

دیده شدن سینمای انیمیشن ایران در کشورهای اطراف از چند بعد اهمیت منحصربه فردی دارد؛ اول این‌که می‌تواند با هزینه کمتری از فیلم و سریال تولید شود و با فروش قابل توجه در کشورهای عربی و اطراف، گردش مالی خوبی برای سینما به همراه داشته باشد. در درجه دوم، ایران با کشورهای خاورمیانه و منطقه‌ای خرده فرهنگ‌های مشابهی دارد که انیمیشن‌های ایرانی با وجود همین آشنایی و تشابه‌های می‌توانند از هر قشر

### «لوپتو» لبنان را فتح کرد

و طیف سنی مخاطب جذب کنند. در نهایت هم با نمایش تولیدات آثار ایرانی می‌توانیم فرهنگ اصیل ایرانی –اسلامی را به جهان نشان دهیم و آنها را با ایران و ایرانی آشنا کنیم. شاید بتوان «لوپتو» را مقدمه‌ای برای شروع اکران و دیده شدن انیمیشن‌های ایرانی در کشورهای منطقه‌ای و آسیایی بدانیم، زیرا با استانداردهای بین‌المللی از نظر فنی و تکنیک منطبق است. همچنین استقبال از این انیمیشن در لبنان

#### مشکلات گمرکی و جاماندن از اکران

وقتی یک تولیدکننده بخواهد اثر باکیفیت فرهنگی ایرانی را به بازار عرضه کند، همواره با چالش‌هایی روبه‌روست. در رابطه با انیمیشن پسر دلفینی که محصولات جانبی فرهنگی خود را قصد داشته همزمان با اکران بین مخاطبان توزیع و ارتباط خود را با مخاطب پس از اکران حفظ کند، ماجرا کمی متفاوت تر است. همدانی در رابطه چالش‌های تولید این عروسک‌ها در کشور دیگر می‌گوید: «معضل بزرگ ما واردات این عروسک‌ها در گمرک بود و ما به دلیل این‌که می‌خواستیم آنها را به شکل قانونی وارد کنیم، خیلی با مشکل روبه‌رو شدیم. شاید این عروسک‌ها باید در ابتدای اکران به بازار می‌رسید اما در حال حاضر حدود شش ماه از اکران گذشته و ما همچنان در گمرک درگیری‌هایی داریم و فقط بخشی از محصولات آزاد شده‌است. این محصول به صورت همزمان در بازار ترکیه، روسیه و آسیای میانه و در دیگر کشورهایی که این فیلم اکران شده، صادر شده که بتواند پیوست فرهنگی فیلم باشد. اما در داخل ما با مشکل ترخیص محصولات داخلی هستیم.»

#### عبور از سنگلاخ‌های یک تولید استاندارد

مشکلات تولید محصولات فرهنگی جانبی باکیفیت ایرانی فقط به همین یک مورد ختم نمی‌شود، بلکه عوامل مختلفی در این فرآیند موجب می‌شود که مسیر ناهموار شود. ناآرامی‌های سال گذشته، آسیب‌های بسیاری به اقتصاد فرهنگ وارد کرد که همدانی هم با تأیید این موضوع اضافه می‌کند: «به ادعای شرکت پخش‌مان: اتفاقات و اغتشاشات اخیر کشور موجب کاهش فروش محصولات جانبی ما شد و با این‌که پرفروش‌ترین فیلم کودک سال گذشته هستیم، می‌توانستیم دوبار بار فروش را که تاکنون داشته‌ایم تجربه کنیم. البته مسائل دیگری مانند کم‌توجهی به ژانر کودک و شیوع بیماری کرونا و ترس از انتقال بیماری در مدرسی‌که دوستدار دیدن فیلم بودند هم مزید بر علت و باعث شد مشکلاتی بر سر راه اکران این فیلم جدا از توزیع محصولات جانبی آن در بازار اتفاق بیفتد. همدانی برای این‌که این اتفاقات در کارهای بعدی نیفتد، تلاش کرده این رویکرد را دنبال کند که بعد از اکران در ایران و اکران بین‌المللی، محصولات جانبی با فاصله کمتری وارد بازار شود. او اضافه می‌کند: «به دلیل این‌که صادرکننده نمونه سال گذشته شدیم، امیدواریم بتوانیم این روند را ادامه دهیم و این باعث شود فرآیند تولید انیمیشن که دو تا سه سال طول می‌کشد را هر ساله کنیم و برای محصولات جانبی و صنایع فرهنگی در کنار این انیمیشن‌ها با برنامه‌ریزی بهتر عمل کنیم.»

#### بازار صنایع فرهنگی در گرو حفظ ارتباط با مخاطب

تولید انیمیشن‌هایی نظیر پسر دلفینی با این وسعت تولید، با توجه به پخش بین‌المللی آن به نظر هزینه‌بر می‌رسد، بنابراین حفظ ارتباط دائم و مؤثر با مخاطب

در همین مدت کم نشان می‌دهد که عرب زبان‌ها با محتوا و فرم آن همذات‌پنداری کرده‌اند. انیمیشن سینمایی لوپتو در پنج روز اول اکران به کارگردانی عباس عسکری و تهیه‌کنندگی محمدحسین صادقی در لبنان، ۱۸ هزار تماشاگر، ۵۰ سالن و ۲۰۰ ستانسن نمایش داشته است. لوپتو به‌تازگی به زبان عربی دوبله شده و در شهرهای مختلف لبنان از جمله بیروت، نینابه، صیدا، صور و... اکران شده است.



برای تولید محصولات فرهنگی جانبی شاید یکی از مهم‌ترین چالش‌های تولید انیمیشن در ایران را که بودجه است مرتفع سازد، بنابراین در بسیاری از مواقع شخصیت‌های انیمیشن با محوریت موضوعات مختلف در برنامه‌ها حاضر می‌شوند تا مخاطبی که با شخصیت‌ها ارتباط برقرار کرده، بتواند زندگی با آن را تجربه کند و لذت ببرد. تهیه‌کننده پسر دلفینی درباره مشکلاتی که در راستای حفظ ارتباط با مخاطبان و تولید محصولات فرهنگی جانبی پیش رو داشته‌است، گفت: «با این‌که این یک پروژه ملی و کودک بود، وقفه هفت‌ماهه در گمرک به حفظ انسجام ارتباطی ما با مخاطب آسیب زد و این تنها حمایتی بود که برای عرضه محصولات جانبی فرهنگی‌مان نیاز داشتیم اما اتفاق نیفتاد. یک سریال ۲۶ قسمتی از پسر دلفینی در حال تولید داریم که تابستان امسال عرضه خواهد شد و این هم کمک می‌کند تا کسانی که فیلم را دیده‌اند، مجدداً بتوانند با فیلم ارتباط برقرار کنند. در اواخر تابستان هم دوباره نوشت‌افزار پسر دلفینی را با سال تحصیلی جدید وارد بازار خواهیم کرد.»

#### فقدان قانون مالکیت محتوا

بازار تولید محصولات لازم‌فرهنگی جانبی انیمیشن به‌دلیل فقدان قانون کی‌رایت نیروستیم و امکان چاپ سریع این آثار وجود دارد، در بازار قاچاق بسیار پرسود است و همین موضوع باعث می‌شود تا محصولات داخلی رقیبی جدی برای تولید و توزیع داشته باشند. همدانی در این رابطه گفت: «تمام تلاش‌مان این بود که نوشت‌افزار هم مثل عروسک‌ها باکیفیت باشد، اما به دلیل نبود سازوکارهای مربوط به کی‌رایت در کشورمان، مبارزه‌هایی به صورت ناچوانمردانه با محصولات خارجی مانند انیمیشن «فروزن» که تنها با یک دانلود عرضه و چاپ می‌شوند، داریم، بنابراین ما به طور معمول مشکل کی‌رایت را داریم و به همین دلیل تولید محصول ایرانی به دلیل فقدان قانون کی‌رایت چندان به صرفه نیست.»

#### توجه انیمیشن لوپتو به تولیدکنندگان داخلی

انیمیشن لوپتو که محوریت موضوعی‌اش هم بر حمایت از تولید داخلی است در زمینه محصولات جانبی با استراتژی حمایتی از تولید در کشور و با برنامه وارد این حوزه شده‌است. محمدحسین صادقی، تهیه‌کننده لوپتو درباره تولید

محصولات فرهنگی جانبی از این انیمیشن عنوان کرد: «عمده محصولاتی که ما تولید کردیم در حوزه نوشت‌افزار و دفتر بوده که همه آنها ایرانی بوده‌است. حتی بازی‌های رومیزی چوبی را که برای بچه‌ها تولید کردیم، ایرانی هستند و کوشیدیم قبل از شروع سال تحصیلی بخش مربوط به نوشت‌افزار وارد بازار شود. در مورد پوشاک هم با تولیدکنندگان داخلی صحبت کردیم که هنوز زمان آن

محمد حسین صادقی:

## کتاب‌هایی با محوریت انیمیشن لوپتو

تولید آرت بوک یکی دیگر از محصولات جانبی محبوب در جهان است. آرت بوک‌ها گاهی حتی پیش از تولید محصولات اصلی وارد بازار می‌شوند تا جنبه تبلیغی برای محصول اصلی ایجاد کنند. در ایران هم آرت‌بوک‌ها مورد اقبال خوبی قرار گرفته‌اند. برای مثال در دهه‌های گذشته آرت بوک‌های فیلم «جنگ ستارگان» حتی قبل از توزیع این فیلم در ایران هم در دسترس بود تا تضمینی بر مخاطب این فیلم باشد. صادقی درباره تولید آرت بوک و کتاب‌های مرتبط با انیمیشن لوپتو نیز گفت: «آرت بوک یک محصول جانبی با مخاطب تخصصی است و ما هم برای لوپتو آرت بوک داریم. اما در آینده نزدیک قصد داریم این محصول را به صورت فایل دیجیتال در اختیار علاقه‌مندان انیمیشن قرار دهیم، چون کسانی که از این آرت بوک‌ها استفاده می‌کنند، فعالان و دانشجویان انیمیشن هستند. همچنین در حوزه کتاب‌های کودک و نوجوان با موضوع انیمیشن لوپتو با انتشارات «مهرک» کار کردیم که به زودی وارد بازار می‌شود تا بتوانیم ارتباطمان را با مخاطبان حفظ کنیم.»

پخش شده‌است. تولید نماهنگ در زمان اکران در ایام ماه مبارک رمضان و جام جهانی از جمله کارهای دیگری بوده که برای افزایش ارتباط با مخاطب در بازه زمانی طولانی انجام داده‌ایم.»

او راهکارهای دیگری برای این حفظ ارتباط با مخاطب پیشنهاد می‌دهد و اضافه می‌کند: «این موضوع دو جنبه شخصیتی و محتوایی دارد. بحث اول مربوط به جذابیت شخصیت‌ها می‌شود؛ یعنی ویژگی‌هایی را که یک شخصیت دارد و ممکن است برای کودکان محبوب باشند، تقویت کنیم. به عنوان مثال، علاقه و اشتیاق بچه‌ها نسبت به شخصیت‌هایی که وجه طنز بیشتری دارند، بیشتر است و می‌توانیم بیشتر روی این ابعاد تکیه کنیم. دومین موضوع مربوط به محتوا می‌شود؛ به عنوان مثال، محتوای انیمیشن لوپتو امیدآفرینی، کارآفرینی و تلاش برای رسیدن به هدف است و دنبال این هستیم که بر اساس این مباحث سیاست حفظ ارتباط با مخاطب را ادامه دهیم.»

#### سازوکارهای تولید صنایع فرهنگی استاندارد

با توجه به آنچه گفته شد، سبک زندگی آینده به ویژه کودکان و نوجوانان ایرانی را محصولات جانبی انیمیشن‌هایی می‌سازد که در دنیا در حال تولید است. همه بچه‌هایی که با محصولات انیمیشن ارتباط دارند، رویاپردازی و فانتزی‌های خود را در قالب شخصیت‌های انیمیشنی شکل می‌دهند و این شخصیت‌ها به این شکل وارد زندگی ما می‌شوند. اگر جشن تولدی برای بچه‌ها می‌گیریم، بیشترین ارتباط ما با آثار انیمیشن خارجی است و این در بلندمدت سبک زندگی و جهان‌بینی بچه‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بنابراین، بهتر است با تولید محصولات استراتژیک ایرانی و طراحی محصولات جانبی که از آنها ساخته می‌شود، در پی بسط و گسترش فرهنگ باشیم و محصولای تولید کنیم که همسوز سازگار با فرهنگ غنی ایرانی باشد. در بخش اقتصادی نیز سالانه میلیون‌ها دلار در زمینه پوشاک، نوشت‌افزار، عروسک و اسباب‌بازی هزینه می‌شود که عمده این محصولات خارجی هستند و باید حداکثر تلاش‌مان را بکنیم تا از محصولات ایرانی که در این زمینه تولید می‌شود، استفاده کنیم. از سویی دیگر، نیاز داریم که تهیه‌کنندگان این آثار هنری مانند پسر دلفینی و لوپتو داعیه‌ای نسبت به تولید این محصولات داشته و ضوابطی را برای تولید آن وضع کنند تا این بازار به ساماندهی درست و منسجمی برسد.



می‌توانیم بازار پررونق و پرسودی را برای محصول فرهنگی خود در آینده متصور شویم. براساس نظر کارشناسان به دلیل نداشتن سازوکارهای لازم، اگر بازار این ژانر فقط داخلی باشد، خیلی آسیب‌پذیر است. محمد امین همدانی، تهیه‌کننده فیلم پسر دلفینی می‌گوید: «هدف ما در زمان تولید محصولات پسر دلفینی این بود که وقتی مخاطب بین‌المللی و ایرانی فیلم را می‌بیند به ایرانی بودن این اثر افتخار کنند، بنابراین سعی می‌کنیم محصولات جانبی فرهنگی این انیمیشن را نظیر عروسک و نوشت‌افزار همزمان با اکران آن با بالاترین

کیفیت تولید کنیم. به دلیل این‌که مخاطبان بسیاری پسر دلفینی را در سینما دیدند و آن را در دنیای مجازی دنبال می‌کنند و خیلی‌ها در مورد فرآیند تولید می‌پرسند، کتاب هنری آن را به شکل نفیسی تولید کردیم که هر مخاطبی آن را تهیه و لمس کرده، از کیفیت بالای آن صحبت می‌کند و همین باعث شده همان جمله‌ای را درباره کیفیت عروسک‌ها بشنویم که درباره کیفیت انیمیشن می‌شنویم. به نظرم امکان ندارد کسی این عروسک‌ها را ببیند و لمس کند و از کیفیت بالای آن چیزی نگوید.»

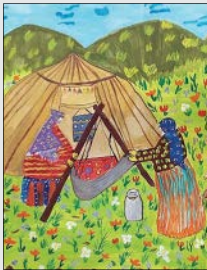


#### رویداد

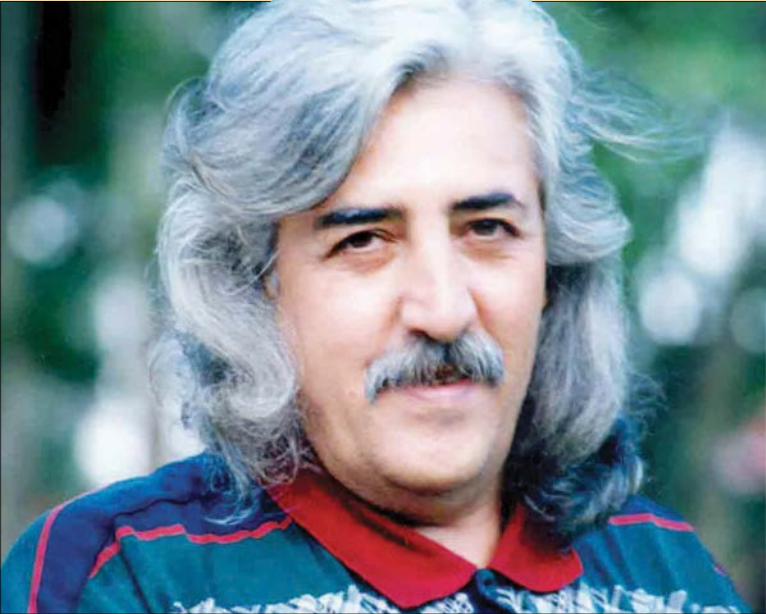
### درخشش کودکان آذری در پرتغال

یک دیپلم افتخار و ۴ گواهی شرکت مسابقه بین‌المللی نقاشی فونشال کشور پرتغال به کودکان استان آذربایجان غربی رسید. مسابقه بین‌المللی نقاشی فونشال کشور پرتغال، سال ۲۰۲۲ با

موضوع «گنجینه‌های میهن من» برگزار شد. کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان کشور با ارسال ۹۸ اثر در این رویداد هنری شرکت کرد که از آن میان، پنج عضو مراکز فرهنگی – هنری کانون موفق به دریافت دیپلم افتخار و ۱۱ عضو دیگر کانون گواهی شرکت این مسابقه هنری را از آن خود کردند. یک دیپلم افتخار و چهار گواهی شرکت در این مسابقه را کودکان و نوجوانان عضو مراکز کانون دیپلم افتخار این مسابقه را به دست آورد و همچنین نساء ابوبکری ۱۰ ساله از مرکز شماره ۱۶ کانون مهاباد، آیسورشدی ۱۱ ساله از مجتمع شهید فرخی ارومیه، باران عبدا... زاده ۸ ساله و هستی محمدی ۱۱ ساله از مرکز کانون ماکو گواهی شرکت مسابقه بین‌المللی نقاشی فونشال کشور پرتغال را به دست آوردند.



#### قاب



### یادبودی برای حنجره زخمی تغزل

امروز ۱۶ اردیبهشت سالروز درگذشت شاعر فقید ایرانی و برگزیده اولین دوره جشنواره بین‌المللی شعر فجر در بخش شعر کلاسیک، حسین منزوی است. او که بیشتر به‌عنوان شاعری غزل‌سرا شناخته شده‌است، در سرودن شعر نیمایی، شعر سپید و ترانه هم تبحر داشت. نقش منزوی در زنده کردن غزل معاصر، چشمگیر ارزیابی شده‌است و حتی بعضی از منتقدان کار او را انقلابی در غزل امروز می‌دانند و آن را با کاری که نیما در تحول شعر فارسی کرد، مقایسه کرده‌اند. بسیاری از غزل‌های او توسط خوانندگان مشهوری نظیر: علیرضا افتخاری، همایون شجریان، محمد نوری و... خوانده شده‌است.

#### معماری

### عمارت قاجاری به روی مردم باز می‌شود

سفارت ایتالیا در تهران اعلام کرد در تاریخ دوم ژوئن سال جاری برابر با ۱۲ خردادماه ۱۴۰۲ به مناسبت روز جمهوری ایتالیا، برای اولین بار در تاریخ، درهای باغ ایرانی ـ تاریخی این سفارتخانه را که مجموعه اقامتگاه سفیر ایتالیا نیز در آن واقع شده است برای بازدید عموم باز می‌کند. تماشای باغ و بناهای قاجاری سفارت ایتالیا در تهران، محدود به یک روز و رایگان بوده که بدون رزرو قبلی امکان‌پذیر نیست. سفارت ایتالیا برای بازدید از باغ فرمانیه مقررات و شرایط محدودی را تعیین کرده که بر آن اساس، متقاضیان نخست باید از قبل نوبت را رزرو و بلیت تهیه کرده باشند. وقت بازدید در روز جمعه ۱۲ خرداد (دوم ژوئن) برای هر شخص از قبل تعیین شده و بازدیدکننده برای ورود به این باغ تاریخی باید به همراه بلیت، کارت شناسایی معتبر ارائه دهد. دسترسی به این فضا فقط در زمان تعیین شده و تنها برای افرادی که بلیت بازدید دارند، امکان‌پذیر است. باغ سفارت ایتالیا با باغ فرمانیه در حال حاضر اقامتگاه ییلاقی سفیر ایتالیاست که در دوره قاجار بنا شده و در تاریخ دوم اسفند ۱۳۷۶ با شماره ثبت ۱۹۶۵ در فهرست آثار ملی ایران به ثبت رسیده است.

