

فیلم نامه اقتباسی، پاشنه آشیل پویانمایی رضوی است

الهام ظریفیان	
گفت‌وگوی روز	
رضا سربخش، هنرمند فعال در عرصه تولید انیمیشن کشور، سال هاست به عنوان نویسنده، انیماتور و کارگردان در پروژه های مختلف سریالی، سینمایی و کوتاه حضور دارد. از جمله کارهای او می توان به انیمیشن های «قصه های جنگل بان»، «قصه های عامو چرچی»، و «مهارت های زندگی»، اشاره کرد. او همچنین هشت انیمیشن کوتاه تاکنون ساخته و در بیش از هفتاد جشنواره داخلی و خارجی درخشانده است. سربخش دیپلم و کارشناسی اش را در رشته «انیمیشن رایانه ای» گرفت و در مقطع کارشناسی ارشد، رشته «ادبیات نمایشی» را در دانشگاه تهران ادامه داد. او که اکنون دانشجوی سال آخر دکترای مطالعات رسانه رادیو و تلویزیون در دانشگاه صداوسیماست، به تازگی در دومین کنگره بین المللی فرهنگ و هنر در تمدن اسلامی که با محوریت «مکتب هنر رضوی» از سوی مؤسسه آفرینش های هنری آستان قدس رضوی برگزار شد، با مقاله ای با عنوان تحلیل روایی و نشانه ای انیمیشن های سینمایی ایرانی با محوریت «مکتب هنر رضوی» شرکت کرد. به همین بهانه گفت وگویی کوتاه با وی انجام دادیم و درباره ظرفیت های انیمیشن در ترویج مفاهیم رضوی از او پرسیدیم.	

● جناب آقای سربخش! درباره عنوان مقاله تان کمی توضیح می دهید؟ چه موردی را در این مقاله بررسی کردید؟ به عنوان کسی که سال ها کار عملی انیمیشن می کرده است، بعد از ورود به مقطع کارشناسی ارشد و دکتر، پژوهش برایم پرنگ شد و بر آن شدم که علت خیلی از مشکلات حوزه انیمیشن را واکاوی کنم. با توجه به اینکه کنگره درباره امام رضا^ع و تأثیرات آن در هنر روی مخاطب بود، من همه انیمیشن های سینمایی تولید شده در صنعت سینما و تلویزیون را بررسی کردم. در نهایت به سه انیمیشن با محتوای امام رضایی رسیدم؛ انیمیشنی تلویزیونی به نام «آقای مهربان» به کارگردانی علیرضا گلپایگانی و بهنام دلداده، انیمیشن سینمایی «در مسیر باران» ساخته حامد کاتبی و انیمیشن سینمایی «بچه زرنگ» ساخته بهنود نکویی، هادی محمدیان و محمدجواد جنتی. از این میان، «بچه زرنگ»

پرفروش ترین و پرمخاطب ترین انیمیشن تاریخ ایران است که تاکنون ۵۰میلیارد تومان فروخته است. من این سه انیمیشن را از سه دیدگاه مختلف شامل نظریه های اقتباسی، نشانه شناسی و روایت شناسی بررسی کردم. از این سه انیمیشن، «آقای مهربان» به شیوه اقتباس مستقیم از داستان ضامن آهوا امام رضا^ع ساخته شده است. «در مسیر باران» داستان یکی از اصحاب امام رضا^ع، به نام ریان بن صلت است و به شیوه اقتباس غیرمستقیم یا اقتباس وفادارانه ساخته شده است. «بچه زرنگ» نیز کاملا غیرمستقیم به داستان ضامن آهوشدن امام رضا^ع می پردازد. در نهایت هر کدام از این سه اثر با عناصر نشانه، نماد و تصویر تحلیل شدند.

● باتوجه به این نتایج، برای ساخت انیمیشن هایی با مفاهیم رضوی، چه توصیه ای دارید؟ اقتباس مستقیم و غیرمستقیم گزینه های مناسب تری در ساخت انیمیشن درباره مفاهیم مرتبط با امام رضا^ع تشخیص داده شده است. در کارهای دارای مفاهیم دینی، در طراحی عناصر تصویری و نمادهایی مانند آهوا از این جهت که روی مخاطب کودک و نوجوان تأثیرات متفاوتی می گذارد، باید خیلی دقت کنیم، مکتب هنر رضوی باید تلاش کند سیاست گذاری را جدی برای روند تولید انیمیشن داشته باشد و به سمت تولید کارهای فانتری که مخاطب بیشتر با



انیمیشن سینمایی «بچه زرنگ»



انیمیشن سینمایی «در مسیر باران»

آن ها ارتباط برقرار می کند، برود و با خلق موقعیت های طنز و کودکانه در بر برابر انیمیشن های تولید شده در غرب، به دستاوردهای خوبی برسد.

● منظوراتان از سیاست گذاری چیست؟ آیا باید سازوکار مشخصی برای ساخت انیمیشن در این حوزه تدوین شود؟ این سازوکارها چیست؟ آنچه در این سیاست گذاری باید به صورت ویژه بر آن تأکید کرد، پژوهش است. آستان قدس رضوی به عنوان یکی از نهادهای مهم فرهنگی، با انیمیشن «در مسیر باران» وارد حوزه انیمیشن سازی شده است و کار خوب و موثقی از نظر تکنیکی تولید کرد، اما این کار چنان که باید توسط مخاطبان دیده نشند. دلپش هم این است که فضای کار واقع گرایانه است و کودکان خیلی نمی توانند با آن ارتباط برقرار کنند، حتی در برخی سایت ها رده سنی مثبت چهارده برای آن در نظر گرفته شده است. انیمیشن جزو صنایع گران قیمت، بسیار پرتوجه و به روز دنیاست. بنابراین، لازم است پژوهش به جریان این صنعت پیوند بخورد تا بتوانیم از قدرت انیمیشن برای جذب مخاطب استفاده کنیم و پیام های مدنظرمان را به مخاطب منتقل کنیم. در کشورهایی مانند آمریکا شرکت های مختلف برای آیین های مانند کریسمس انیمیشن های زیادی با مضامین غیر مستقیم و مستقیم و حتی با تکیه بر نماد گوزن به عنوان یک شخصیت محبوب کودکان تولید می کنند. ما هم می توانیم این سیاست گذاری را دنبال و سندرانهمایی از دل پژوهش برای نویسندگان تهیه کنیم. گاهی فقط داشتن دانش فنی یا دینی کافی نیست و باید این دو را ترکیب با هم قرار بگیرند تا بیشترین تأثیر را بگذارند، چنان که برخی موارد ممکن است در جهت مکتب هنری رضوی نباشند و اشتباهی از سوی هنرمندان مطرح شوند. اگر سازوکاری مبتنی بر پژوهش وجود داشته باشد، خیلی راحت می توان جلوان این تأثیرات را گرفت. انیمیشن تأثیر زیادی بر کودکان می گذارد و باید با ظرافت بیشتری تک تک قدم ها را در آن پیش برد.

● می توانید مثالی از این برداشت های اشتباه بزنید؟ بله، مثلا در انیمیشن «در مسیر باران» تمرکز کمتری روی کودکان است، درحالی که اولین مخاطب انیمیشن، کودکان اند. این انیمیشن یک فضای کاملا



انیمیشن سینمایی «آقای مهربان»

بزرگ سالانه را به مخاطب نشان می دهد. حال آنکه بزرگ سال ممکن است به آن به عنوان یک کار تاریخی نگاه نکند. یا تصویر سازی شخصیت یا نماد آهو در برخی انیمیشن ها مانند «بچه زرنگ» با تصویری که در مکتب هنر رضوی بر آن تأکید می شود، متفاوت است. این موارد تهدیدهای ذهنی، بصری و روایی نشانه شناسی را در لایه های پنهانی ذهن مخاطب قرار می دهد. درحالی که از طریق پژوهش می توان با دقت بیشتری روی کارها تمرکز کرد و خروجی مناسب تری را رقم زد.

● در بررسی هایتان مهم ترین ضعف های این حوزه، یعنی ساخت انیمیشن با استفاده از مفاهیم رضوی را در چه دیدید؟ ابتدا بگویم که در حوزه صنعتی شدن انیمیشن گام برداشته ایم، یعنی از دهه ۹۰ به بعد با روند رشد انیمیشن های سینمایی و استقبال مخاطبان به جریان و جرگه انیمیشن صنعتی رسیده ایم. حتی از نظر تکنیکی قوی تر شده ایم. «بچه زرنگ» از نظر تکنیکی کمتر از کارهای استاندارد دنیا نیست و بسیار حرفه ای است. اما ما با پاشنه آشیلی به نام فیلم نامه اقتباسی روبه رو هستیم. اقتباس درد بزرگی است که سال هاست در فیلم نامه نویسی کمتر به آن توجه شده است. کسانی که می خواهند وارد این حوزه شوند، هم باید دانش دینی قوی داشته باشند و هم دانش فنی فیلم نامه نویسی. این کار سختی است و نیازمند تربیت نیرو است.

● در سیاست گذاری هایی که گفتید، چه کاری می توان برای پوشاندن این ضعف انجام داد؟ یکی از اولین کارها، شکل گیری پژوهش است که در مکتب هنر رضوی در این کنگره شکل گرفت. با تدوام این کنگره، قطعا پژوهشگران بیشتری به آسیب شناسی می پردازند. در واقع یکی از قدم های اولیه در درست کردن هر مسیری، پژوهش است. ما پژوهش می کنیم که ببینیم دیگران چه کار کرده اند و ما چه ضعف هایی داریم تا در ادامه بتوانیم راه و سیاست درست را پیش بینی کنیم. قدم بعد ورود به صنعت است. آستان قدس رضوی بعد از «در مسیر باران» کمی از این حوزه فاصله گرفته است، اما قدرت انیمیشن، قدرتی ستودنی است و هیچ وقت نمی شود انکارش کرد. در نتیجه باید به آن توجه کرد و وارد عمل شد. باید بوجه هایی را برای ساخت انیمیشن در نظر گرفت و با کسانی که در دیگر حوزه های انیمیشن کار می کنند، همکاری کرد تا پژوهش و تولید محصولات سمعی بصری به مسیر درست هدایت شود.

«بچه زرنگ» تنها فیلم غیر کمدی ۵۰میلیاردی تاریخ سینمای ایران شد



با بیش از یک میلیون و ۵۰۰ هزار مخاطب (که از ابتدای اکران تا امروز بوده است) پرمخاطب ترین انیمیشن های تاریخ سینمای ایران هستند که توانسته اند مخاطبان میلیونی را به سینماهای کشور جذب کنند. «بچه زرنگ» محصول مشترک گروه «هنر پویا» و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان است که به همت یک گروه ۲۵۰ نفره

● آیا می توان نقطه ضعف پروژه های سازمانی در این تولیدات را درست نشناختن مخاطب بیان کرد؟ برای درست شناختن مخاطب و تولید محصول براساس آن در تولیدات سازمانی چه باید کرد؟ یکی از اولین گام های مخاطب شناسی، با بررسی تولیدات قبلی شکل می گیرد. ما می توانیم تولیدات قبلی را از زبانی کنیم تا ببینیم واکنش مخاطبان به این کارها چه بوده است. کارهای مشابه دیگر نیز باید بررسی شوند و تأثیرشان را بسنجیم. مفاهیم دینی به صورت مستقیم و غیرمستقیم در تولیدات کنیم تا بدانیم نظر مخاطبان در کشور خودشان و دیگر کشورها چه بوده است.

● به نظراتان انیمیشن سازی با استفاده از مفاهیم رضوی فقط توسط نهادهای بزرگی مانند آستان قدس رضوی می تواند شکل بگیرد؟ فکر می کنید این مفاهیم آن قدر ظرفیت دارند که شرکت های خصوصی هم برای ورود به آن تشویق شوند و بدانند سرمایه شان برمی گردد؟ انیمیشن واقعا صنعتی گران قیمت است و به همین دلیل در ایران، بیشتر سازمان های دولتی وارد حوزه تولیدش شده اند. اگر حرفه ای کار شود، می توان به باگشت سرمایه آن امیدوار بود. درست است که ورود به حوزه انیمیشن هزینه و زمان زیادی می طلبد. اما اگر درست پایه گذاری شود، می تواند به یک سوددهی جدی و قابل توجه برسد. برای همین می توان به آن فکر کرد. شاید در ابتدای امر لازم باشد سازمان های دولتی وارد شوند تا بخش خصوصی نتایج مثبت آن را ببیند و تشویق شود.

● آیا به نظر شما این نوع انیمیشن هایی که با مفاهیم مذهبی ساخته می شوند، می تواند سوددهی اقتصادی داشته باشد؟ این اتفاق می تواند بیفتد، اما نکته مهم این است که جمع کردن همه این افراد سخت است. نهادهای دولتی را این زمینه بیشتر باید در جریان پیش تولید قرار بگیرند، مانند خیلی شرکت های بزرگ دنیا که فقط مرحله تولید یعنی نوشتن فیلم نامه و ایده بایی را پیش می برند و بعد تولید را به شرکتی دیگر می سپارند. از نظر تولید فنی شرکت های زیادی هستند که دارند خوب کار می کنند. سازمان های دولتی خیلی راحت می توانند در پیش تولید، کارهای موثقی را آماده داشته باشند و به شرکت های مختلف برای ساخت بدهند. این پیش تولیدها حتما باید بر مبنای پژوهش و نگارش باشد.

از هنرمندان جوان ایران ساخته شده است. در این اثر که مدیر دوبلاژ آن سعید شیخ زاده است، هنرمندانی مثل هومن حاجی عبدللهی (صداپیشه ببری یا همان ببر زاندران)، جواد پژشکیان، هدایت هاشمی، میرطاهر مظلومی، زرز پطروسی، مینا قیاسپور، مریم رادیور، تورج نصر، اردشیر منظم، مهسا عرفانی، ابراهیم شفیع، نازنین یاری، علیرضا دیباج، متانت اسماعیلی و پویا فهیمی به عنوان صداپیشه فعالیت می کنند. انیمیشن «بچه زرنگ» داستان پسر بچه ای به نام محسن است که عاشق ابرقهرمان های فیلم هاست و همیشه تلاش می کند با وسایل ابرقهرمانی اش به هرکس و هر چیزی کمک کند، اما در اتفاقی نادر، محسن با حیوانی روبه روی می شود که از گونه حیوانات منقرض شده ایران است. این حیوان، ببر ایرانی است. محسن تصمیم می گیرد به آن حیوان هم کمک کند و او را به زادگاهش با گرگواند، اما سفر به دل جنگل، نبرد با شکارچیان و رویاویی با حیوانات منقرض شده دیگر، شروع یک ماجرای پیچیده برای محسن است.

«دُن کامیلو» در صدر فروش نمایش های مشهد



نمایش «دُن کامیلو» نوشته کوروش نیرمائی و به کارگردانی امین صبری که این شب ها در پردیس تئاتر مستقل روی صحنه می رود، با استقبال چشمگیر مخاطبان مشهدی روبه رو شده است. این نمایش تاکنون در پانزده اجرای خود میزبان ۱۵۰۰ نفر از همشهریان بوده است. «دُن کامیلو» هر شب ساعت ۱۹:۳۰ در پردیس تئاتر مستقل (سان ارجمند) روی صحنه می رود.

«ساعت سرخ» روی صحنه تماشاخانه شمالی



تئاتر «ساعت سرخ» به کارگردانی احسان فورجانی از امروز سوم دی در تماشاخانه شمایل روی صحنه می رود. در این نمایش که براساس رمان «آنا کارنینا» نوشته شده است، لعیا ملکانی، پارسا میراباستانه، امیررضا معتمدی، منیژه زره دار،

امین بشاش، حمیده کارگر، مهدی احمدی، متین معدنی، محمد محمدزاده، سحر جعفری، غزل زهرایی، سبحان کردستانی و شایان شکفته به ایفای نقش می پردازند.

تصویربرداری «طوبی» ادامه دارد



سریال «طوبی» به کارگردانی سعید سلطانی این روزها در حال تصویربرداری است و بازیگران مختلفی هم جلو دوربین رفته اند. به تازگی هومن برق نورد نیز به جمع بازیگران این سریال اضافه شده است. این سریال با ماجرای پیاده روی اربعین می پردازد و سلطانی بخشی از این سریال را هم زمان با پیاده روی اربعین در کربلا تصویربرداری کرده است. فریبا نادری و داریوش ارجمند که بیش از این در سریال «ستایش» با سعید سلطانی همکاری کرده بودند، ازجمله بازیگران سریال هستند.

سهیلی زاده سریال موزیکال می سازد



پیش تولید «کارما» به عنوان سریال موزیکال در شبکه نمایش خانگی به کارگردانی حسین سهیلی زاده آغاز شد. به گزارش ایسنا، هم اکنون مقدمات ساخت این مجموعه آغاز شده است و در مرحله پیش تولید قرار دارد.

به گزارش ایسنا، حسین سهیلی زاده از آن دست کارگردان هایی است که مدتی است از تلویزیون به شبکه نمایش خانگی کوچ کرده و به تازگی هم سریال جدیدش با عنوان «عقرب عاشق» را ساخته است.

اعلام پرفروش ترین فیلم ها و سینماها در آذرماه



فروش سینمای ایران در آخرین ماه پاییز به بیش از ۱۳۶میلیارد و ۸۷۸میلیون تومان رسید. همچنین اصفهان پرفروش ترین سینماهای کشور را داشتند. به گزارش شهرآر، سینمای ایران در آذرماه روزهایی پرفروش ا پشت سر گذاشت.

فیلم های سینمایی «هتل» با فروش بیش از ۵۸میلیارد و ۷۰۵میلیون تومان، «ویلا ساحلی» با فروش بیش از ۱۷میلیارد و ۵۶۰میلیون تومان، «فسیل» با فروش بیش از ۱۲میلیارد و ۷۵۲میلیون تومان، «بچه زرنگ» با فروش ۱۱میلیارد و ۴۷۷میلیون تومان، «جوجه تیغی» با فروش بیش از ۷میلیارد و ۹۲۲میلیون تومان، «ورود و خروج ممنوع» با فروش بیش از ۶میلیارد و ۳۰۵میلیون تومان، «گیج گاه» با فروش بیش از ۳میلیارد و ۶۴۰میلیون تومان، «نازگیل ۲» با فروش بیش از ۳میلیارد و ۶۱۲میلیون تومان، «حدود ۸ صبح» با فروش بیش از ۳میلیارد و ۲۹۹میلیون تومان، «عامه پسند» با فروش بیش از ۲میلیارد و ۲۷۹میلیون تومان، «شهر هرت» با فروش بیش از ۲میلیارد و ۸۲۰میلیون تومان، «مسافری از گانورا» با فروش بیش از یک میلیارد و ۲۷۵میلیون تومان و «سلفی با رستم» با فروش بیش از یک میلیارد و ۷۹۰میلیون تومان، به ترتیب جایگاه اول تا سیزدهم جدول فروش آذرماه را به خود اختصاص دادند. همچنین، چهل و یکمین آولی که در این ماه بیشترین فروش را داشتند، اعلام شدند. نزدیک به ۷۰ درصد فروش کل سینماهای کشور را این چهل سینما داشتند. جمع کل فروش کل سینماها ۸۳میلیارد و ۱۲۶میلیون تومان اعلام شده است. پردیس سینمایی «هویزه» مشهد با فروش بیش از ۳میلیارد تومان در رتبه پنجم و پردیس سینمایی «اطلس» مشهد با فروش بیش از ۲میلیارد و ۷۴۴میلیون تومان در رتبه هشتم جدول سینماهای پرفروش کشور در آذرماه هستند.