

کارگردان فیلم «طلاخون» می‌گوید، اگر می‌دانست شروع اکران فیلمش با نمایش تعداد زیادی فیلم همراه می‌شود، باز هم در نوبت اکران می‌ماند و از این اکران پشیمان است. او در ادامه می‌پرسد آیا به دلیل مشکلات اکران در دو سال قبل کرونایی، باید همه چیز را در همین یک سال جبران کرد؟ ابراهیم شیبانی در گفت‌وگو با ایسنا با بیان انتقادی که این روزها بسیاری از صاحبان فیلم‌های در حال اکران مطرح

## انتقاد کارگردان «طلاخون» از شرایط اکران



می‌کنند، توضیح داد: به نظر می‌رسد سیاست‌های سازمان سینمایی براین است که تا جای ممکن فیلم اکران شود. در صورتی که با اضافه شدن چند فیلم جدید هر یک هفته یا دو هفته در میان، فرصت کافی برای این‌که فیلم‌های قبلی مخاطب خود را پیدا کنند، ایجاد نمی‌شود آن هم در شرایطی که وضع تبلیغات را می‌دانیم. کارگردان «طلا خون» ادامه داد: پیش‌تر یک سال به نمایش فیلمی اختصاص داشت و



## گفت‌وگو با محمد امین همدانی تهیه‌کننده انیمیشن موفق ایرانی



علی رستگار گروه فرهنگ و هنر

**این سال‌ها و این روزها مکررا صحبت از ضعف و بی‌رونقی سینمای کودک و نوجوان می‌شود، اما شاید یکی از بهترین راه‌ها برای احیای این سینما توجه لازم به صنعت انیمیشن باشد که هم گونه محبوبی در میان مخاطبان است و هم با طیف تماشاگران کودک و نوجوان، می‌تواند آن ظلم و تبعیض همیشگی در اکران را از بین ببرد و به سهم خود چراغ سینمای کودک و نوجوان را روشن نگه دارد و این روحیه و انگیزه را حتی در میان فعالان این سینما برای رقابتی جدی و تنگاتنگ برای جذب مخاطب ایجاد کند.**

**موفقیت انیمیشن‌هایی چون شاهزاده روم و فیلیشاه، در این زمینه نویدبخش بودند اما متأسفانه چندان استمرار پیدا نکرد و آثاری در حد و اندازه آن تولید نشد، اما پسر دلفینی به عنوان اثری مستقل در بخش خصوصی، بار دیگر امیدها را در این خصوص زنده کرد و باعث شده بتوان به ادامه راه امیدوار بود. خبر درخشش پسر دلفینی در اکران روسیه با فروشی نزدیک به دو میلیون دلار، نباید فقط به عنوان رویدادی مسرت‌بخش و گذرا تلقی شود، بلکه باید دلایل موفقیت آن را بررسی و به دیگر انیمیشن‌های سینمایی کشور و حتی تولیدات سینمای کودک و نوجوان تسری داد و از آن بهره گرفت. محمد امین همدانی، تهیه‌کننده انیمیشن موفق «پسر دلفینی» در گفت‌وگو با جام جم از چند و چون این موفقیت می‌گوید.**

### اکران فیلم در روسیه از چه زمانی آغاز شد؟

فیلم از ۷ آوریل تا ۴ می در حدود ۲۷۰۰ سالن سینما در روسیه و کشورهای آسیانه‌میانه اکران شد. اکران پسر دلفینی تقریباً با تحريم فیلم‌های آمریکایی در روسیه و خروج آثار استودیوهایی چون دیرم ورکز از اکران همزمان شد. رقبای ما در اکران، چهار پنج انیمیشن روسی بود که در آن میان فیلم پسر دلفینی رتبه دوم جدول فروش را به دست آورد. چون آماده‌سازی فیلم برای پخش در روسیه به بهترین شکل صورت گرفت و ما هم سال‌هاست که در مسکو دفتر داریم و به عنوان یک شرکت روسی هم شناخته می‌شویم، پروانه نمایش روسی گرفتیم و به عنوان یک فیلم بومی در روسیه اکران شدیم. اما مشکل ما این بود که جنگ، تاثیر خود را بر روحیه مردم گذاشت و فروش سینماها با افت مواجه شد. این مساله ما را نگران کرد که آیا پیش‌بینی‌هایی که برای فروش فیلم داشتیم، محقق می‌شود یا نه. راستش پیش‌بینی ما از فروش، چهار برابر این رقم فعلی بود اما به خاطر جنگ و فیلتر اینستاگرام در روسیه، آن پیش‌بینی مورد نظر اتفاق نیفتاد. قرار بود بخشی از تبلیغات ما در اینستاگرام باشد که با شرایط پیش‌آمده منتهی شد. پسر دلفینی در چنین وضعیتی اکران شد، اما با توجه به ظرفیت‌های فیلم از فرصت دو هفته طلایی فیلم‌ها در اکران به خوبی استفاده کردیم و پسر دلفینی بعد از یک افتتاحیه با شکوه به بهترین شکل دیده شد.

### فیلم چقدر فروش کرد؟

یک میلیون و ۷۲۰ هزار دلار که باتوجه به قیمت دلار حدود ۶۰ میلیارد تومان می‌شود.

### یعنی حتی از بفروشی ترین فیلم سینمای ایران هم بیشتر است.

توضیحی بدهم که شاید برای مخاطبان جالب باشد. سازوکار سهم فروش فیلم‌ها در سینمای ایران و کلا سینمای جهان

این‌طور است که حدود ۳۰ درصد فروش به تهیه‌کننده می‌رسد، ۵۰ درصد سهم سینما داران است و درصدهایی هم سهم توزیع‌کننده و هزینه تبلیغات می‌شود. به جز فروش خوب در اکران سینما، ما مبلغ قابل توجهی هم از نمایش فیلم در تلویزیون و رسانه‌های آنلاین روسیه به دست آوردیم، اما چون آن یک قرارداد دوجانبه بوده و اعلام آن چندان قابل استناد نیست، ما اصلا در مورد آن عدد صحبت نکردیم، ولی در واقع سود اصلی ما در پلرفروش‌های روسیه اتفاق افتاد که ۹۰ درصد فروش فیلم به تهیه‌کننده می‌رسد.

### فیلم در کدام کشورهای دیگر اکران می‌شود؟

قرارداد اکران فیلم در برخی کشورها نوشته شده و در حال آماده‌سازی است؛ مثل کره جنوبی، اسپانیا، تایوان و مغولستان. قرارداد کشور ترکیه هم نوشته شده و قرار است اکران پسر دلفینی در آنجا تقریباً همزمان با اکران ایران باشد. به خاطر رقابت فرهنگی خیلی به اکران ترکیه امیدواریم. نکته بعدی هم توافقاتی است که داریم با کشورهای عربی برای اکران انجام می‌دهیم.

### ظاهرا پخش فیلم در ایران را فیلمبران و علی سرتیپی به عهده گرفته است. فیلم چه تاریخی در ایران اکران می‌شود؟

اوایل شهریور. به جز انرژی خوبی که برای اکران فیلم در ایران وجود دارد، می‌خواهیم از دیگر ظرفیت‌های فیلم هم به خوبی استفاده کنیم؛ یعنی به جز ساخت سریال پسر دلفینی، نوشت افزار و اسباب‌بازی‌های این کار را هم تولید خواهیم کرد.

### دلایل موفقیت پسر دلفینی را چه می‌دانید؛ قصه یا تکنیک؟

تمرکزمان را بیشتر روی روایت و داستان خوب گذاشتیم و خیلی دنبال جلوه‌های ویژه بصری عجیب نبودیم. فکر می‌کنم آن چیزی که برای مخاطبان جهانی جذابیت دارد، روایت شیرین و روان کار باشد. ضمن این‌که ما کارهای خوب در زمینه انیمیشن داشتیم،

اما هیچ کدام توزیع خوبی نداشتند. به نظرم خلاء اصلی در زمینه توزیع باشد. ما با ایجاد دفاتر و شبکه‌سازی در کشورهای مختلف به سهم خود سعی می‌کنیم مشکل توزیع را برطرف و شرایط خوبی برای اکران آثار انیمیشن فراهم کنیم.

### پسر دلفینی انگار ترکیبی از بهره‌گیری از فرمول‌های آشنای انیمیشن‌های برجسته جهانی و مولفه‌های بومی و استفاده از کهن الگوهاست. درست است؟

بله، همین‌طور است. بارها دیده‌ایم که با تم‌های تازنان انیمیشن‌های خوب و موثقی تولید شده است. پسر دلفینی با توجه به همین ویژگی‌ها و تم در جست‌وجوی مادر، قصه‌اش را روایت می‌کند و جهان داستانی محبوب و آشنایی دارد که با جلوه‌های بصری منطقی‌ای ارائه شده است.

### یکی از جلوه‌های حمایت از انیمیشن خوب ایرانی باید از جانب شبکه نمایش خانگی باشد. اما پلنفرم‌ها بهترین و با کیفیت‌ترین انیمیشن‌های جهانی را بدون کپی رایت پخش می‌کنند و به نوعی باعث ایجاد رقابتی نابرابر با نمونه‌های ایرانی می‌شوند.

دقیقا همین است. یکی از دلایلی که تولید و توزیع انحصاری انیمیشن سینمایی در بازار ایران، توجه اقتصادی ندارد این است که وضعیت باثباتی برای سینمای کودک وجود ندارد. دوم این‌که وی‌اودی‌ها در ایران، کپی‌رایت ندارند و کارهایی که در کنار انیمیشن‌های ما قرار می‌گیرد، آثاری چند ده میلیون دلاری هستند که بدون حق پخش دانلود شده‌اند و این طبیعتا یک بازی از پیش باخته است. به جز اینها، انیمیشن‌های ما برای رقابت با فیلم‌های ایرانی هم کار دشواری دارند. در پلنفرم‌ها شما دسته بندی فیلم ایرانی دارید و آثاری می‌بینید که بازبرگان معروف دارند و قصه‌هایشان در فضای بومی و جذابی برای مخاطبان تعریف می‌شود، اما انیمیشن‌ها ذاتا ارتباطی به اقلیم ندارد و یک گونه رسانه‌ای بدون مرز است. در نتیجه مفهومی ندارد که بخواهند انیمیشن ایرانی را در دسته‌بندی جذابی ارائه کنند.

بنابراین برای وی‌اودی هم توجهی ندارد که برای این‌آثار پول بپردازد. در نتیجه مفهومی ندارد که بخواهند انیمیشن ایرانی را در دسته‌بندی جذابی ارائه کنند. بنابراین برای وی‌اودی هم توجهی ندارد که برای این‌آثار پول بپردازد. در نتیجه مفهومی ندارد که بخواهند انیمیشن ایرانی را در دسته‌بندی جذابی ارائه کنند.



با اسکن این کد QR می‌توانید تیزر این انیمیشن را ببینید

### موسیقی فیلم

### یادداشت

## برابری فیل و فنجان



محمد خیراندیش نویسنده و کارگردان

به نظرم اگر انیمیشن‌های سینمای ایران تولید خوب و استانداردی داشته باشند، مطمئنا در اکران و فروش هم موفق خواهند بود. اگر به همین تجربه‌های چند سال اخیر در این زمینه همچون فیلیشاه و شاهزاده روم هم نگاه کنیم، جزو پنج فیلم پرفروش سال در زمان اکران بودند. مساله مهم این‌که پروسه ساخت انیمیشن در دنیا طولانی است و چند سال زمان می‌برد اما به قدری این سودآوری خوب است و می‌تواند دستاورد خوبی در عرصه بین‌المللی داشته باشد که ارزش این میزان تلاش و زحمت و وقت را دارد. اما اگر ما در سینمای ایران بخواهیم شکاف بین نسل‌ها را از بین ببریم و مسائل و مباحث فرهنگی خودمان را به درستی تبیین کنیم و محتوا و مفاهیم موردنظر را به مخاطبان کودک و نوجوان انتقال دهیم، نیاز به عزم جدی و حمایت متولیان و مدیران فرهنگی و سینمایی داریم. حتی اگر انیمیشن‌های ما این میزان از سودآوری‌های نمونه‌های جهانی را هم نداشت، این وظیفه حکومت و دولت بود که برای ثبات و ارتقای فرهنگی از تولید انیمیشن‌های باکیفیت و جذاب حمایت کند.

اگر به کودکان صرفا از نظر رتتیک بها داده شده و به مباحث گفتار و رفتار و ادبیات آنها اهمیت داده نشود، کشور و جامعه فاصله زیادی با نقطه

مطلوب و موردنظر خواهد داشت. برای قدرت و حال خوب کشور، نیازمند تقویت سه پایه سیاست،

اقتصاد و فرهنگ هستیم. وقتی فرهنگمان با قبیچی قطع شود، چطور می‌توانیم در آن دو زمینه دیگر موفق

عمل کنیم. بنابراین وقتی حتی اقتصاد حوزه انیمیشن می‌تواند موفق عمل کند نمونه‌های خوب سال‌های گذشته هم این مساله را نشان داده و اکران پسر دلفینی هم این ویژگی را تایید خواهد کرد، حمایت از این عرصه نباید نیازمند اما و اگر باشد و سینما داران هم می‌توانند با خیال راحت به آن اعتماد کنند. اما برای این‌که اتفاقات خوبی در زمینه صنعت انیمیشن بیفتد، نیاز به زیرساخت و بستر و امکانات داریم. لزوما هم منظور حمایت دولتی نیست، بحث این است که دانشگاه‌های ما هم باید در این زمینه درست عمل و نیروی کار تربیت کنند. اگر شرایط و تسهیلات برای شرکت‌های فرهنگی و هنری و دانش‌بنیان درنظر گرفته می‌شود، باید چندین برابر آن را برای شرکت‌های تولید انیمیشن درنظر بگیرند، به دلیل اهمیتی که از نظر گسست فرهنگی وجود دارد، یعنی کودکان ما باید بتوانند با نسل‌های گذشته خود صحبت کنند که یکی از راه‌های درست و ارزشمند آن بحث مدیا و انیمیشن به عنوان خوراک فرهنگی است.

در این خصوص باید بحث تأمین بودجه را جدی‌تر از قبل درنظر گرفت؛ کمپانی‌های جهانی تولید انیمیشن با زیرساخت‌ها و امکانات مناسب و نیروی کار ارزان جهان سومی و بودجه ۲۰۰ میلیون دلاری انیمیشن تولید می‌کنند، اما اینجا هزینه تولید انیمیشن ما رقمی حدودا ۲۰۰ هزار دلار است که اصلا قابل مقایسه باهم نیست. با وجود این تفاوت بودجه‌ای، ما اینجا و به ویژه در همین فیلم پسر دلفینی ضمن حفظ کیفیت و استاندارد، انرژی‌مان را روی داستان گذاشته‌ایم و نیروهای خوبمان بیشترین بهره‌وری خود را در این زمینه داشتند. فکر می‌کنم با دیده‌شدن این انیمیشن و آثاری از این دست، برابری فیل و فنجان را خواهیم دید و نشان می‌دهیم که مورچه هم می‌تواند تاثیرگذار باشد. البته این قیاس از منظر بودجه است، وگرنه از نظر زحمت و ارزش هنری کار نیروهای انیمیشن، ما کاری کارستان کرده‌ایم.



## آهنگساز «جیمز باند» درگذشت

**مانتی نورمن، آهنگساز بریتانیایی که بیشتر برای ساخت موسیقی معروف فیلم «جیمز باند» شناخته می‌شود در ۹۴ سالگی درگذشت. به عنوان بخشی از موسیقی اولین فیلم باند «دکتر No» ساخته شد که در سال ۱۹۶۲ اکران و شان کنزروی در نقش اصلی آن بازی کرد.**



برای شنیدن بخش‌هایی از موسیقی این فیلم رویه‌رو را اسکن کنید