

آمار صدور مجوزهای دفتر موسیقی معاونت هنری وزارت فرهنگ در شهریورماه ۱۴۳۱ منتشر شد. براساس اطلاعات مندرج در سامانه‌های صدور مجوز دفتر موسیقی، در شهریورماه ۱۴۳۱، ۲۰۴ کنسرت مجوز گرفتند و ۴۹۷ بار روی صحنه رفتند. همچنین دربخش آلبوم‌ها مجوز۱۵آلبوم صوتی و سه آلبوم تصویری در این ماه صادر شده است. در بخش تک‌آهنگ‌ها و شعر نیز ۳۱۷ تک‌آهنگ و

۴۹۷کنسرت

در شهریورماه امسال برگزار شد

انی در جنگ نرم فرهنگی

سازای در ایران جلوگیری کرده تاچنین فضایی در اختیاررقبای تمدنی قرار بگیرد



چون بازار بزرگی را در دست دارند و اگر ما بخواهیم بازارمان را توسعه دهیم، باید بازارهای بین‌المللی متعددی را فتح کنیم تا بتوانیم قالب‌سازی کنیم و برای آنها تولید انجام دهیم.»

همدانی در پاسخ به این‌که آیا بالاخره توان تولید اسباب‌بازی در داخل ایران را داریم یا خیر، عنوان کرد: «لازم نیست تمام تکنیک‌های تولید را خودمان انجام دهیم؛ به عنوان مثال، تزریق پلاستیک با کیفیت بالا نیاز به قالب‌های فولادی پیچیده‌ای دارد و می‌توانیم سمت تولید این شکل اسباب‌بازی‌ها نوریم و تمرکزمان تولید اسباب‌بازی‌های پولیشی باشد. البته اختلاف کیفیتی بین همین اسباب‌بازی‌های پولیشی خارجی و ایرانی وجود دارد. ایران در زمینه طراحی عروسک‌ها جایی برای پیشرفت دارد؛ یعنی در مرحله طراحی و نمونه‌سازی می‌توانیم کارمان را توسعه دهیم و بهتر شویم.»

مشکل پایدار ترخیص کالای فرهنگی در گمرک

وقتی یک تولیدکننده بخواهد اثر باکیفیت فرهنگی ایرانی‌به بازار عرضه کند، همواره با چالش‌هایی روبه‌روست. در رابطه با انیمیشن پسر دلفینی‌که قصد داشت همزمان با اکران محصولات جانبی خود را بین مخاطبان توزیع واین ارتباط را پس از اکران نیز حفظ کند، ماجرا کمی متفاوت است. همدانی در رابطه با مسائل کالای ایرانی گفت: «ما برای این‌که عروسک‌ها و

۹۲۸ شعر از وزارت ارشاد مجوز گرفتند و سه گروه نیز با حمایت دفتر موسیقی به خارج از کشور اعزام شدند. صدور مجوز ۹ ماهنگ، تأسیس و تمدید ۱۳ مرکز تولید و تکثیر آثار صوتی و تصویری از دیگر فعالیت‌های دفتر موسیقی در شهریورماه ۱۴۳۱ است. اما درخصوص تفکیک گونه موسیقی این خبر باید گفت که از میان ۳۱۷ تک‌آهنگ منتشرشده، تنوع گونه‌ها به‌این شرح است: یک قطعه موسیقی ارکسترال، محصولات جانبی فرهنگی پسر دلفینی را به بازار برسانیم، با مشکل گمرک مواجه شدیم و نتوانستیم آنها را سر موقع به بازار برسانیم، در نتیجه مجبور شدیم این کالا را نگه داریم و در اکران پسر دلفینی ۲ وارد بازار کنیم. بنابراین هنوز این محصولات وارد بازار نشده و همزمان با اکران پسر دلفینی ۲ آنها را وارد بازاری می‌کنیم تا بتوانیم آن راه‌پخش برسانیم. اینها مشابه عروسک‌های باکیفیت خارجی تولید شده و به همین دلیل خیلی دقت کردیم همزمان با پخش وارد بازار شوند.» همدانی ادامه داد: «به دلیل این‌که می‌خواستند این‌ها را به شکل قانونی وارد کنند، با این مشکل روبه‌رو شدیم. این محصولات به‌صورت همزمان به بازار ترکیه، روسیه و آسیای میانه و در دیگر کشورهایی که این فیلم اکران شده، صادر گردیده که بتواند پیوست فرهنگی فیلم باشد. اما مشکل ترخیص کالا در گمرک وضعیت را کمی پیچیده و یفرنج کرد، اما همان‌طور که گفتیم این مشکلات در پسر دلفینی ۲ رفع می‌شود.»

دورزدن تحریم با نام‌های خارجی

او با پاسخ به این پرسش که تحریم تا چه اندازه در کار تولید خلل وارد کرده، گفت: «تحریم از این جهت به ما آسیب می‌زند که اگر بخواهیم محصول مان را به عنوان ایرانی به بازار عرضه کنیم، نمی‌توانیم و مجبوریم در دفاترمان در دنیا کارمان را مربوط به کشور دیگری معرفی کنیم و مثلاً بگوییم تولید ترکیه یا امارات است. درواقع ما با خودباوری محصولات مان را تولید می‌کنیم، اما به دلیل تحریم نمی‌توانیم آن را به عنوان محصول ایرانی به بازار عرضه کنیم. اگر پسر دلفینی را به انگلیسی جست‌وجو کنید، می‌بینید که یکی از بزرگ‌ترین کمپانی‌های آمریکا یکی در حال پخش آن است. این کمپانی آرزوی بسیاری از ایرانی‌ها بوده و الان پسر دلفینی را پخش می‌کند و به‌طور قطع با یک کمپانی ایرانی تعامل نمی‌کرده است و سؤال اکثر مردم این بوده که آیا پسر دلفینی تولید ایران است؟ هیچ‌کس نمی‌تواند اسامی افراد را در تیتراژ حذف کند، اما از مسیر سیاسی و مرادوات مالی قطعاً روی ما تأثیرگذار است.»

۴۰۰ محصول فرهنگی جانبی «بچه‌زنگ» کجا هستند؟



حامد جعفری، تهیه‌کننده فیلم انیمیشن باکیفیت «بچه‌زنگ» که آوازه اکران آن تا آن سوی مرزها رفته، درباره فرآیند تولید محصولات فرهنگی جانبی از این انیمیشن به جام جم گفت: در گروه هنری‌ها، به‌موازات ساخت انیمیشن سینمایی بچه‌زنگ در بخش استودیو، طراحی محصولات جانبی آن هم توسط بخش توسعه محصول آغاز و ماکت اولیه حدود ۴۰۰ محصول در حوزه‌های متنوعی شامل نوشت‌افزار، اسباب‌بازی، پوشاک، خوراک و ... آماده شد. او ادامه داد: با توجه به تجربه کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در زمینه تولید محصولات مختلف برای کودکان و نوجوانان، ما این فرصت را داشتیم تا در یک همکاری تنگاتنگ با کانون و با تکیه به تجربیات گذشته، فرآیند تولید محصولات مرتبط با بچه‌زنگ را آغاز کنیم، به همین دلیل فهرستی از برندها و تولیدکنندگان با سابقه و حرفه‌ای در هر یک از حوزه‌ها از طریق اعلام فراخوان، مطالعه بازار یا شناخت ناشی از همکاری قبلی تهیه و مذاکره با آنها را آغاز کردیم.

این تهیه‌کننده انیمیشن با ابراز امیدواری افزود: خوشبختانه نتیجه این مذاکرات تا امروز در قالب تولید و عرضه بیش از ۴۰۰ گونه محصولی متفاوت با شخصیت‌های بچه‌زنگ و تحقق فروش نزدیک به ۱۵ میلیارد تومان این محصولات در بازار بوده است اما هنوز به وضعیت ایده‌آل نرسیده است.

چرا در صنعت پول‌ساز عروسک سرمایه‌گذاری نکردیم؟

جعفری درباره مشکلات تولید عروسک از انیمیشن‌های ایرانی مثل بچه‌زنگ تشریح کرد: به‌رغم توجه ما و کانون به موضوع عروسک‌ها، متأسفانه باید اعلام کنیم که تولید صنعتی عروسک، هزینه‌آلوده‌ی بالایی دارد و کشور ما در این بخش سرمایه‌گذاری مناسبی نداشته است. به‌همین دلیل کمپانی‌هایی در این حوزه موفق خواهند شد که از پس سرمایه‌گذاری کلان در این بخش برمایند. امروزه تولید عروسک در داخل کشور، به‌صورت یک تولید صنعتی جلو نمی‌رود و ما در این حوزه با تیراز تولید محدود پیش می‌رویم. تولیدکنندگان ما صرفاً توان تولید عروسک‌های پولیشی و تزریقی را دارند و به لحاظ حجم سرمایه‌گذاری و توان مالی، امکان پذیرش ریسک بزرگ‌تر را مقدور نیست و معمولاً خروجی محصولات آنها یا مهندسی معکوس

۲۵ قطعه موسیقی الکترونیک، ۲۲۷ قطعه موسیقی پاپ، ۲۱ قطعه موسیقی تلفیقی، ۱۹۰ قطعه موسیقی سنتی، ۵ قطعه موسیقی کلاسیک، ۹ قطعه موسیقی مقامی، محلی و نواحی. گونه‌های موجود در ۱۵ آلبوم صوتی منتشرشده نیز شامل ۱۱ مورد است؛ سه آلبوم موسیقی ارکسترال، دو آلبوم موسیقی الکترونیک، دو آلبوم موسیقی پاپ، سه آلبوم موسیقی تلفیقی، چهار آلبوم موسیقی سنتی، و یک آلبوم موسیقی کلاسیک.



عروسک‌های مطرح در دنیا با عروسک‌هایی با الگوهای خیلی ساده است که خودشان طراحی و تولید کرده‌اند. تهیه‌کننده «فیلشاه» با اشاره به این‌که تلاش کرده‌اند در حوزه محصولات اسباب‌بازی و به‌ویژه عروسک شخصیت‌های انیمیشن بچه‌زنگ، با چندین برند عروسک پولیشی مذاکره کند، خاطرنشان کرد: متأسفانه در نمونه‌های اولیه، نتوانستند به کیفیت حداقلی لازم دست پیدا کنند و به همین دلیل توافقی در رابطه با ساخت عروسک‌ها به دست نیامد.

ظرفیت تولید صنعتی عروسک فیکور و اکشن فیکور نداریم

اودلایل فقدان این توافقی را در چند مورد تشریح کرد و گفت: انیمیشن بچه‌زنگ شخصیت‌های متنوع انسانی و حیوانی دارد و تولید این شخصیت‌ها به دلیل جزئیات و پیچیدگی‌هایی که در بافت مو و لباس دارند به تجهیزات به‌روز و پیشرفته نیاز دارد. از طرف دیگر معمولاً شخصیت‌های غیرانسانی بیشتر به‌صورت عروسک پولیشی تولید و عرضه می‌شوند و شخصیت‌های انسانی به‌صورت عروسک‌های فانتزی، فیکورها و اکشن فیکورها تولید و عرضه می‌شوند و متأسفانه ظرفیت تولید انبوه فیکورها و اکشن فیکورها با مقیاس صنعتی و با حتی نیمه‌صنعتی در داخل کشور وجود ندارد و همین مانع مهمی در این مسیر است.

تولیدکنندگان داخلی بارچه‌ای مناسب شخصیت‌های حیوانی ندارند

جعفری خاطرنشان کرد: برای تولید عروسک‌های پولیشی شخصیت‌های حیوانی بچه‌زنگ نیز نیاز تولیدکنندگان، تولید و استفاده از مواد ی مثل بارچه با بافت شخصیت‌های حیوانی بود که این موضوع نیز برای تولیدکنندگان داخلی مقدور نبود. برای مثال، برای تولید موی ببری و خطوط مشکی‌رنگ روی بدن این شخصیت، صرفاً نمی‌توانستیم از بارچه پولیشی نارنجی‌رنگ موجود در بازار استفاده کنیم و احتمالاً‌زم بود بارچه‌ای با بافت مناسب طراحی و تولید و از آن استفاده کنیم که ظرفیت آن وجود نداشت.

نگرانی تولیدکننده از ریسک فروش عروسک

تهیه‌کننده «شاهزاده روم» موضوع دیگری که موجب می‌شود تولیدکنندگان داخلی به سمت تولید ساخت عروسک بزنند را ناشی از نگرانی تولیدکننده از ریسک توزیع و فروش محصول براساس مدل‌های فعلی توزیع عروسک در بازار می‌داند و اضافه می‌کند: برخی محصولات به دلیل هزینه‌آلوده و تمام‌شده بالا، اگر با حمایت نهادهای فرهنگی تولیدنشوند، نمی‌توانند به موفقیت برسند، حتی در گذشته تجربه‌ای

برش

اندر خم کوچه تولید عروسک ایرانی

ما نیازمند سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی نهادهای فرهنگی و اقتصادی روی موضوع تولید عروسک ایرانی با توجه به استانداردهای جهانی هستیم؛ چراکه متخصصان با استعداد بسیاری در این زمینه داریم و فقط به حمایت همه‌جانبه از این بازار نیاز داریم. البته اخیراً خبری درباره پیش‌نویس جامع سند ملی ساماندنی صنعت اسباب‌بازی که یک‌سال روی آن کار شده، منتشر شد که براساس آن، حجت‌الاسلام عبدالحسین خسروپناه، دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی از بحث و تبادل نظر روی این سند خبر داد. در این ارتباط حتی جلسهای هم تشکیل شد که روی محور نگاه به اسناد بالادستی، گسترش و تعمیق بخش میانی و ارزش‌ها، مشارکت مردمی، ترجیح اسباب‌بازی‌های حرکتی و فکری بر غیر حرکتی و ساده، پرهیز از ساخت اسباب‌بازی مغایر با ارزش‌های اسلامی و بسیاری مسائل دیگر تأکید می‌کند. این خبر خوبی است که نشان می‌دهد مسئولان امر به صرافت ساماندنی حوزه اسباب‌بازی افتاده‌اند اما همیشه یکی از مشکلات آزاردهنده به‌خصوص کارهای هنری برای ما این بوده که ممکن است یک کار را خوب شروع کنیم اما فقدان راهبرد و برنامه‌ریزی برای ادامه‌دادن کار راهمان را به ترکستان رسانده است. بنابراین، «تولید عروسک ایرانی» ترکیب واژه‌هایی است که به برنامه‌ریزی کلان و قهرمانی تهمتن در بخش‌های فردی و سازمانی نیاز دارد تا با در نظر گرفتن تمام جوانب پیروز از دل میدان بیرون آید!

فرهنگ

CULTURE

دوشنبه ۳۰ مهر ۱۴۳۱ شماره ۶۸۸۶

در رابطه با سرمایه‌گذاری سازمان تبلیغات وجود داشت و یک کارخانه تولید عروسک در تهران را اندازی شد اما متأسفانه نتوانست در به‌دست آوردن بازار موفق باشد و شکست خورد. حالا شما در نظر بگیرید اگر یک شرکت کوچک بخواهد خودش تمامی بار چرخه تولید تا عرضه را بر دوش بکشد، قطعاً تاب‌آوری لازم را نخواهد داشت. این تهیه‌کننده ادامه داد: باید حواس مان باشد که تولیدکننده زمانی برای تولید یک محصول افتاق می‌شود که در کنار دغدغه تولید، بازارسازی مناسبی هم برایش صورت گرفته باشد و برای رسیدن به این مرحله به دلیل نقص سیستم‌های توزیعی و موضوع پیچیده قاچاق به نظر می‌رسد همچنان باید با سیاست‌های تشویقی و حمایت نهادهای فرهنگی برای تولیدکنندگان، انگیزه ایجاد کرد.

بی‌توجهی بازار اسباب‌بازی به شخصیت‌های ایرانی

در تکمیل چرخه قهرمان‌سازی برای مخاطب کودک و نوجوان، در دسترس بودن محصولات متنوع تولید شده بر پایه شخصیت‌های محبوب برای بهره‌گیری در زندگی روزمره مخاطب کودک و نوجوان است. همان‌طور که همه می‌دانیم، بچه‌ها با قوه تخیل شان با شخصیت‌ها و قهرمانان فیلم‌های انیمیشن ارتباط می‌گیرند و در ذهن‌شان با آنها زندگی می‌کنند. کودک پس از خوگرفتن با آن شخصیت قهرمان انیمیشن، تلاش می‌کند تا آنها را به عالم واقع بیاورد و از رهگذر این اتفاق، مقوله بازارپسندازی و صنایع مرتبط با محصولات جانبی یک انیمیشن رونق پیدا می‌کند. در این بین اسباب‌بازی‌ها و عروسک‌ها در حیطه سرگرمی بچه‌ها دسته‌بندی می‌شوند و از محصولات جانبی مورد علاقه کودکان هستند. جعفری با اشاره به این‌که بچه‌ها باید عروسک‌ها را در دستان خود لمس کنند، یادآوری کرد: اگر ما شخصیت مورد نظر خود را در دستان کودک قرار ندهیم، این علاقه و خلأ را از راه ارتباطی و علاقه‌مندی به قهرمان انیمیشن دیگری که خرید و تهیه شخصیت‌هایش در دسترسش باشد، دنبال خواهد کرد.

حلقه مفقوده زنجیره قهرمان‌سازی با عروسک

به نظر می‌رسد دست‌اندرکاران تولید انیمیشن بچه‌زنگ برای تولید محصولات جانبی فرهنگی از ظرفیت تولیدکنندگان داخلی استفاده کردند. جعفری با تأیید این موضوع به جام جم گفت: اگر جمع‌بندی ما این باشد که در یک حوزه ضروری مثل عروسک هیچ راهکاری برای تولید داخلی وجود ندارد، حتماً برای تکمیل زنجیره قهرمان‌سازی برای مخاطب و احترام به کودکان و نوجوانان کشورمان، از ظرفیت‌های خارجی استفاده خواهیم کرد اما فعلاً امید داریم تا تلاش‌هایمان در داخل به نتیجه برسد.

اهمیت حرکت گام به گام در تکمیل زنجیره شخصیت‌پردازی

تهیه‌کننده بچه‌زنگ با بیان این که حرکت گام به گام به یکی از نکات مهم در تکمیل زنجیره شخصیت‌پردازی است، افزود: تعداد محصولات جانبی بچه‌زنگ که وارد بازار شده است به مراتب بیشتر از انیمیشن سینمایی فیلشاه، شاهزاده روم و بسیاری از انیمیشن‌های ایرانی دیگر است و یکی از دلایل این امر، حضور و تجربه کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در این فرآیند بوده که، همین موضوع برای تولیدکنندگان اطمینان خاطر و اعتماد ایجاد می‌کرد. این اطمینان بخشی، از راه کمک به طراحی محصولات برای تولیدکنندگان، مساعدت در مدل توزیع درآمد در قراردادها و غیره ادامه یافته است تا تولیدکنندگان بتوانند بر فروش محصول و کسب سود مناسب برای خودشان متمرکز شوند و اعتمادشان با سینمای انیمیشن کشور جلب شده و راه برای همکاری دیگر ماباری تولید محصول هموار شود.

فقدان صنف مشخص برای اسباب‌بازی

یکی دیگر از مشکلات تولید اسباب‌بازی در ایران این است که اصلا صنف و اتحادیه‌ای ندارد و این صنعت اصالتی ندارد روی چه دیواری یادگاری نوشته؛ چون صنف تولیدکنندگان و فروشندگان اسباب‌بازی زیر نظر اتحادیه خرازی فروشان اداره می‌شود. صنعت اسباب‌بازی دو بخش دارد: بخش فرهنگی و بخش اقتصادی. در بخش فرهنگی، سازمان‌های مختلفی مانند وزارت ارشاد، شورای فرهنگی و کانون پرورش فکری دخیل هستند و همان‌طور که گفتیم باید نقش آفرینی فعالانه‌تری داشته باشند و اگر در بخش اقتصادی هم صنف و اتحادیه باشد، به همکاری بهتری در تولید خواهد رسید. بنابراین، با توجه به مشکلات گمرک و نبود صنف مشخص دولت باید سازوکاری مشخص در این رابطه اتخاذ کند تا از کالای فرهنگی داخلی که می‌تواند فرهنگ‌ساز و تمدن‌ساز باشد، حمایت کند.

قاب مقاومت



روایت شهادت فرمانده ادامه دارد

هنرمندان همچنان تحت تأثیر سحنه باشکوه و حماسی شهادت یحیی سنوار، فرمانده بزرگ طوفان الاقصی و رئیس دفتر سیاسی و شاخه نظامی حماس هستند. فیلمی که از این لحظات منتشر شد، در آثار هنرمندان با نگاه و ظرافت‌های ویژه هنری هر کدام، بازخوانی می‌شود و هر هنرمندی با نگاهی زیبایی‌شناسانه خود چیزی بر آن می‌افزاید. در این اثر از نقاش اردنی، ساره الریحی، هنرمند با تأکید بر نگاه آخر سنوار به سمت پهلپاد اسرانیلی در پس‌زمینه اثر، گل سرخ و تسبیح را قرار داده است، به‌معنای تأکید بر جنبه حسی و روحانی جهاد مبارزانی چون شهید سنوار.

انتشار زندگینامه تصویری و داستانی «سردار مریم»

زندگی‌نامه تصویری و داستانی‌گونه «سردار مریم؛ مریم بختیار»، یک جلد از مجموعه «زنان و مردانی که ایران را ساختند» از انتشارات شهر قلم است که روایتگر بخشی کوتاه از زندگی پرفرازونشیب زنی شجاع و عدالت‌خواه مقلب به بی‌بی‌مریم است. وی از زنان فعال در انقلاب مشروطه و از مدافعان ملی سرزمین ایران در خلال جنگ جهانی اول به‌شمار می‌آید. بی‌بی‌مریم در خانواده‌ای به‌دنیا آمد که بسیاری از اهالی این خاندان، از بانفوذترین رچل دوره قاجار بودند. پدرش از خان‌های ایل بختیاری بود و برادرهایش از رهبران انقلاب مشروطه بودند. او برای مبارزه با اشغال‌گر روس و انگلیس، با توسل به خاندان خود، توانست هنگی از سواران بختیاری تشکیل دهد. مریم بختیاری در برابر استبداد صغیر، در زمان محمدعلی‌شاه قاجار، به‌قدری فعال بود که به‌عنوان یکی از شخصیت‌های ضد استعماری و استبدادی دوره قاجار، نامش تا همیشه باقی ماند. انتشارات شهر قلم، کتاب «سردار مریم؛ مریم بختیار» به قلم سولماز خواجه‌وند و تصویرگری فریده شهبازی را در ۲۴ صفحه برای کودکان منتشر و در بازار کتاب‌های کودک و نوجوان عرضه کرده است.



«شاهنامه بزرگ ایلخانی» رونمایی می‌شود

مراسم رونمایی از کتاب «شاهنامه بزرگ ایلخانی (ابوسعیدنامه)» با حضور نویسنده و مترجمان در مؤسسه کتابخانه و موزه ملی برگزار می‌شود. ابوسعیدنامه، نامی است که نگارنده کتاب، ابوالعلا سودآور، نویسنده و ایران‌شناس برجسته برای این شاهنامه پیشنهاد کرده است. درخصوص سبب این نام‌گذاری وی معتقد است که نسخه مذکور برای ابوسعید بهادرخان، فرمانروای ایلخانی پدید آمده است، و دوست محمد در دیباجه معروف خود بر مرقع بهرام میرزا از این موضوع یاد کرده است. این اثر، نسخه‌ای منحصربه‌فرد و احتمالاً کهن‌ترین نمونه مصور از روزگار ایلخانی است. در این کتاب، ابوالعلا سودآور به بررسی و تحلیل نگاره‌های این نسخه خطی تاریخی پرداخته و اطلاعات جدیدی پیرامون تاریخچه و نحوه شکل‌گیری و تولید این نسخه مصور ارائه کرده است. لازم به ذکر است ۷۲ نگاره شاهنامه بزرگ ایلخانی در این اثر، توسط نشر خانه فرهنگ و هنرمان، به‌صورت رنگی، منتشر شده است. مراسم رونمایی از این کتاب، فردا از ساعت ۱۵ در سالن اجتماعات کتابخانه و موزه ملک به نشانی خیابان سی‌تیر، خیابان یارچانی، میدان مشق، کتابخانه و موزه ملی ملک برگزار می‌شود.

