اقدامات، به سند بالادستی اتحادیه اروپا اشاره می کنیم، در سند نقشه اقدام اتحادیه اروپا در حوزه فرهنگ (۲۰۱۱-۲۰۱۴) ۴ مرحله زیر تصریح شده است:



این نقشه اقدام توسط گروه فرهنگی مشاوران آزاد اتحادیه اروپا - OMC - European Union Open Method of Coordination Expert Group on Cultural and Creative Industries تدوین شده است. نگاهی به آمار مربوط به سال ۲۰۰۷ از سهم صنایع خلاق و فرهنگی در GDP ملی کشورهای عضو اتحادیه اروپا مؤید این مطلب است که «ظرفیت سازی» بر مبنای پتانسل های موجود اقتصاد فرهنگ کشورهای اروپایی یکی از استراتژی های اصلی در تسهیم منابع و تعیین اولویت های استراتژیک کشورها است.

حول محور صنایع خلاق و صنایع فرهنگی غیرقابل انکار است. چرا که فناوری فرهنگی؛ اولاد ذیل فناوری های نو دستهبندی می شود. ثابرد عصر رقابت های فرهنگی، بیش ترین مزیت رقابتی را برای کشور به بار آورد. ثالثاً برای بیش ترین تجلّس و سازگاری با اسناد بالادستی توسعه همه جانبه کشور می باشد.

اهمیت نهادسازی در توسعه

برخلاف ادعاها، چیدمان ساختاری کنونی دولت به اندازه ای اجرایی است که امکان نظارت و حمایت وجود ندارد. در مقابل؛ اعمال محدودیت ها و مشکلاتی که فراروی ساختارهای ارائه خدمات و زیربنای تولید کالاهای فرهنگی وجود دارند، عمدتاً متوجه به مقابله با تهاجم فرهنگی و رفتارهای استیکاری و دشمنی کشورهای دیگر است. در حالی که نتایج به دست آمده در اغلب موارد بازی کردن در زمین آنها بوده است.

علاوه بر اینکه در غرب بر بازتولید المان های فولکلور و فرهنگی اهتمام ویژه دارند، ابایی ندارند که از سایر ملل و فرهنگ ها نیز بهره برداری مطلوب خود را بکنند. «وشین» نمونه موفق از همین دست

است که با اعمال تغییرات گسترده در ترجمه قصه و تدوین، محصول مورد اقبال خانواده های ایرانی را در سال های مقرر تولید را عرضه نمود. اما در سالهای اخیر و با مرتفع شدن محرومیت های مادی و فنی، استفاده از داستان های کره ای که از اولویت بالایی نسبت به سریال های مشابه تولید شده در کشورهای عربی و یا ترکیه برخوردار نیستند تقداهای زیادی را از ظرف صاحب نظران و اهل خیره به همراه داشته است. به عبارت دیگر اگر استفاده از محتوای غیر ایرانی مطلوب نیست، استفاده از دانش فنی غیر ایرانی حداقل ممکن است. مانند آنچه که فارغ از ارزش گذاری؛ در تهیه جلوه های ویژه و موسیقی فیلم سینمایی «ملک سلیمان» تجربه شد. در سمت مقابل باید پاسخ قانع کننده ای برای این سؤال پیدا کرد که چرا کمپانی معظم دیزنی و امثال دیزنی جایی برای استفاده از ادبیات فولکلور ایرانی اختصاص ندهاده اند؟ آیا ما عرضه کرده ایم و آنها پس زده اند؟ مگر نه این است که سیاست های فرهنگی غرب متهم به تأثیرپذیری از مکاتب مادی می شود، پس چگونه است که بر ظرفیت های پولساز محتوای کشور ما چشم فرو بسته؟! قطعاً بخش زیادی از ادبیات و فرهنگ ایران ارتباط مستقیم با اسلام نداشته و حداقل از منظر و در لایه انسانی بر سجایای اخلاقی و کرامت بشری صحنه می گذارد. پس اسلام هراسی و اسلام ستیزی غرب، پاسخ مقبولی برای این اشکال نخواهد بود. دست آخر اینکه با توسعه زیرساخت ها و افزایش امکانات ارتباطی در داخل کشور، برای تأمین محتوای مشتری پسند چه تمهیداتی اندیشیده ایم؟ آیا برای تقاضاهای رو به فزونی متأثر از تغییرات ناشی از حرکت پارادایم ارتباط محور به سمت پارادایم محتوامحور آمادگی داریم؟

کردا ما برخی پدیده ها را میتوان پذیرفت و با اصلاح کرد در بحث تهاجم فرهنگی، انفعال و موضع نفعی صرف در مقابل فرهنگ مهاجم، بدترین و خسارت بارترین نوع برخورد است. واقعیتی به نام «هامی توأمیم» در روح جوانان کشور موج می زند این اسلواخ نشاط آفرین را تقویت کنید تا به یاری پروردگار رسیدن کشور به قله های علمی و مرجع شدن علمی ایران و برپایی تمدن نوین اسلامی، تحقق یابد.

برخی محورها با نصب لعین قرزلدن پارلمترهای فرهنگی و مؤلفه های اقتصادی برای اتخاذ تصمیم های استراتژیک و بدون ورود به جزئیات و با هدف ارائه پیشنهاد کلی، عبارتند از:

۱. تعریف و جایگاه نظارت در تعلیم فردی و اجتماعی منبعث از اسلام، قرن و سیره نبوی
 ۲. آسیب شناسی و عرض ذیلی نظام نظارتی کنونی حوزه صنایع فرهنگی ملنسیتموسیقی و آثار مطبوعت توسعه

های نوین
 ۳. مطالعه تجربه کشور کانادا در ارتباط با نظارت محتوایی بر اینترنت به عنوان بستر فراگیر فناوری فرهنگی

۴. مطالعه آثار رسانه های نوین بر رفتارهای فرد در جامعه و تعیین شاخص های رشد فرهنگ در پارادایم اقتصاد فرهنگی

۵. مطالعه موردی وضعیت صنایع خلاق و صنایع فرهنگی در یکی از کشورهای اسلامی (لبنان یا ترکیه)

۶. مطالعه موردی وضعیت صنایع خلاق و صنایع فرهنگی در یکی از کشورهای شرقی (کره جنوبی یا هند)

۷. مطالعه موردی وضعیت صنایع خلاق و صنایع فرهنگی در یکی از کشورهای غربی (فرانسه یا کانادا)

۸. بازدارنده ها و مشوق های اقتصادی در تنظیم ساختارهای نظارتی بر صنایع خلاق و صنایع فرهنگی

۹. نقش غنی سازی محتوا در بازرندگی از انحراف و تهاجم فرهنگی و تقویت اقتصاد فرهنگی

منابع:

۱. خلاصه کتاب الکترونیکی برنامه ریزی فرهنگی - مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام
۲. پرویز درگی - استاد بازاریابی و برندینگ - مصلحه مجله پنجره خلاقیت - اردیبهشت ماه ۱۳۹۱
۳. گزارش های منتشرشده صندوق بین المللی پول
۴. وب سایت رسمی - دکتر محسن رضایی - دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام
۵. «فناوری های قدرت در جنگ نرم» - سید جلال دهقانی فیروزآبادی - استاد روابط بین الملل دانشگاه علامه طباطبایی
6. Creative Industries, a Strategy for 21st Century Australia
7. Private Investment in Culture; Ch.III: The value of the creative industries & culture in UK & EU
8. EUROPEAN AGENDA FOR CULTURE WORK PLAN FOR CULTURE 2014-2011
۹. یادداشت محمد رضوان مدنی با عنوان آشنایی با فن آوری نرم
۱۰. یادداشت محمد جلال با عنوان فناوری نرم در خدمت برنامه ریزی