خبر

## مرکز حافظ‌شناسی همچنان معطل وعده‌های مسئولان فرهنگی

سعید حسام‌پور، رئیس مرکز حافظ‌شناسی از عدم اجرای قول مسئولان مبنی بر ساخت ساختمان این مرکز گلایه کرد و گفت: امیدوارم مسئولان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و متولیان فرهنگ و استاندار فارس و شهردار شیراز کمک کنند این اتفاق فرخنده بیفتد اما تاکنون به جمع‌بندی روشنی درباره این‌که چه‌کاری باید انجام دهیم نرسیدیم، اما مسئولان قول داده‌اند مسیر را جدی دنبال کنند. فکر می‌کنم با توجه این قول‌ها اگر به نتیجه نرسید آنگاه باید به صورت جدی‌تر وارد عمل بشویم و مطالبه حداکثری اهل فرهنگ باشد که این اتفاق بیفتد اما چون مسئولان در جلسه برگزاری هفته فرهنگی حافظ قول دادند موضوع را به سرانجام برسانند ما منتظریم تا به نتیجه برسد. با توجه به این‌که میراث فرهنگی به مرکز برای برگزاری کلاس‌ها کمک کرده، در باغ موزه مشاهیر هم یک بخشی را برای مرکز حافظ‌شناسی در نظر گرفتند، اما این بخش وسیع نیست.

وی افزود: یکی از مهم‌ترین ماموریت‌ها و وظایف مرکز حافظ‌شناسی، ترویج اندیشه حافظ و درست‌خوانی اشعار اوست. از آغاز تا امروز حدود ۳۵ هزار نفر در کلاس‌های مرکز حافظ‌شناسی شرکت کردند. در هر فصل کلاس‌های متعددی برگزار می‌شود و حتی برای کودکان و نوجوانان هم دوره‌هایی برگزار می‌کنیم.

# فرصت‌آفرینی با

## تیم تولید انیمیشن ببعی قهرمان که این روزها روی پرده است، معتقدند با این دست آثار می

نسرین بختیاری
گروه فرهنگ و هنر

**سینمای ایران طی چند سال اخیر شاهد رشد انیمیشن بوده؛ انیمیشن‌هایی که هر یک به نوبه خود توانستند موفقیت‌های قابل توجهی در عرصه‌های داخلی و خارجی کسب کنند. یکی از این انیمیشن‌ها، ببعی قهرمان است؛ اثری که وقتی آن را بررسی می‌کنیم مشخص می‌شود که از جهات گوناگونی در میان انیمیشن‌های ایرانی یک اثر خاص به حساب می‌آید. چیزی که ببعی قهرمان را خاص می‌کند، این است که این شخصیت از دل تلویزیون به سینما راه پیدا کرد و بعد از سال‌ها آن را می‌توان دومین کاراکتر تلویزیونی بعد از کلاه‌قرمزی دانست که از قاب تلویزیون به سینما راه پیدا کرده است. نکته جالب هم اینجاست که هر دو این شخصیت‌های کودک توانسته‌اند حضوری قدرتمند در سینما و فروش‌های خوبی در گیشه سینما داشته باشند. ببعی قهرمان که توانست برترین فروش تاریخ افتتاحیه آثار کودک سینما را به نام خود بزند و طی دو هفته اکران روزی یک میلیارد فروش را تجربه کند. این انیمیشن علاوه بر نمایش در ایران، اکران بین‌المللی خود را نیز در سه کشور ترکیه، آذربایجان و قزاقستان آغاز کرده است. این ببعی دوست‌داشتنی حتی در سی‌وششمین جشنواره فیلم کودک و نوجوان هم خوش درخشید و جایزه بهترین فیلم این جشنواره بین‌المللی را هم به دست آورد. موفقیت‌های این انیمیشن در عرصه‌های داخلی و خارجی و حضور در جشنواره فیلم کودک و نوجوان بهانه‌ای شد تا روزنامه جام‌جم با محمد مهدی مشکوری، تهیه‌کننده و حسین صفارزادگان یکی از کارگردانان این انیمیشن به گفت‌وگو بنشیند.**

**چه موقعیت‌سنجی‌ای از مخاطبان سریال انیمیشن ببعی داشتید و چه دغدغه‌ای در ذهن داشتید که تصمیم گرفتید سراغ نسخه سینمایی آن بروید؟**

صفارزادگان: فضای کار در سریال و گروه سنی خردسال، خیلی متفاوت است و ما را مجبور می‌کند همه چیز را چه در روایت و چه در تصویر مینیمال‌تر ببینیم، اما وقتی به گروه سنی بالاتر و کودک می‌رسیم، به این نتیجه می‌رسیم که جزئیات باید بیشتر باشد و به‌طور مسلم تکنیک نمی‌تواند دوبعدی باشد و حتی گرافیک را متفاوت در نظر گرفتیم و سن شخصیت‌ها را بالا بردیم و همه اینها نیاز قالب سینمایی بود. در مخاطب‌سنجی سعی کردیم این دیدگاه را داشته باشیم که اگر مخاطب با برند ببعی آشناست، از همان برای نسخه سینمایی استفاده کنیم. اگر می‌خواستیم از همان فرمت سریال در سینما استفاده کنیم، مخاطب سینما آن را پس می‌زد؛ چون مجبور است جزئیات کمتری با ریتم پایین‌تر ببیند و از طرفی نسخه سینمایی هم موقعیت‌های خاص خود را دارد. مخاطبی که کار را در تلویزیون می‌بیند، متفاوت با مخاطبی است که برای تفریح به سینما می‌آید. تفاوت این دو قالب موجب شد که تغییراتی در نسخه سینمایی اعمال کنیم و از نظر مخاطب‌سنجی هم سعی کردیم از اسم ببعی درست استفاده کنیم و جهان داستانی‌ای خلق کنیم که بتواند مجموعه‌های دیگری هم تولید کند؛ یعنی از همین برند ببعی دنبال ادامه حیات آن در نسخه جدیدش هستیم.

**آیا برنامه بلندمدتی برای تداوم ببعی در ذهن مخاطبان کودک و نوجوان دارید؛ مثل کلاه‌قرمزی که سال‌ها ادامه پیدا کرد؟**

صفارزادگان: اصولا موفقیت یک برند در ادامه حیات آن در شکل‌ها و قالب‌های مختلف اتفاق می‌افتد. یعنی در کمیک‌های جهانی هم به‌عنوان مثال بتمن از ابتدای خلق این شخصیت تاکنون تحول زیادی را پشت سر گذاشته و وارد جهان‌های متفاوتی می‌شود که هیچ ربطی هم به نسخه اولیه آن ندارد و مخاطب در این نسخه‌های گوناگون فقط روی کاراکتر متمرکز است و با آن آشنایی دارد. به عبارت دیگر اسم کاراکتر حفظ می‌شود و بر اساس آن در حاشیه کاراکتر، جهان‌های داستانی متنوعی خلق می‌شود.

**و با همین دید هم سراغ یک داستان جدید برای کاراکتر ببعی رفتید؟**

صفارزادگان: سعی ما بر این بود که به یک تک‌کلمه در کار برسیم و آن را در نسخه سینمایی بسط بدهیم. به نظرم الان بسیاری از آثار کودک فارغ از فیلم یا انیمیشن و سایر سبک‌ها نیازمند این است که بتواند امید و آرزو را به بچه‌ها القا کند. ما سعی کردیم این تک‌کلمه را در اثر خودمان داشته باشیم و داستان را بر این اساس چیدیم که دختربچه‌ای عاشق پرواز است و با محدودیت‌هایی روبه‌رو می‌شود که توسط کاراکتر ضدقهرمانی به اسم خانم بوقلمون برای حیوانات گذاشته شده و ببعی با این محدودیت‌ها مقابله می‌کند و به آرزوی خودش می‌رسد، ضمن این‌که در مسابقه‌ای هم خانم بوقلمون را شکست می‌دهد و قهرمان داستان می‌شود. قصد داشتیم این پیام را به بچه منتقل کنیم که آرزوهای خود را دنبال کند و به آنها جامه عمل بپوشاند.

**با مشاهده انیمیشن مشخص است که در همان فرآیند تولید نگاه شما علاوه بر کودکان ایرانی به مخاطبان خارجی هم بوده، این نوع نگاه در تولید از یک دغدغه فرهنگی ناشی می‌شود یا نگاهی اقتصادی پشت این کار است؟**

مشکوری: ببینید ژانر انیمیشن در رسانه جزو معدود ژانرهایی است که قابلیت صدور دارد چون درگیر خرده‌فرهنگ‌ها که معمولا دیگر کشورها با آن زاویه دارند، نیست. کالایی که در حوزه کودک قابلیت صادرشدن دارد انیمیشن است و در این مورد به‌نظرم هر اقدامی انجام شود در ارزآوری و صدور محصولات فرهنگی به‌مثابه صدور فرهنگ است. اگر غفلتی در این مورد انجام شود، این ظرفیتی که در اختیار ما قرار دارد، هدر می‌رود و انیمیشن تنها ژانری است که به‌راحتی می‌توان آن را صادر کرد. این‌که منافع مالی و درآمد، یکی از انگیزه‌های این کار بوده قطعا همین‌طور است اما باید در نظر داشت اکران‌های بین‌المللی آنچنان که تصور می‌شود به درآمدزایی نمی‌رسد. همان‌طور که وقتی یک اثر در سینمای خودمان اکران می‌شود تولیدکننده چندان منفعتی از این اکران نمی‌برد چون آدم‌های زیادی مانند سینمادار، پخش‌کننده و... در این اکران دخیل هستند. باید گفت چون ما به سینمای خودمان آشنایی داریم دست‌مان خیلی بازتر است، در کشورهای دیگر قطعا به این شکل هم نیست و مافیایی وجود دارد که می‌گویند اگر این مبلغ را پرداخت نکنید، اثر شما وارد سینما نمی‌شود. ولی اگر فروش اثر به سطح خوبی برسد قطعا به درآمدزایی منجر می‌شود، در این سال‌ها آثار برگشت سرمایه چندانی نداشته یا سربه‌سر شده ولی انگیزه اصلی بحث صدور محصول فرهنگی است. چون شما چیزی را صادر می‌کنید که محدودیت‌های گمرک ندارد یا تحریم را بر سر راه خود ندارد. به نظر من اگر این حریم و خط صادرات فرهنگی باز شود قطعا شاهد اتفاق بسیار خوبی در صنعت انیمیشن کشور هستیم.

**مشکوری: بحث مهاجرت در حوزه انیمیشن بسیار داغ است و در همین پروژه در حال اکران یعنی ببعی، دو تا سه نفر از تیم تولید از کشور مهاجرت کردند. افرادی که در کشور با پول و سرمایه این کشور تجربه کسب کردند و با رزومه‌ای که درست کرده بودند از کشور رفتند**

**نکته‌ای که در انیمیشن ببعی وجود دارد بحث سرمایه‌گذاری آن است، لطفا توضیح بدهید چه چیزی باعث شد که سازمان اوج به عنوان نهادی که معمولا تولیدکننده آثار فرهنگی استراتژیک است وارد سرمایه‌گذاری در انیمیشنی مانند ببعی قهرمان شود؟**

مشکوری: الان تقریبا ۱۳ یا ۱۴ سال است که از تاسیس سازمان اوج می‌گذرد و در این سال‌ها اوج جزو معدود سازمان‌هایی بوده که شناور عمل کرده و در یک موضع خاص خشک و دچار عقب‌افتادگی نشده، طبیعی است که به سازمان اوج خیلی نمی‌آید وارد حوزه تولید انیمیشن شود، اما وقتی شما پروژه‌ای را ارائه می‌دهید که مخاطب حداکثری تلویزیون پشت اثر است و محتوای تمیزی هم دارد، قطعا سازمان اوج که کارهای استراتژیک می‌سازد ساختن این اثر را به عنوان یک ارزش می‌بیند و در این پروژه هم سرمایه‌گذاری می‌کند. ارزش فقط در ساختن کارهای دفاع‌مقدسی نیست، زیرا فرهنگ عمومی هم قابل توجه است. وقتی یک برند مثل ببعی، از لحاظ فرهنگی محصول تمیزی است و هیچ مخاطبی هم از آن شکایتی نداشته پس قابلیت سرمایه‌گذاری دارد. سازمان اوج در این زمینه جزو سازمان‌های پیشرو بوده و در زمینه‌های مختلفی سرمایه‌گذاری کرده مانند پروژه تئاتر رستم و سهراب که یک کار اقتدارگرای ملی است، ولی تصور عموم این است که اوج چرا باید در این اثر سرمایه‌گذاری کند در صورتی که این موضوع هم جزوی از اقتدار ملی است و این اقتدار فقط شامل آثار انقلابی یا دفاع مقدسی نمی‌شود.

**با توجه به این‌که تکنیک سریال کات‌اوت بوده و در نسخه سینمایی از تکنیک سینمایی استفاده کردید، چه چالش‌هایی در این مسیر داشتید؟**

صفارزادگان: تمام این فرایند یک تصمیم‌گیری بوده و ریسکی که ما در این مسیر آن را پذیرفتیم این بوده که مخاطب وقتی با نسخه سینمایی روبه‌رو شود و با یک چیز جدید مواجه شود ممکن است کار را پس بزند کما این‌که برخی از والدین هم این سؤال برای کودکان‌شان پیش آمده بود که چرا کاراکتر ببعی این‌قدر عوض شده است. طبیعی هم هست چون کودک ببعی را به یک شکل دیگر دیده و با آن بزرگ شده بود. این هم باید در نظر گرفت که ما در کشورمان محدودیت‌هایی داریم که تولیدکننده را به انجام کارهایی مجبور می‌کند، مثلا منِ تولیدکننده نمی‌توانم از همان صداپیشه قدیمی استفاده کنم، پس سعی می‌کنم که از دم‌دست‌ترین حالت استفاده کنم حتی اگر به قیمت تغییر دیدگاه کودکان تمام شود. الان هم به نظرم از این با این ریسک جواب گرفته‌ایم، کودکان شاید ۱۰ دقیقه تا یک ربع اول فیلم می‌پرسند که چرا ببعی تغییر کرده اما با ورود به جهان داستانی، این تغییرات را پذیرفته‌اند. در سریالی هم که در حال تولید از نسخه سینمایی‌اش هستیم، هم همین مسیر را در پیش گرفته‌ایم و سعی می‌کنیم این حس را به وجود بیاوریم که اگر سریال قدیمی ببعی که دوبعدی بوده، صدا و گرافیک و... دارد، در نسخه سینمایی این کاراکتر بزرگ‌تر می‌شود، ظاهر جدید و دوستان جدیدی پیدا می‌کند، چون جهان کاراکتر عوض شده است. درنهایت این مسیری پذیرفته شده است؛ اگر هم در ابتدا کمی با این کاراکتر مقابله شود، اما نهایتاً این کاراکتر را می‌پذیرند.

**در پروژه سینمایی ببعی چند نفر همکاری داشتند و فرایند تولید آن چه مدت زمان برد و این‌که آیا تیم تولید همه ساکن تهران بودند یا از دیگر شهرها هم در تیم تولید این انیمیشن حضور داشتند؟**

مشکوری: حدود ۲۰۰ نفر در پروژه درگیر بودند و حدود سه سال تولید انیمیشن زمان برد؛ کلا در فرآیند تولید انیمیشن؛ البته تخصص ما ساخت سریال بوده و ببعی قهرمان اولین انیمیشن سینمایی ما محسوب می‌شود. انیمیشن این ویژگی را دارد که می‌توان پروژه را در سطح کشور توزیع و سپس تولید کرد. هم‌چنان که ما در تولید انیمیشن سینمایی و سریال ببعی هم از بچه‌های شهرستان استفاده کردیم. به‌طورکلی انیمیشن این پتانسیل را دارد که در سطح کشور بتوان کارآفرینی کرد، حتی در حالتی که افراد حضور فیزیکی نداشته باشند.

**ما در فرهنگ ایرانی داستان‌های کهن زیادی داریم که می‌شود از این داستان‌ها الهام گرفت؛ چرا در صنعت انیمیشن از این محتوای غنی کم استفاده می‌شود؟**

صفارزادگان: ما در انیمیشن آثاری مانند «آخرین داستان» اشکان رهگذر را داریم که در فضایی کاملا اسطوره‌ای تولید شده، موضوع این است که سفارش‌دهنده باید به این دیدگاه برسد که چه نیازهایی در سطح سینما وجود دارد و باید چه آثاری تولید شود که فرهنگ‌ساز باشد و دیده شوند. مثلا آخرین داستان اشکان رهگذر متاسفانه دیده نشد، یعنی اگر امروزه از مردم درباره این اثر بپرسید خیلی‌ها این انیمیشن را به‌یاد نمی‌آورند و این موضوع به تبلیغات و سفارش‌دهنده برمی‌گردد که این سازمان‌ها به چه موضوعاتی علاقه دارند و خب سفارش‌دهندگان علاقه‌ای به این داستان‌ها ندارند. من خودم هم علاقه دارم تا اثری را با چنین موضوعاتی تولید کنم، اما وقتی سفارش‌دهنده‌ای وجود ندارد من تولیدکننده هم مجبور هستم طبق دستورکار تولیدکننده عمل کنم. به‌عنوان مثال از می‌پرسند که چرا انیمیشن ببعی ایرانی نیست و من همیشه گفته‌ام که دیدگاه من در تولید این اثر فقط مخاطب داخلی نبوده، بلکه دیدگاهی بین‌المللی داشتم. درست مثل آثار بین‌المللی که می‌شود در آنها هم یک فرهنگ و اثر ایرانی پیدا کرد. سطحی که در ذهن من برای یک اثر ایرانی وجود دارد یک

قاب

## علیرضا قربانی از «هم‌قفس» گفت

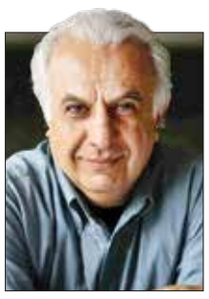
**تک‌آهنگ «هم‌قفس» به خوانندگی علیرضا قربانی به‌عنوان تازه‌ترین محصول موسیقایی این هنرمند در اختیار مخاطبان قرار گرفت. در این تک‌آهنگ غلامرضا طریقی شاعر و حسام ناصری آهنگساز بخشی از عوامل اجرایی را تشکیل می‌دهند. در متن شعر تک‌آهنگ «هم‌قفس» آمده است:**

**ببند زخم مرا/که این پیاله خون/ دخیلِ بستن توست/ ببند زخم مرا/ که آنچه می‌کُشَدَم/ غم شکستن توست**

کیوآرکد را اسکن کنید

یاد

## مصطفی اسدالله‌ی درگذشت



مصطفی اسدالله‌ی از هنرمندان پیشکسوت عرصه طراحی گرافیک درگذشت. ابراهیم حقیقی، هنرمند طراح گرافیک و از دوستان اسدالله‌ی و مرتضی ممیز ضمن انتشار عکسی قدیمی از خود و دوستانش درگذشت مصطفی اسدالله‌ی را اعلام کرد. اسدالله‌ی متولد ۲۳ اردیبهشت ۱۳۲۹ تهران بود. او طراح گرافیک و نقاش و از جمله موسسان انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران بود. وی همچنین مدیر گروه گرافیک و عکاسی، دانشکده هنرهای تجسمی پردیس هنرهای زیبای دانشگاه تهران و عضو هیات علمی پردیس هنرهای زیبای دانشگاه تهران و عضو وابسته پردیس بین‌المللی کیش بود. نشان‌های مشهوری چون نشان باشگاه استقلال تهران، شبکه خبر، بیمه مرکزی ایران، بیمه آسیا، ایران مرینوس، بانک دی، مرکز تحقیقات فیزیک نظری و ریاضیات و... را او طراحی کرده بود. در پی درگذشت این هنرمند شناخته‌شده عرصه هنرهای تجسمی، محمد خراسانی‌زاده، مدیرکل هنرهای تجسمی وزارت فرهنگ و سرپرست موزه هنرهای معاصر تهران، در پیام تسلیتی نوشت: زنده‌یاد اسدالله‌ی از جمله پیشگامان هنر طراحی گرافیک در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی بود که با همراهی استادان مطرحی چون زنده‌یاد مرتضی ممیز و مسعود سپهر، مسیر تازه‌ای را پیموده و تجارب خلاقانه‌ای را رقم زدند.

صحنه

## علی نصیریان به تماشای «دردنوشان» نشست

علی نصیریان، بازیگر پیشکسوت پس از تماشای نمایش «دردنوشان» به روایت عمار تفتی گفت: من این کار را بسیار ستایش می‌کنم. مردم باید به تماشای این اثر بنشینند و با مفاهیم انسانی، شعر سعدی و موسیقی زیبای آن آشنا شوند. خود من در تئاترها از موسیقی استفاده می‌کردم و خودم هم در تئاترهایم آواز می‌خواندم، به این دلیل که موسیقی باب طبع ایرانی است. همه ما اگر یک کاری با موسیقی و شعر و آواز همراه باشد آن را دوست داریم و با طبع ما جور است. این پیشکسوت بازیگری ادامه داد: استفاده‌ای که عمار تفتی از این موسیقی برای نمایش خود کرده، بسیار زیبا است. امیدوارم تماشاچی بیاید و این نمایش را ببیند، چراکه روح انسان را تازه می‌کند و مانند آبی است که به گیاه داده‌اند. علی نصیریان بیان کرد: در اصل فرهنگ و هنر به جامعه روحیه می‌دهد و جامعه به این نوع نمایش‌ها نیاز دارد. مردم باید بیایند و ببینند و هوای تازه‌ای بخورند، شعری را بشنوند، به موسیقی آن گوش بسپارند و اجرای تازه‌ای را تماشا کنند. دردنوشان از انسان و دردهایش صحبت می‌کند. این نمایش مهرماه ۱۴۰۳ هر شب ساعت ۱۹ در خانه نمایش دا روی صحنه می‌رود.