



هنر پویانمایی ایران که طی یک دهه گذشته جایگاه ویژه‌ای در این هنر - صنعت جهانی برای خود پیدا کرده امروز با معضل مهاجرت به ویژه مهاجرت خاموش و تبدیل شدن به نیروی کار ارزان بدل شده است

۸ صفحه

روشنگری سینمایی

در برابر سینمای روشنفکری

مستند «از زمین صفر» به عنوان فیلمی اعتراضی به جنایت‌های رژیم صهیونیستی به اسکار معرفی شد

۱۰

حدیث رفاقت

هنرمندان و همکاران مرحوم صدرالدین حجازی از ویژگی‌های شخصیتی و کاری این بازیگر می‌گویند

۷

بازگشت سیت کام‌های جذاب

به تلویزیون

معاون سیمای رسانه ملی در بازدید از پشت صحنه دو سریال جدید از برگزاری جشنواره جام جم خبر داد

۶

داراوسارا؛ آزموده را آزمودن خطاست!

پروژه احیای عروسک‌های ملی اگر با توجه به نیازهای مخاطبان امروز نسل Z همراه نباشد مانند تجربه دهه‌های گذشته شکست خواهد خورد

چندساله اقدام به احیای محصول خود کرد؛ احیایی که مانند بمب در دنیای سرگرمی صدا کرد و سود سرشاری را از طریق فروش فیلم باری به خود اختصاص داد. اکنون این برپرس پیش می‌آید که کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان نیز که در چند سال اخیر نامش به عنوان سرمایه‌گذار در فیلم‌های مختلفی به چشم می‌خورد چرا قرار نیست برای محصولات تولیدی خود سرمایه‌گذاری کند و به معرفی همه جانبه عروسک‌های دارا و سارا بپردازد؟

توجه به نیازهای مخاطب

نکته دیگر در صحبت‌های معاون فرهنگی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، مخاطبی است که این محصولات فرهنگی باید به آنها معرفی شود و حتی بازاری حول آنها شکل بگیرد، یعنی کودکان نسل Z. کودکان و نوجوانانی که امروزه آنها را به اسم نسل Z می‌شناسیم ویژگی‌های مشترکی با هم دارند و اگر بخواهیم محصولی برای این مخاطب سنی تولید و به آنها معرفی کنیم، ناگزیریم که به این ویژگی‌ها توجه کنیم. از جمله این ویژگی‌های توان به بومی، دیجیتال و خیال‌پرداز بودن آنها اشاره کرد؛ نکته‌ای که باید حتماً برای احیای عروسک‌های دارا و سارا در نظر گرفت و با توجه به ویژگی‌های مشترک میان اهالی نسل Z قطعاً اجرای نمایش‌های صحنه‌ای در اولویت‌های چندم قرار می‌گیرد و بهترین راه احیای عروسک‌های دارا و سارا باید در تولید آثار نمایشی مانند فیلم، سریال، انیمیشن و بازی‌های رایانه‌ای پیدا کرد. خلاصه این که احیای عروسک‌های ملی دارا و سارا به خودی خود اتفاقی خوب در عرصه فرهنگی کشور به حساب می‌آید و می‌تواند به نمادی فرهنگی برای کودکان و نوجوانان ایرانی تبدیل شود اما تحقق این هدف در دنیای امروز که مخاطبان هدف یعنی

جایگزینی عروسکی ایرانی با نشانه‌های فرهنگی ایرانی - اسلامی به جای عروسک باری، نمونه غربی آن بود؛ هدفی بزرگ که اجرای آن نیازمند نقشه‌راهی بلندمدت است که بخش زیادی از آن باید با تولید آثار نمایشی مخصوصاً انیمیشن دنبال می‌شد. در نهایت اما برای عروسک‌های ایرانی صرفاً وسایل جانبی‌ای مانند توار سرود، تقویم، پوستر و جوارب طراحی و تولید شد که در مقابل نمونه غربی که توان اصلی خود را بر تولید آثار نمایشی گذاشته بود جذابیتی نداشت؛ دست‌آخر نیز

به دلیل کیفیت نامرغوب تولید داخلی، ساخت این عروسک‌ها به چین واگذار شد اما آنها هم از نظر وزن و نیز قابلیت‌های فرعی، قدرت رقابت با رقبای خارجی را نداشتند. اکنون اما گذشت بیش از ۲۰ سال و رونمایی از سه نسل از عروسک‌های دارا و سارا، کانون پرورش فکری به فکر احیای این عروسک‌ها افتاده است اما همچنان برای بازسازی حول شخصیت این عروسک‌ها تقریباً همان راه گذشته را قرار است طی کند. اگرچه اعلام شده است تولید محتوا برای شخصیت‌سازی عروسک‌ها براساس کتاب و انیمیشن است اما نکته این بخش مهم از

احیای دارا و سارا همچنان بر عهده نمایش‌های صحنه‌ای است. نمایش‌هایی که مخاطب محدودی دارد و عملاً نمی‌تواند در معرفی عروسک‌های دارا و سارا موفق ظاهر شود. این ماجرا زمانی جالب می‌شود که شرکت تولیدکننده عروسک باری هم به دلیل افت فروش عروسک‌ها و محصولات جانبی آنها طی یک پروژه

تولید دارا و سارا براساس اقلیم‌ها و فرهنگ‌های مختلف کشور اظهار کرد؛ «یعنی این عروسک‌ها را براساس فرهنگ سیستانی، آذری، شمالی و... تولید کنیم. فعلاً سیاست تولید محتوا برای مناطق مختلف با زبان و گویش فارسی است اما ممکن است بعداً براساس نیازسنجی برای هر فرهنگ هم به شکل مشخص تولید محتوا مخصوص داشته باشیم.» وی با بیان این که فعلاً نمی‌توان برآورد دقیقی از زمان تولید انبوه عروسک دارا و سارا داشت، گفت: «سعی ما این است که بعد از رونمایی عروسک به

سمت اجراهای استانی و حضور عروسک در برنامه‌های صداوسیما برویم. این مهم است که بچه‌های پیام‌های اخلاقی را از سمت این عروسک‌ها دریافت کنند. «بدون شک احیای پروژه‌ای که زمانی برچسب برند ملی را با خود داشت فعالیت‌ی درخور توجه به حساب می‌آید، اما با توجه به صحبت‌های اخیر آقای فلاح ذکر چند نکته الزامی است. چون همچنان که طرح اولیه عروسک‌های دارا و سارا به شکست منجر شد طرح احیای این عروسک‌ها به شکلی که پیش از این در توضیحات معاون فرهنگی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان آمده است نیز نتیجه‌ای بهتر از طرح تولید این عروسک‌های ملی در سال ۸۰ ندارد.

جای خالی پیوست رسانه‌ای

ایده اولیه ساخت عروسک‌های ملی دارا و سارا نخستین بار در سال ۱۳۸۰ مطرح شد. ایده‌ای که هدف غایی آن

در دنیای امروز هر کشور به دنبال ارائه نمادی از فرهنگ خود در بسترهای متفاوت است تا در عصر تکنولوژی و رسانه از دیگر کشورها در زمینه شناساندن فرهنگ و ایجاد خردمقایسه‌ای است که میل به کمال دارد. در واقع زمانی که دست به مقایسه می‌زنیم به خاطر میل به کمال در انسان است.

وی افزود: پاراگون موجب زایش هنر در عصر رنسانس شد، زیرا هنرمندان آن عصر، خودشان را با هنرمندان یونان باستان مقایسه می‌کردند و با هدف به کمال رساندن آثار آنها در اثر هنری خود، دست به خلق اثر هنری زدند. اثری مانند «شام آخر» داونچی در حقیقت برداشتی از تابلوی «آفرودیت در صدف» اثر آپلس بزرگ‌ترین نقاش یونان باستان است یا مجسمه «تجاوز به یک ساین» اثر جابولونیا نمونه کمال یافته از مجسمه «لائوکون و پسران» اثری از ۳ قرن پیش از میلاد است. در حقیقت مسأله پاراگون به ما می‌فهماند که انسان در اعصار مختلف با دیدن هنر بر این امر واقف شده که راز جاودانگی در آفرینش هنری است، پس با کمال‌گرایی خود را در مقایسه با گذشته قرار داده و تلاش کرده از طریق ارتقای تکنیکی خود را جاودانه کند. پس وقتی می‌بینیم تمام این آثار از گذشته دور تا امروز امتداد پیدا کرده‌اند به ما نشان می‌دهد که جاودانگی امری حتمی در هنر است.

نورایی بایان این که هرگاه هنرمند به زایش هنری فکر می‌کند در حقیقت به جاودانگی می‌اندیشد، اضافه کرد: از سوی دیگر میل به کمال در انسان موجب می‌شود میل به جاودانگی به مرور زمان در انسان تغییر شکل بدهد.

وی در ادامه با تأکید به اهمیت موضوع زمان در رسیدن به جاودانگی گفت: هنرمند در هر عصری زمانه خود را به چالش می‌کشد پس می‌توان اینگونه نتیجه گرفت برای جاودانگی در هنر باید زمان را به چالش کشید. راز جاودانگی در زمانه‌ای که ما در آن زندگی می‌کنیم نهفته شده به همین دلیل هنرمند باید آن را کشف، بازشناسی و بازخوانی کند تا به جاودانگی در هنر برسد.

رویداد

در نشست «جاودانگی هنر» مطرح شد

هنر را اشتباه درک کرده‌ایم

برای جاودانگی در هنر

باید زمان را به چالش کشید

محمود نورایی، منتقد هنری و دبیر فرهنگی روزنامه جام جم هم در ادامه این نشست ضمن بیان این که هنر امری جاودانه است و آثار و بقایای هنری باقی‌مانده از گذشتگان مؤید همین ویژگی است، افزود: چکیده هنر عصر رنسانس که دوران زایش هنری نامیده می‌شود، پاراگون است؛ پاراگون به معنی مقایسه‌ای است که میل به کمال دارد. در واقع زمانی که دست به مقایسه می‌زنیم به خاطر میل به کمال در انسان است.

وی افزود: پاراگون موجب زایش هنر در عصر رنسانس شد، زیرا هنرمندان آن عصر، خودشان را با هنرمندان یونان باستان مقایسه می‌کردند و با هدف به کمال رساندن آثار آنها در اثر هنری خود، دست به خلق اثر هنری زدند. اثری مانند «شام آخر» داونچی در حقیقت برداشتی از تابلوی «آفرودیت در صدف» اثر آپلس بزرگ‌ترین نقاش یونان باستان است یا مجسمه «تجاوز به یک ساین» اثر جابولونیا نمونه کمال یافته از مجسمه «لائوکون و پسران» اثری از ۳ قرن پیش از میلاد است. در حقیقت مسأله پاراگون به ما می‌فهماند که انسان در اعصار مختلف با دیدن هنر بر این امر واقف شده که راز جاودانگی در آفرینش هنری است، پس با کمال‌گرایی خود را در مقایسه با گذشته قرار داده و تلاش کرده از طریق ارتقای تکنیکی خود را جاودانه کند. پس وقتی می‌بینیم تمام این آثار از گذشته دور تا امروز امتداد پیدا کرده‌اند به ما نشان می‌دهد که جاودانگی امری حتمی در هنر است.

نورایی بایان این که هرگاه هنرمند به زایش هنری فکر می‌کند در حقیقت به جاودانگی می‌اندیشد، اضافه کرد: از سوی دیگر میل به کمال در انسان موجب می‌شود میل به جاودانگی به مرور زمان در انسان تغییر شکل بدهد.

وی در ادامه با تأکید به اهمیت موضوع زمان در رسیدن به جاودانگی گفت: هنرمند در هر عصری زمانه خود را به چالش می‌کشد پس می‌توان اینگونه نتیجه گرفت برای جاودانگی در هنر باید زمان را به چالش کشید. راز جاودانگی در زمانه‌ای که ما در آن زندگی می‌کنیم نهفته شده به همین دلیل هنرمند باید آن را کشف، بازشناسی و بازخوانی کند تا به جاودانگی در هنر برسد.

نمایشگاه نقاشی‌های محمد تیتکانلو با عنوان «جاودانگی هنر» در حالی میزبان علاقه‌مندان به هنر در گالری ماهر شد که نشست پیرامون بررسی هنر و رموز جاودانگی آثار هنری با حضور جمشید حقیقت‌شناس هنرمند نقاش، پریس تنظیمی روانکو و منتقد هنری، فرزند رادمحسن هنرمند و عضو فرهنگستان هنر و محمود نورایی کارشناس و منتقد هنری برگزار شد.

راه دریافت اطلاعات هنری ما اشتباه است

جمشید حقیقت‌شناس، نقاش سابقه نیز در نشست جاودانگی هنر با طرح این سؤال که چرا فکر می‌کنیم از طریق تکثیر در اثر هنری جاودانه می‌شویم؟ گفت: ما سال‌هاست در چرخه‌ای تکراری افتاده‌ایم و آموزش غیرمستقیم هنر، معماری، سینما و... را از طریق کتاب‌ها یاد گرفته‌ایم، زیرا ما موسیقی را در کنسرت‌ها نشنیده‌ایم بلکه توسط کاست‌ها گوش کرده‌ایم؛ پس راه دریافت اطلاعات هنری ما به کلی اشتباه بوده و زمانی که راه غلط باشد، به نتیجه مطلوب هم نمی‌رسیم. نحوه ارائه، بررسی و خوانش ما از آثار هنری نیز اشکال دارد، زیرا ما صرفاً از طریق کتاب یا نقدی به داده‌هایی از اثر هنری می‌رسیم که ما راه نتیجه‌ای که می‌خواهیم هم نمی‌رساند.

وی در ادامه افزود: در بررسی آثار هنری که از گذشتگان ما در معماری و مینیاتور و... به جا مانده، می‌بینیم که آنها از دستور زبان واحد و زیبایی‌شناسی خاصی پیروی و آن را دنبال می‌کرده‌اند و هرگاه این رویکرد وجود نداشته، هنر دچار افول شده و به تکرار می‌افتد. همان‌گونه که در دوران معاصر بی‌توجهی به مینیاتور موجب افول آن شد. پس توجه واقعی ارتباط اثر با زمانه خودش مهم است ولی ما در بررسی‌هایمان از طریق کتاب‌ها، رابطه اثر هنری با زمانه خودش را حذف می‌کنیم.

این هنرمند تأکید کرد: زمانی که بشر یکجانشین شد فرصت پیدا کرد در مورد تکرار ما در سکنی‌گزیدن فکر کند و در این میان مثلاً موسیقی آفریده شده، در واقع راه‌هایی برای بازآندیشیدن به تکرار‌ها فراهم شد بنابراین فرق انسان و حیوان در آگاهی است و چون انسان می‌داند که می‌میرد و حیوان بی‌خبر است، بشر به دنبال جاودانگی رفته و هنر می‌آفریند تا جاودان شود و خودش را به دیگران بيشناساند.

