



امیرحسین جودری
اگرچه فرهنگ و هنر

از زمانی که انیمیشن سازی در ایران به صورت جدی دنبال شد و شرکت های خصوصی پای کار آمدند، هویت و هویت سازی همیشه یکی از پایه های اصلی پویانمایی در ایران بوده، موضوع مهمی که هرچقدر برای آن تلاش شود بازهم کم است اما آنچه اهمیت دارد نوع پرداختن به این سری موضوعات است. آیا صرف این که پوشش قهرمان اثر، برگرفته از یک قوم یا جغرافیای خاص یا لوکیشن اثر در گوشه ای از کشور ایران باشد، کفایت می کند؟ برای رسیدن به پاسخ بهتر است سری به مشهورترین کمپانی انیمیشن سازی یعنی والت دیزنی درنیم؛ چراکه این کمپانی شهرت و موفقیت امروز خود را مرهون استفاده به جا از فرهنگ های سراسر جهان است و می تواند الگویی برای دست اندرکاران انیمیشن در ایران شود.

کمپانی دیزنی با بهره گیری از داستان های متنوع فرهنگی از سراسر جهان توانسته به یکی از موفق ترین کمپانی های سرگرمی تبدیل شود. این استراتژی با گسترش دامنه فرد از داستان های اروپایی به سمت افسانه های خاورمیانه، آفریقا، آسیا و آمریکای لاتین، نه تنها بازارهای جدیدی را برای این کمپانی گشوده، بلکه باعث غنای فرهنگی آثار آن شده است. این گزارش به بررسی چگونگی استفاده دیزنی از داستان های متنوع فرهنگی و تأثیر آن بر موفقیت تجاری، فرهنگی و جهانی این کمپانی می پردازد. نتایج نشان می دهد که این رویکرد، علی رغم چالش های بازنامایی فرهنگی، نقش مهمی در تبدیل دیزنی به یک برند جهانی با مخاطبان متنوع داشته است.

۱. والت دیزنی؛ بازوی فرهنگی دولت

کمپانی دیزنی فعالیت خود را با اقتباس از داستان های اروپایی آغاز کرد اما به تدریج دامنه منابع الهام خود را به سایر فرهنگ ها گسترش داد. در ابتدا، انیمیشن های کلاسیک دیزنی مانند «سفیدبرفی و هفت کوتوله» (۱۹۳۷)، «سپندرلا» (۱۹۵۰) و «زبای خفته» (۱۹۵۹) همگی ریشه در ادبیات و افسانه های اروپایی داشتند. این آثار اگرچه همگی برگرفته از ادبیات اروپایی مانند کتاب «برادران گریم» هستند اما آن چنان ماندگار شده اند که اکنون بخشی از تاریخ و فرهنگ آمریکا به حساب می آیند. ضمناً این آثار اگرچه موفقیت های بزرگی برای دیزنی به ارمغان آوردند اما محدود به سلیقه و فرهنگ غربی بودند.

فیلمسازان و بازیگران برجسته سینمای ایران با انتشار پیام هایی در فضای مجازی، حادثه انفجار مهیب در اسکله شهید رجایی بندرعباس را تسلیت گفتند و یاد جان باختگان این حادثه را گرامی داشتند. این انفجار که روز شنبه ۶ اردیبهشت ۱۴۰۴ رخ داد، به کشته شدن دست کم ۲۵ نفر و مجروح شدن بیش از ۷۰۰ نفر منجر شده است. همچنین ۶ نفر مفقود شده اند و عملیات

همدردی اهالی سینما با مردم بندرعباس

پویانمایی ابزاری برای دیپلماسی

در این گزارش به راز موفقیت والت دیزنی در دنیای انیمیشن ها پرداخته ایم

نقطه عطف مهم در دهه ۱۹۴۰ رخ داد، زمانی که والت دیزنی با حمایت دولت آمریکا به آمریکای جنوبی سفر کرد. این سفر خیرخواهانه که با اهداف سیاسی انجام شد (این سفر و متعاقب آن، ساخت برخی آثار، در امتداد پروژه تأکید بر سیاست حسن همجواری کشور آمریکا با کشورهای حوزه آمریکای لاتین بود)، الهام بخش ساخت انیمیشن هایی مانند «سلام برادران» (۱۹۴۲) و «سه کابالرو» (۱۹۴۴) گردید. این آثار نتیجه اولین تلاش های جدی دیزنی برای گسترش افق فرهنگی خود به گستره ای فراتر از مرزهای آمریکای شمالی و اروپا بودند. انیمیشن سلام برادران به عنوان اولین اثر الهام گرفته از فرهنگ آمریکای جنوبی، با معرفی شخصیت هایی مانند «خوزه کاریوکا» (طوطی برزیلی) و «پدرو» (هواپیمای انسان نما) توانست فرهنگ این منطقه را به مخاطبان آمریکایی معرفی کند. پس از آن، سه کابالرو به عنوان نسخه پارانزی تر و سرگرم کننده تر، با افزودن شخصیت «پانچیتو پیستولز» به عنوان نماینده فرهنگ مکزیک، گامی فراتر در این مسیر برداشت.

با گذشت زمان و تغییر سیاست های استودیو، دیزنی به استفاده از داستان های خاورمیانه، آفریقا و آسیا روی آورد. این روند به ویژه از دهه ۱۹۹۰ با تولید آثاری چون «علاءالدین» (۱۹۹۲)، «شیرشاه» (۱۹۹۴) و «مولان» (۱۹۹۸) شتاب بیشتری گرفت و به استراتژی اصلی استودیو در جهانی سازی محصولات خود تبدیل شد. همان گونه که تاکنون گفته شد، والت دیزنی با استفاده از فرهنگ و تاریخ دیگر ملل توانست نه تنها خود را به عنوان یک کمپانی انیمیشن سازی تثبیت کند بلکه موفق شد به عنوان بازوی فرهنگی دولت آمریکا نقش مؤثری در برهه های مختلف مانند آنچه

پیش از این گفته شد یا در

امدادرسانی و اطفای حریق همچنان ادامه دارد. از جمله هنرمندانی که در فضای مجازی به این حادثه واکنش نشان دادند، می توان به حسن فتحی، مهدی سلطانی، صابر ابر، الناز شاکردوست، ستاره اسکندری، گوهر خیراندیش، حبیب رضایی، شهره سلطانی، پوریا پورسرخ، مهران غفوریان، نیکي کریمی، هومن سیدی، پیمان معادی، پریناز ایزدیار، محسن تنابنده، هدی

دیزنی موفق نبود و منتقدان آن را تکرار فرمول های آزمایش شده قبلی مانند «مولانا» دانستند اما این انیمیشن توانست فرهنگ کمترشناخته شده آسیای جنوب شرقی را به مخاطبان جهانی معرفی کند. رابا و آخرین اژدها با الهام از کشورهایی مانند تایلند، ویتنام، کامبوج، میانمار و فیلیپین، جهانی غنی و متنوع خلق کرد که نشان دهنده تلاش دیزنی برای گسترش دامنه فرهنگی آثارش بود. اگرچه این انیمیشن به قول منتقدان «هرگز آن قدر منحصره فرد نیست که بتواند خود را از بقیه انیمیشن های دیزنی جدا کند» اما نشان دهنده تعهد مستمر دیزنی به استفاده از داستان های متنوع فرهنگی است.

۲. معرفی فرهنگ با انیمیشن

فراتر از موفقیت تجاری، استفاده دیزنی از داستان های متنوع فرهنگی، تأثیرات فرهنگی و اجتماعی عمیقی داشته است. این آثار به عنوان پلی میان فرهنگ ها عمل کرده و به افزایش آگاهی و درک متقابل کمک کرده اند.

در سطح جهانی، انیمیشن های دیزنی به معرفی فرهنگ های کمتر شناخته شده به مخاطبان غربی کمک کرده اند. برای مثال، «مولانا» (۲۰۱۶) با معرفی اسطوره ها و فرهنگ پلی نزی، توجه را به این منطقه و چالش های زیست محیطی آن جلب کرد. همچنین، «کوکو» با نمایش

برش

ظرفیت ایران برای جهانی شدن

کمپانی والت دیزنی، با بیش از یک قرن تجربه در انیمیشن سازی، الگویی بی بدیل برای چگونگی بهره گیری از فرهنگ های متنوع جهانی ارائه کرده است. این غول سرگرمی، از اقتباس داستان های «برادران گریم» در «سفیدبرفی» تا خلق حماسه های مدرن مانند «مولان» و «مولانا»، نشان داده که فرهنگ نه تنها ابزاری برای داستان سرایی است، بلکه می تواند به عنوان پلی برای ارتباط میان ملت ها و اقوام برای نفوذ فرهنگی عمل کند. موفقیت دیزنی نهادهار گیشه خلاصه نمی شود؛ این کمپانی با معرفی فرهنگ های کمترشناخته شده به مخاطبان جهانی، به افزایش درک متقابل و تقویت نمایندگی گروه های مختلف کمک کرده اما این مسیر، با همه دستاوردهایش، خالی از چالش نبوده. انتقاداتی مانند تحریف فرهنگی یا بازنامایی کلیشه ای، دیزنی را وادار به اصلاح رویکرد هایش کرده و همکاری با مشاوران بومی و هنرمندان محلی را به بخشی از فرایند تولیدش تبدیل کرده است.

ایران، به عنوان سرزمینی با تنوع فرهنگی بی نظیر با گنجینه ای از اساطیر و افسانه های کهن مانند شاهنامه فردوسی، بستری غنی برای خلق انیمیشن هایی با هویت بومی فراهم می آورد. این تنوع، همراه با تاریخ چند هزار ساله و جغرافیای گسترده ایران، ماده خامی است که می تواند داستان هایی جهانی خلق کند اما آیا صرف استفاده از پوشش سنتی یک قوم یا انتخاب لوکیشنی ایرانی برای انیمیشن کافی است؟ پاسخ این است که خیر؛ تجربه دیزنی نشان می دهد که موفقیت در انیمیشن سازی فراتر از ظاهر می رود؛ نیاز به داستان سرایی اصیل، شخصیت پردازی

زین العابدین و فریبا نادری اشاره کرد. در این حادثه شیشه های بیش از ۱۰۰ خودرو و ساختمان شکسته و آتش سوزی همچنان ادامه دارد. تیم های امدادی و آتش نشانی به سرعت به محل اعزام شده اند و مسئولان در حال بررسی علت حادثه هستند. این حادثه موجی از اندوه و همدردی در میان مردم و هنرمندان کشور ایجاد کرده است.

سنت «روز مردگان» مکزیک، درک عمیق تری از این آیین فرهنگی ارائه داد. در سطح اجتماعی، تنوع فرهنگی در آثار دیزنی به تقویت نمایندگی گروه های مختلف در رسانه ها کمک کرده است. کودکان از نژادها و فرهنگ های مختلف اکنون می توانند قهرمانانی شبیه به خود را بر پرده سینما ببینند که این امر به تقویت حس عزت نفس و هویت فرهنگی آنها کمک می کند.

با این حال، استفاده دیزنی از داستان های فرهنگی متنوع با چالش ها و انتقاداتی نیز روبه روبروده است. مهم ترین انتقاد، مسأله «استعمار فرهنگی» و تحریف فرهنگ های غیرغربی برای مصرف غربی است. برای مثال، «علاءالدین» به دلیل بازنامایی کلیشه ای و گاه نادرست از فرهنگ خاورمیانه مورد انتقاد قرار گرفت. دیزنی در سال های اخیر تلاش کرده با استخدام مشاوران فرهنگی و همکاری با هنرمندان بومی، از دقت فرهنگی آثار خود اطمینان حاصل کند. برای مثال، در ساخت مولانا، گروهی از متخصصان فرهنگ پلی نزی با تیم تولید همکاری داشتند. همچنین در رابا و آخرین اژدها، تیم تولید از نویسندگان و هنرمندان آسیای جنوب شرقی کمک گرفت تا از صحت فرهنگی اثر اطمینان حاصل کند. چنین تأثیری را می توان برای انیمیشن های ایرانی نیز متصور شد؛ مخصوصاً این که ایران در منطقه جایگاه ویژه ای دارد و به عنوان قلب ایران فرهنگی شناخته می شود که در همسایگی خود کشورهایی با زبان و فرهنگ مشترک دارد و انیمیشن های ایرانی می توانند نه تنها پلی میان کشورهای ایران فرهنگی باشند که به عنوان بازوی فرهنگی دولت ها برای پیشبرد مقاصد سیاسی استفاده شوند.

عمیق و احترام به ریشه های فرهنگی دارد. انیمیشن هایی مانند «مولان» یا «کوکو» نه تنها به دلیل جلوه های بصری بلکه به خاطر روایت هایی که برای مخاطب جهانی زمینه هم ذات پنداری ایجاد می کنند، ماندگار شده اند. علاوه بر این، ایران در منطقه ای استراتژیک قرار دارد که به عنوان قلب «ایران فرهنگی» شناخته می شود؛ منطقه ای که شامل کشورهایی با زبان ها، آداب و تاریخ مشترک است. انیمیشن های ایرانی می توانند پلی میان این کشورها باشند و حتی به عنوان ابزاری برای پیشبرد دیپلماسی فرهنگی مورد استفاده قرار گیرند. همان طور که دیزنی در پروژه هایی مانند «سلام برادران» در راستای سیاست های دولت آمریکا عمل کرد، از منظر اقتصادی نیز، تولید آثاری با هویت ایرانی می تواند در ارکان های بین المللی، به ویژه در بازارهای آسیایی و خاورمیانه ای، سود سرشاری به همراه داشته باشد.

با این حال، چالش های پیش رو کم نیستند؛ انیمیشن سازی در ایران نیازمند سرمایه گذاری جدی، آموزش حرفه ای و همکاری با متخصصان فرهنگی است تا از کلیشه سازی یا تحریف هویت های بومی جلوگیری شود. تجربه دیزنی در استفاده از مشاوران فرهنگی می تواند الگویی عملی باشد. همچنین، انیمیشن سازان ایرانی باید از گرفتارشدن در دام تقلید صرف از فرمول های غربی پرهیز کنند و به جای آن، صدایی منحصر به فرد و اصیل خلق کنند که ریشه در فرهنگ خودشان دارد.

آینده انیمیشن ایران در گرو خلاقیت، تعهد به هویت فرهنگی و نگاهی جهانی است. اگر انیمیشن سازان ایرانی بتوانند با الهام از دیزنی، داستان هایی خلق کنند که هم ریشه در خاک این سرزمین داشته باشند و هم با قلب مخاطبان جهانی سخن بگویند، آنگاه می توانند نه تنها هویت پارتی را به جهان معرفی کنند، بلکه جایگاهی درخشان در صنعت انیمیشن جهانی به دست آورند. این مسیر دشوار است اما گنجینه فرهنگی ایران و استعداد های جوان این سرزمین، نویدبخش تحولی بزرگ اند. این زمان آن نرسیده که اساطیر پارتی به پرده های جهانی جان بگیرند؟

گیشه

«رویا شهر» دوروزه میلیاردی شد

انیمیشن سینمایی «رؤیا شهر» به کارگردانی محسن عنایتی و تهیه کنندگی مصطفی حسن آبادی که از سوم اردیبهشت ماه روانه پرده سینماهای سراسر کشور شده، در روز اول اکران با جذب نزدیک به ۱۱ هزار مخاطب میلیاردی شد و در میان آثار اکران شده کودک و نوجوان از ابتدای سال ۱۴۰۴ در همین بازه زمانی، در جایگاه اول ایستاد. همچنین جشن افتتاحیه یک هزار نفری این اثر، با حضور بچه ها و خانواده های شان پنجم اردیبهشت ماه در باغ کتاب تهران با حضور کاراکترهای انیمیشن و عوامل آن برگزار شد. این انیمیشن سینمایی قصه نوجوانی به نام «آرات» است که رؤیای قهرمانی در سر دارد و در سفری ماجراجویانه همراه دوستانش برای رسیدن به شهر رؤیایی خود، واقعیت های تازه ای را کشف می کند. مدیریت دوبلاژ «رؤیا شهر» برعهده امیر هوشنگ زند است و میرطاهر مظلومی، زنده یاد منوچهر والی زاده، منوچهر زند دل، نگین کیانفر، اردشیر منظم، لایلا کوهسار و... از صداپیشگان آن هستند.



فراخوان نخستین جشنواره بین المللی فیلم «آوای صلح»

معاونت فرهنگی - هنری خانه سرباز صلح ایران با همکاری معاونت فرهنگی اجتماعی و گردشگری دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد تجاری ارس در راستای اهداف فرهنگی و صلح طلبانه، با همکاری معاونت فرهنگی و گردشگری دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد، نخستین دوره جشنواره بین المللی فیلم «آوای صلح» را با هدف شناسایی و معرفی فیلم هایی با محوریت مفهوم صلح برگزار می کند.

موضوعات جشنواره عبارتند از: صلح در زندگی روزمره، تأثیرات صلح بر جامعه، میراث فرهنگی و همزیستی بومی، چالش های محیطی و راهکارهای صلح آمیز، نوآوری و فناوری در راستای صلح و تجربه های شخصی و داستان های الهام بخش.

این رویداد در بخش های فیلم های بلند سینمایی، فیلم های کوتاه داستانی، مستند و انیمیشن برگزار می شود و فیلم های سینمایی ایرانی و غیرایرانی تولید شده امکان شرکت در جشنواره را دارند.

رویداد

قاب

درآمد ۲۰ میلیاردی اکران سیار

اکران های مردمی عمار در شهرهای فاقد سینما، با ثبت درآمدی بالغ بر ۲۰ میلیارد و ۷۵۷ میلیون تومان از محل فروش و حمایت های مردمی، ظرفیت عظیم توزیع فرهنگی را آشکار ساخت. این مدل نوین که سینما را از انحصار سالن ها خارج کرده و بر پایه مشارکت مردمی، شبکه سازی محلی و خودسازماندهی فرهنگی بنا شده، در سال ۱۴۰۳ موفق به جذب بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار مخاطب جدید به جامعه سینمایی کشور شد. سامانه اکران مردمی با تسهیل فرآیند انتخاب و نمایش فیلم، اکران را به فعالیتی آسان و گسترده تبدیل کرده؛ یکی از نتایج آن نیز همین درآمد قابل توجهی است که پتانسیل بالای این شیوه توزیع در دسترس را تأیید می کند.

