



جای خالی آنها احساس می‌شود؟

به همه بچه‌هایی که در انیمیشن فعالیت دارند، پیشنهاد همکاری از سوی کمپانی‌های انیمیشن‌سازی خارجی می‌شود. در همین چند روز گذشته من چند پیشنهاد از کشورهای خارجی داشتم و در سال‌های گذشته هم پیشنهادهایی از سوی کشورهای صاحب سبک در دنیا داشته‌ام اما این که چرا نرفتم را نمی‌دانم. شاید چون دوست داشتم داستان گویی کنم و از کشور خودم بگویم. انیمیشن مدیوم و مدیای من برای داستان گویی است و فکر می‌کنم اینجا بهتر داستان می‌گویم. خیلی از بچه‌های انیمیشن مهاجرت می‌کنند و بسیار هم موفق هستند. برخی از آنها به کشورهای اطراف مثل ترکیه، مالزی و... که از نظر صنعت انیمیشن از ما بالاتر نیستند، مهاجرت می‌کنند و کار می‌کنند و بعد با پیشنهادهای خوب به کشورهای جهان اول می‌روند و در بهترین کمپنی‌های دنیا مثل دیزنی، انیمال لاجیک، دریم‌ورکس و سونی پیکچرز و ام‌پی‌سی کار می‌کنند.

و جایگزینی هم برای آنها هست؟

دانشگاه‌های ما باید به‌روزتر و قوی‌تر باشند. برای حرف زدن در دنیا و داشتن تیم باید بازیکن بسازید. به نظر من مقوله‌ای واجب‌تر از مدیا و فرهنگ وجود ندارد. ما از این جا باید تولیداتی داشته باشیم تا وسط بادکنک‌های فرهنگی که هر روز باد می‌کنند، خفه نشویم. ما باید بادکنک فرهنگی خودمان را داشته باشیم که باد کنیم تا میان این همه بادکنک زنده بمانیم. هجمه فرهنگی در دنیایی که یک دهکده جهانی است، در حال گسترش است و به همین دلیل سالانه بسیاری از زبان‌ها و فرهنگ‌های دنیا از بین می‌روند چون بچه‌ها و نسل جدید محتوای جای دیگری را می‌بینند و به آن گرایش پیدا می‌کنند. مخاطبان به جریان قالب‌تر وصل می‌شوند و باید ما هم حرفی برای گفتن داشته باشیم تا هم از نظر سیاسی و هم از نظر اجتماعی، فرهنگی و هنری بتوانیم در صحنه بمانیم.

محمدامین همدانی تهیه‌کننده:

انیمیشن، هنری بدون مرز با مخاطب جهانی است

محمدامین همدانی تهیه‌کننده انیمیشن «پسر دلفینی» معتقد است که تولید انیمیشن برای اکران در داخل ایران هیچ گونه صرفه اقتصادی به همراه ندارد و این آثار با توجه به برخورداری از زبان جهانی و ویژگی بدون مرز بودن می‌توانند در اکران خارجی برای سازندگان سودآوری به همراه داشته باشند. این انیمیشن که برای ایجاد همذات‌پنداری مخاطبان خارجی به چند زبان دوبله شده و از خوانندگان شاخص چند کشور برای بخش موزیک ویدیوی آن استفاده شده است، بعد از اکران و فروش ۲ میلیون دلاری در روسیه، به تازگی روی پرده سینماهای ایران رفته است و خود را برای اکران در ترکیه و چند کشور دیگر نیز آماده می‌کند.

«پسر دلفینی» اکران خود را با یک نمایش موفق در روسیه شروع کرد. تحلیل شما از این موفقیت چیست؟

انیمیشن به طور ذاتی بدون مرز است. وقتی تولید می‌شود، معلوم نیست در کجای دنیا تولید شده است اما برای این که با استقبال خوبی مواجه شود، باید فرآیندهای فرهنگی با کشور مقصد را داشته باشد و این همان بومی‌سازی است که هر انیمیشن باید از آن برخوردار باشد. باید تبلیغات بومی و همچنین بومی‌سازی در تصویر و صوت داشته باشد تا به موفقیت بیشتر آن کمک کند. به نظر من انیمیشن ایران رشد خوبی داشته است و اگر توزیع و اکران خوب راهم به آن ضمیمه کنیم، می‌تواند قابلیت این را داشته باشد که در سطح جهانی عرضه شود.

آیا تولید انیمیشن در ایران با تکیه بر فروش داخلی آن توجیه اقتصادی دارد؟

خیر. اگر انیمیشن به صورت سینمایی برای بازار داخل تولید شود، هیچ صرفه اقتصادی ندارد اما چون انیمیشن یک هنر بدون مرز است وقتی تولید می‌شود می‌تواند در اختیار همه دنیا قرار بگیرد و در نتیجه سودآوری داشته باشد.

یکی از بخش‌های مهم سینما، فیلمنامه است که در یک اثر انیمیشن علاوه بر مخاطب کودک و نوجوان باید بتواند مخاطب بزرگسال را هم راضی نگه دارد. یکی از نقاط قوت «پسر دلفینی» فیلمنامه است. چقدر در زمینه قوی بودن این بخش دغدغه داشتید؟

یکی از دلایلی که کار ما طول کشید این بود که در بخش سناریونویسی بیش از دو سال فقط روی داستان کار کردیم. برای آن که یک داستان چند لایه باشد تا هم بتواند مخاطب بزرگسال را جذب کند و هم کودکان از تماشای آن لذت ببرند. نقطه قوت این انیمیشن روایت داستان منسجم و چند لایه آن است.

شما به انیمیشن به عنوان یک هنر بدون مرز اشاره کردید و

در «پسر دلفینی» اشاراتی جذاب به هویت ایرانی کاراکترها و فضاهای است. تا چه حد در این زمینه دغدغه داشتید؟

ما مستقیماً به اسم خلیج فارس اشاره نکردیم، اما مشخص است که با توجه به آداب و رسوم، پوشش و ظاهر شخصیت‌ها متعلق به خلیج فارس است و از موسیقی‌ها، سمبل‌ها، فرهنگ و پوشش مردم تا تژاد شخصیت‌ها، تژاد ماهی‌های خلیج فارس با تحقیقات مفصل انجام شده که بیننده کاری را ببیند که هم به لحاظ کیفیت در جهان قابل عرضه باشد هم به لحاظ فرهنگ و آداب رسوم منطبق با محل زندگی خودش باشد و همذات‌پنداری کند.

فکر می‌کنید این انیمیشن در ادامه اکران، تا چه حد برای بچه‌ها در ایران و سایر کشورها جذاب باشد؟

در طراحی و ساخت این اثر دقت لازم را داشتیم و بازخوردها نشان می‌دهد که برای بچه‌ها نیز جذاب است. جایزه بزرگی به اسم آرکت هست که داورانش ۳۵۰۰ نفر از کودکان آسیای میانه و روسیه هستند. از بین آثاری که در روسیه اکران شد، «پسر دلفینی» با رأی بچه‌ها به عنوان بهترین کار لمسال روسیه انتخاب شد.

انیمیشن ایران در مقایسه با انیمیشن‌های روز دنیا در کجا ایستاده است و آیا با توان فعلی، از پتانسیل رقابت با آنها برخورداریم؟

مأمکن است از لحاظ حجم کار و زیرساخت‌های عجیب و غریبی که در انیمیشن‌های بزرگ و مطرح دنیا استفاده می‌شود، قلیل مقایسه نباشیم. مبالغی که آنها هزینه می‌کنند حدود هزار برابر بودجه‌های مرسوم تولید انیمیشن در کشور ما است. اما با این وجود ما کیفیت قابل قبولی در تصویر داریم و مزیت ما این است که اگر به داشته‌های فرهنگی خودمان بپردازیم، می‌توانیم مخاطبان منطقه خاورمیانه را جذب کنیم چون این آثار می‌توانند به لحاظ فرهنگی، احساس نزدیکی بیشتری با مخاطبان ایجاد کنند.

در دوبله آثار انیمیشن شرایط چگونه است؟

«پسر دلفینی» با فرهنگ منطقه‌ای که در آن اکران می‌شود، متناسب شده است. به عنوان مثال در این انیمیشن، دموویک ویدیو استفاده شده است که به زبان فارسی است اما در اکران این فیلم در روسیه، پخش کننده، خواننده بسیار مطرح روسی را دعوت کرد که موزیک ویدیوهای این انیمیشن را برای مخاطب روسی بخواند که این کار بسیار به برترندینگ و جذب مخاطبان روسی کمک کرد. در این کشور پیشنهاد شد که برای دوبله از و مایه سراغ بازیگران نرویم بلکه بهتر است صدای بچه‌ها خوب انتخاب کنیم که شاید مردم او را نشناسند اما صدایش تأثیرگذار باشد. در ایران هم تجربه نشان داده است که انتخاب صدای بچه‌ها خوب مؤثرتر است چون مخاطب آثار انیمیشن برای دیدن سلیبیتی و یا شنیدن صدای او به سینما نیامده است. ما هم بر اساس همین تجربه به این نتیجه رسیدیم که از صدای بچه‌ها استفاده کنیم.

علیرضا طلایی‌سجی برای دو موزیک ویدیوی فارسی این اثر چگونه انتخاب شد و چه ویژگی خاصی در صدای او بود؟

یکی از پارمترهای مهم در این موزیک ویدیو که درباره مادر است، انتقال احساس به مخاطب است و نیاز بود خواننده‌ای حرفه‌ای داشته باشیم که بتواند موسیقی توأم با احساس را به مخاطب منتقل کند. در مذاکرات متعددی که انجام شد، به این نتیجه رسیدیم که علیرضا طلایی‌سجی با توجه به صدای سرشار از احساس و همچنین طرفداران نوجوان بسیار زیادی که دارد، گزینه خوبی است.

بعد از روسیه این انیمیشن در چه کشوری اکران خواهد داشت؟

در اکران روسیه و در ۲۷۰۰ سالن سینما نزدیک به ۲ میلیون دلار از گیشه فروش داشتیم و اکنون در حال آماده‌سازی یک دوبله موسیقی خوب ترکی از سوی شرکت پخش ترکیه‌ای هستیم و قرار است که نزدیک سال جدید میلادی این انیمیشن اکران گسترده‌ای در ترکیه داشته باشد.

سخن آخر؟

اگر بخواهم به دشواری‌ها در تولید اشاره کنم، یک سری موانع زیرساختی است و زیرساخت‌های ما قلیل مقایسه با دنیا نیست. برخی هم موانع سرمایه‌ای و مجوزی است از جمله بحث بیمه، مالیات، شهرداری، عوارض و... که این مسائل برای تولید فرهنگی خیلی کمرشکن و سنگین است. ساخت یک اثر انیمیشن یک کار تیمی است و حدود ۱۵۰ نفر همکاری دارند و وقتی می‌خواهید شخصی جدید را جایگزین کنید باید به او هم کار تخصصی و هم اخلاق حرفه‌ای را آموزش دهید. چرا که ساخت انیمیشن چند سال طول می‌کشد تا به نتیجه برسد و باید برای آنها کار تیمی رانهدینه کرد. در نهایت امیدوارم مخاطبان ایرانی که فیلم انیمیشن «پسر دلفینی» را می‌بینند، هم از دیدن آن لذت ببرند و هم به ایرانی بودن آن افتخار کنند.