خبر

۴۵ هزار کتاب خارجی در نمایشگاه تهران

مدیر کمیته ناشران خارجی سی‌وچهارمین نمایشگاه کتاب تهران گفت: پیش‌بینی می‌کنیم ۴۵ هزار عنوان کتاب خارجی چاپ شده در فاصله سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۳ در این دوره نمایشگاه عرضه شود. اسماعیل جانعلی‌پور، مدیر کمیته ناشران خارجی سی‌وچهارمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران گفت: پیش‌بینی می‌کنیم ۴۵ هزار عنوان کتاب خارجی چاپ شده در فاصله سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۳ در بخش ناشران خارجی نمایشگاه کتاب تهران عرضه شود که این تعداد کتاب، رشد ۴۰ درصدی را نسبت به دوره قبل نمایشگاه کتاب تهران نشان می‌دهد. اسماعیل جانعلی‌پور درباره فعالیت‌های کمیته ناشران خارجی نمایشگاه کتاب، بیان کرد: فعالیت کمیته ناشران خارجی سی‌وچهارمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران بر سه محور اصلی استوار است؛ فعالیت‌های مرتبط با گمرک و ورود مرسوله‌های کتاب ناشران خارجی، ارزیابی و پالایش محتوای کتاب‌ها و مدیریت ناشران خارجی در دو بخش لاتین و عربی. وی ادامه داد: بخش ناشران خارجی شامل غرفه کشورهای مهمان، غرفه مهمان ویژه و غرفه‌های ناشران، امسال در رواق شرقی مصلی جانمایی خواهد شد. تاکنون حضور ۷۸ ناشر خارجی در ۵۸ غرفه قطعی است و تعداد کتاب‌های خارجی عرضه شده ۴۰ درصد افزایش داشته و در زمینه تعداد غرفه‌ها نیز ۲۰ درصد افزایش داشته‌ایم.

آیا تجربه «پسر دلفینی» و «لوپتو» جاده محصولات فرهنگی و جانبی پرسود را هموار می‌کند؟

انیمیشن‌های خط‌شکن

نسرین بختیاری
گروه فرهنگ‌وهنر

دو انیمیشن پرفروش اکران سال گذشته که هنوز به‌صورت محدود در سینماهای ایران در حال اکران است علاوه بر رونق‌بخشیدن به سینمای ایران در زمینه تولید محصولات فرهنگی جانبی نیز پیشتاز بوده‌اند و راهی را در برابر اقتصاد سینما قرار دادند که می‌تواند علاوه بر گیشه سینما به‌عنوان یک کارآفرینی مکمل، بخشی از مشکلات اقتصادی کشور را حل کند و حتی در زمینه اشاعه فرهنگ ایرانی با محصولات فرهنگی ایرانی به نسل جوان که همواره مورد تاکید رهبر معظم انقلاب است هم کمک کند. تولیدکنندگان «پسر دلفینی» و «لوپتو» این روزها محصولات جانبی از این دو اثر را در بازار ایران ارائه کرده‌اند که با استقبال مخاطبان روبه‌رو شده است. اگرچه تولید محصولات جانبی همچون عروسک و آرت‌بوک‌ها در خارج از کشور امری عادی است اما حالا پس از سال‌ها غفلت تولیدکنندگان این دو انیمیشن تلاش کرده‌اند که با محصولات منطبق با فرهنگ ایرانی و اثر تولید کارگر ایرانی در این راستا به اقتصاد فرهنگ و هنر کمک کنند.

جای خالی صنایع فرهنگی در توسعه اقتصاد هنر

صنایع فرهنگی یکی از استراتژی‌های اقتصادی هنر و زمینه‌ای برای رشد و توسعه محصولات هنری با بهره‌گیری از صنایع دیگر است. این استراتژی درپی آن است که با تولید محصولات مکمل در کنار تولیدات هنری در جهت هم‌افزایی محصولات هنری به توسعه اقتصادی هنر بپردازد. به زبان ساده‌تر وقتی محصول هنری تولید می‌شود، مانند یک فیلم یا انیمیشن در کنار تولید این محصول، به سبب حسن شهرت آن کالاهای دیگری مانند، عروسک، آرت‌بوک، بازی‌های رایانه‌ای، نوشت‌افزار و... تولید می‌شود تا از محبوبیت این محصولات در جهت توسعه درآمدزایی کمک گرفت.

این ظرفیت اقتصادی و اعتباری که در جهان از سابقه‌ای بس طولانی برخوردار است در ایران از کم‌توجهی مفرطی برخوردار است و همین مسأله باعث شده که نه‌تنها از این بستر در جهت رشد تولید در کشور و توسعه اقتصاد هنر استفاده شود، حتی زمینه سوءاستفاده را نیز برای سودجویان فراهم آورده‌است. از سوی دیگر با عدم رشد صنایع خلاق، حتی در زمینه قانونگذاری هم با مشکلات عدیده‌ای در این زمینه روبه‌رو هستیم که اگر بیانات رهبر معظم انقلاب در زمینه هماهنگی دستگاه‌ها برای رشد تولید در کشور را بارها تذکر داده شده چراغ راه قرار دهیم؛ می‌توانیم بسیاری از مشکلات اقتصادی در این مسیر را از سر راه برداریم.

پاتک به محصولات غیر فرهنگی

اگر درنظر بگیریم که در کشور یک فیلم انیمیشن تولید شود. صنایع خلاقی که می‌تواند در کنار آن رشد کند از گستردگی فراوانی برخوردار است. به‌طور مثال، ساخت عروسک از شخصیت‌های این انیمیشن می‌تواند در زمینه تولید و توزیع چنین محصولاتی اشتغال‌زایی و رشد تولید کمی و کیفی ایجاد کند و چرخ اقتصاد را به گردش درآورد، در کنار آن محصولی استراتژیک در کشور که از لحاظ فرهنگی مورد تایید است به دست مخاطب می‌رسد و از ورود بسیاری از محصولات خارجی که ارز از کشور خارج می‌کنند، گرفته می‌شود. حال اگر چنین استراتژی‌ای وجود نداشته‌باشد، این روند به شکل معکوس عمل می‌کند و نه‌تنها در زمینه اقتصاد پویا تاثیرگذار نیست، بلکه وارد سودجویی می‌شود. مثل یک کمپانی زیرزمینی به تولید عروسک‌های بی‌کیفیت از این محصول اقدام می‌کند که نه‌تنها مناسب کودکان نیست، بلکه مضرات فراوانی از لحاظ بهداشتی دارد. برای توزیع و فروش چنین کالایی که به صورت زیرزمینی تولید شده، معمولا تولیدکنندگان زیرزمینی سراغ تکدیگران رفته و به فروش محصولات‌شان در پشت چراغ‌های قرمز مراجعه می‌کنند و یک ساختار مافیایی شکل می‌گیرد که معایب آن از بعد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بسیار است.

رؤیاسازی ایرانی

براساس تعاریف جهانی، صنایع فرهنگی به صنایعی گفته می‌شود که خروجی‌های خلاق و هنری ملموس و ناملموس که ظرفیت تولید ثروت و ایجاد درآمد از راه استفاده از داشته‌های فرهنگی و کالاهای دانش‌بنیان سنتی و جدید را دارد. این صنایع و محصولات با درونمایه فرهنگی، مکمل اقتصاد فرهنگ و هنر محسوب می‌شود و می‌تواند به چرخه تولید محصولات جانبی فرهنگی از یک اثر کمک کند. وقتی یک فیلم سینمایی یا مجموعه تلویزیونی بین مردم محبوب می‌شود و طیف وسیعی از مردم با آن ارتباط برقرار می‌کنند، این ظرفیت را دارد که از شخصیت‌ها و تکیه‌کلام‌هایی که در بین مردم رواج پیدا می‌کند، صنایع و محصولات فرهنگی جانبی مثل عروسک، کیف، نوشت‌افزار، پازل و انواع بازی ساخته شود. این شکل ساخت صنایع فرهنگی معمولا در بین مجموعه‌ها و فیلم‌های عروسکی کودک و نوجوان و انیمیشن بیشتر رواج دارد. به عنوان مثال، در حال حاضر بازار از عروسک «پشه» و «بچه» سریال مهمونی، جاسوئیچی، پیکسل، لباس، نوشت‌افزار، کیف و لوازم جانبی فرهنگی دیگر از این مجموعه با تکیه‌کلام‌هایش پر شده‌است اما این بازار به‌رغم درآمدزایی فوق‌العاده، به دلیل نداشتن متولی خاص و این‌که صاحبان و تولیدکنندگان اصلی این آثار ادعایی نسبت به تولید منسجم این محصولات فرهنگی جانبی ندارند. پیش از آن‌که درباره این محصولات فرهنگی جانبی صحبت کنیم، بد نیست نقبی هم به گذشته بزنیم.

همدانی: سعی می‌کنیم محصولات جانبی فرهنگی این انیمیشن را نظیر عروسک و نوشت‌افزار همزمان با اکران آن با بالاترین کیفیت تولید کنیم

محصولات جانبی سینما

روزگاری در دهه ۶۰ «شهر موش‌ها» که قرار بود بچه‌ها را صرفا به مدرسه رفتن تشویق کند، اول به شکل مجموعه تلویزیونی عرضه و بعد به چنان محبوبیتی رسید که دو فیلم سینمایی از آن تهیه شد. این شرایط مشابه برای «کلاه‌قرمزی» که ابتدا مجموعه تلویزیونی بود و بعد هم به دلیل اشتیاق دوستدارانش سه نسخه سینمایی از آن تهیه و تکرار شد. شهر موش‌ها و کلاه‌قرمزی حدود سه دهه فرصت داشتند که ارتباط خود را با بچه‌های دیروز که حالا تبدیل به بزرگسالان امروز شده‌اند، محکم‌تر و قوی‌تر کنند. این روند کاری در دیگر فیلم‌های سینمایی یا مجموعه‌های تلویزیونی ادامه پیدا کرد. به هرحال، این مدت زمان طولانی ارتباط تماشاگر با مخاطبان پس‌زمینه‌ای مثبت را در ذهن نسل دهه ۶۰ به‌جا می‌گذاشت و به تولیدکنندگان آثار فرهنگی جانبی این فرصت را می‌داد تا در قالب نوشت‌افزار، عروسک، کیف مدرسه و هرآنچه جای کار دارد، محصولاتی را تولید و روانه بازار کنند. اما اصولا این آثار به تولید محصولات جانبی منجر نشده‌اند مگر در حد محصولات غیرمجاز. در مقیاس جهانی ساخت محصولات فرهنگی جانبی از انیمیشن و فیلم‌های سینمایی سابقه طولانی‌تری دارد. در زمان‌های گذشته بیشتر فیلم‌هایی که حالا برای مخاطبان جذاب شده، نظیر «بتمن»، «مرد عنکبوتی» و «ماجراهای تن‌تن و میلو» از محصولات فرهنگی جانبی مانند مجموعه کتاب‌های کمیک استریپ جان گرفتند. «داستان اسباب بازی» که از سال ۱۹۹۵ تا ۲۰۲۳ پنج قسمت آن روانه بازار شده نیز از جمله انیمیشن‌هایی است که همچنان در این سال‌ها رکورد تولید و خاطره‌سازی خود را حفظ کرده و ما در هر اسباب بازی فروشی معمولا نمونه‌هایی از شخصیت‌های «باز» و «وودی» را با فیگورهای مختلف می‌بینیم و این تولیدات ادامه دارد.

افت و خیز صنایع فرهنگی در ایران

نکته این است تولید کارهایی که مکمل اقتصاد فرهنگ هستند، هیچ وقت پیوسته و مداوم نبوده و شرکت یا کمپانی خاصی برای تولید این محصولات جانبی فرهنگی پا پیش نگذاشته و اگر هم بوده، بسیار کم بوده‌است. از آنجا که تولید این محصولات و صنایع فرهنگی در ایران با برنامه‌ریزی خاصی همراه نبوده، ارتباط مخاطب نیز با آنها مقطعی و براساس فضایی است که در جامعه به وجود آورده و ادامه پیدا نکرده‌است. به همین دلیل، وقتی خود تولیدکنندگان این آثار فرهنگی ادعایی نسبت به تولید لوازم جانبی فرهنگی آن نداشته‌باشند، طبیعی است که بازار از محصولات تقلبی و بی‌کیفیت پر می‌شود. بنابراین، نیازمند سازوکاری سیستماتیک برای ساماندهی این روند هستیم که در گذشته با پخش مجموعه «شکرستان» فروشگاه این محصولات نیز راه‌اندازی شد و تا مدت هارونق خوبی داشت و دوباره کمرنگ شد. بر همین اساس، اخیرا انیمیشن «پسر دلفینی» پس از اکران و فروش چشمگیر در ایران به‌صورت بین‌المللی عرضه شد. همزمان با این فرآیند عروسک‌های این انیمیشن با کیفیتی بسیار خوب با حالت‌های مختلف شخصیت‌های فیلم به بازار آمد و همچنین آرت بوک (کتاب هنری) این انیمیشن که چگونگی روند تولید آن را از نقاشی تا تبدیل شدن به انیمیشن مرحله به مرحله نمایش می‌دهد به‌صورت بین‌المللی عرضه شد. پس از آن نیز در تکمیل این زنجیره انیمیشن «لوپتو» هم همزمان با اکران فیلم، تولید عروسک، لیوان، پازل، لباس و نوشت افزار را در برنامه‌های خودگنجانده‌است که به‌تدریج این چرخه را کامل می‌کند.

افتخار مخاطبان به انیمیشن ایرانی

ویژگی مهم انیمیشن این است که بدون مرز تولید می‌شود و محصولات فرهنگی جانبی آن نیز شامل این قاعده می‌شوند و توزیع آن ممکن است در هرجای دنیا اتفاق بیفتد. بنابراین با داشتن دیدگاهی جهانی

محمد امین همدانی:

تولید عروسک‌های ایرانی برای یک فیلم سینمایی

متأسفانه عروسک‌های تولیدی باکیفیت پسر دلفینی نیز مانند بسیاری از کارهای تولیدی دیگر در کشور چین تولید شده‌است، چراکه تولید این محصولات فرهنگی جانبی باتوجه به این‌که آن را در تیراژ بالا می‌خواهند و قالب آن در ایران وجود ندارد، هنوز برای تولیدکننده ایرانی صرفه اقتصادی ندارد و قیمت تمام شده آن حتی بیش از قیمتی است که در چین تولید می‌شود. این در حالی است که با توجه به این‌که اولین محصولات جانبی با «شهرموش‌ها۲» که ساخت چین بود در سال ۹۳ وارد بازار و با استقبال خوبی روبه‌رو شد، این ظرفیت وجود داشت تا در این زمینه سرمایه‌گذاری‌های هدفمندی برای تولید با کیفیت در ایران فراهم شود. همدانی، تهیه‌کننده انیمیشن پسر دلفینی با اشاره به این‌که درحال حاضر محصولات جانبی فرهنگی این فیلم وارد بازار شده و تمام تلاش ما این بوده که این عروسک‌ها را داخل ایران تولید کنیم، گفت: « با توجه به کیفیت بالای عروسک‌هایی که در بازار عرضه شده، هنوز توانایی قالب‌سازی با این کیفیت را در داخل نداریم و به دلیل این‌که تیراژهای تولید در ایران پایین بوده، متخصصان قالب‌سازی ایران تا این اندازه رشد نکرده‌اند. به عبارتی، طراحی محصول داخل ایران بوده اما تولید صنعتی با تیراژ بالا به کمک کشور چین بوده‌است.»

قاب

رونمایی از تابلوی فاخر «کاروان»

در آیینی از اثر فاخر استاد برجسته بهرام الیاسی با عنوان کاروان رونمایی شد. این تابلو ۲۲۰ در ۱۲۰ سانتی‌متری حدود ۴۰ کیلو وزن دارد و در آن از فنون و تکنیک مختلف هنر قلمزنی به‌وسیله سه ابزار بهره گرفته شده است. موضوع اثر کاروان برگرفته شده از ابیات سعدی در شعر «ای کاروان آهسته رو /کارآم جانم می‌رود» است و ساخت آن از مرحله ایده‌پردازی و طرح تا اجرا دو سال زمان صرف شده است. علاقه‌مندان برای بازدید از این اثر منحصر به فرد و دیگر آثار استاد الیاسی تا پنجم خرداد به حوزه هنری اصفهان مراجعه کنند.

تماشاخانه

نمایش موزیکال «رفیق خوب یه نعمته»

نمایش موزیکال «رفیق خوب یه نعمته» کاری از کانون ایران‌دخت پردیس تئاتر تهران از ۱۷ تا ۲۸ اردیبهشت در سالن استاد مشایخی پردیس تئاتر تهران روی صحنه می‌رود. این نمایش با درونمایه آموزشی به تفهیم خصوصیات یک دوست خوب به مخاطب می‌پردازد و برگرفته از کتاب «نمایشنامه‌خوانی آسان» نوشته حسن دولت‌آبادی است که مرضیه آقاسی آن را با فضایی شاد و موزیکال کارگردانی کرده است. کانون ایران‌دخت تولیدکننده این اثر از کانون‌های تخصصی پردیس تئاتر تهران است که در طول یک دوره چندماهه با حمایت این مجموعه و با استفاده از بازیگران ۵ تا ۱۲ ساله این نمایش را تولید کرده و به مرحله اجرا رسانده است.

هستی ایمانی، سارینا و یوسف بیبود، فاطمه و نرگس بی‌پروا، حدیث، حسین و حلما سلیمانی، اسرا سوپزی، حانا، حلما و هلیا طاهری نیز در این نمایش به ایفای نقش پرداخته‌اند. این نمایش ماجرای مورچه‌ای است که به فکر خوردن عسل است و به نصایح دوستش مورچه بالدار توجه نمی‌کند و در نهایت درگیر مشکلاتی می‌شود که با کمک مورچه بالدار از خطر رها می‌شود. /آنا

صحنه

«جادوگر شهر اُز» در کانون

«جادوگر شهر اُز» نمایش جدیدی است که بر اساس رمانی مشهور با همین نام در مرکز تولید تئاتر و تئاتر عروسکی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان روی صحنه می‌رود. این نمایش به طراحی و کارگردانی مهدی قلعه بر اساس نمایش‌نامه‌ای به قلم کالتر مارتینز و ترجمه حسین فدایی‌حسین اقتباسی از رمان مشهور نوشته «لایمن فرانک بام» نویسنده کتاب‌های کودکان و روزنامه‌نگار آمریکایی آماده اجرا شده است. داستان این نمایش درباره دختر بچه‌ای به اسم دورتی است که در سرزمین کانزاس زندگی می‌کند و باد و توفان شدید خانه و خودش را به «سرزمین اُز» فرود می‌آورد. دورتی که از این اتفاق خیلی ناراحت است با راهنمایی فرشته مهربان به سمت جادوگر شهر اُز رفته تا با کمک آن بتواند به شهر کانزاس برگردد و...

بر اساس این گزارش، مجتبی کاظمی، علی بیگ‌محمد، علی صفا، سحر صفرپور، نسیم خسروشاهی، مهدی مزدارانی، بهاره صاحبی و مهدی قلعه به‌عنوان بازیگر در این نمایش نقش‌آفرینی می‌کنند.