

بررسی خلاءها و چالش‌های حقوقی سینما

نشست تخصصی «خلاءها و چالش‌های حقوقی سینمای ایران» برگزار می‌شود. در ادامه برگزاری سلسله جلسات آسیب شناسی مشکلات سینمای ایران و ارائه راهکارها نشست تخصصی «خلاءها و چالش‌های حقوقی سینمای ایران» با هدف ارائه یافته‌های پژوهشی در موضوعاتی همچون حقوق مخاطب، مالکیت معنوی، نظام قراردادها و... در خانه سینما برگزار می‌شود. در این نشست که روز دوشنبه هشتم تیر ماه چاری از ساعت ۱۶ در سالن سیف‌الله داد خانه سینما آغاز می‌شود، محمدجواد ولی‌زاده پژوهشگر سینما و مهدی کوهیان حقوقدان سخنرانی خواهند کرد. این نشست توسط معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی سازمان سینمایی و با همکاری خانه سینما برگزار می‌شود. حضور برای عموم آزاد است.



مهر

پخش بازی بعدی ایران در سینماها؛ به شرط صعود

مسعود نجفی، مدیرکل روابط عمومی سازمان سینمایی گفت: با توجه به استقبال بسیار خوبی که از پخش بازی ایران و بلژیک در سینماها شد، امیدواریم بازی بعدی ایران هم در صورت صعود به مرحله بعد در سینماها پخش شود.



ایرنا

وی درباره عدم نمایش بازی ایران و مصر در سینماها اظهار کرد: به دلیل همزمانی این مسابقه با تعطیلی سالن‌های سینما که مصادف با شهادت امام سجاد (ع) بود امکان پخش بازی فراهم نشد اما امیدواریم روز جمعه ۱۲ تیرماه ساعت ۶ و ۳۰ دقیقه صبح سینماها بار دیگر میزبان علاقه‌مندان فوتبال برای تماشای بازی ایران و سوئیس باشند و دوباره شاهد این شور و حال در سالن‌ها باشیم.

گفت‌وگو با محمد مهدی مشکوری، تهیه‌کننده انیمیشن:

مشکل اصلی انیمیشن ایران، جهت‌گیری بازار است

در سال‌های اخیر صنعت انیمیشن ایران با رشد تولیدات و افزایش توجه به بازارهای بین‌المللی، هم‌زمان با چالش‌هایی در زمینه هویت‌پردازی و مدل‌های اقتصادی مواجه بوده است. کارشناسان این حوزه معتقدند نسبت میان آثار فرهنگی و الزامات تجاری، یکی از مسائل اصلی پیش‌روی تولیدکنندگان است. در همین زمینه، محمد مهدی مشکوری، تهیه‌کننده انیمیشن و از فعالان این حوزه، در گفت‌وگویی به بررسی ظرفیت‌های محتوایی انیمیشن ایرانی، نقش حمایت‌های نهادی و همچنین موانع حقوقی و اقتصادی در مسیر تولید آثار هویت‌محور پرداخته است.

محمد مهدی مشکوری، تهیه‌کننده انیمیشن، در پاسخ به اینکه چطور می‌توان یک انیمیشن با مولفه‌های هویت ملی تولید کرد، گفت: توجه به گروه سنی مخاطب در تولید انیمیشن نقش تعیین‌کننده دارد. اگر مخاطب خردسال یا کودک باشد، می‌توان مفهوم هویت ملی را در قالبی عمومی‌تر و جهانی‌تر مطرح کرد و لزوماً نیازی به تأکید مستقیم بر نشانه‌های فرهنگی نیست، اما در آثار نوجوان و بزرگسال شرایط متفاوت است و امکان استفاده از عناصر هویتی و شخصیت‌های ملی بیشتر وجود دارد.

مشکوری افزود: ما در ایران ظرفیت بالایی در حوزه قهرمانان ملی، به‌ویژه چهره‌های معاصر داریم و می‌توان از این ظرفیت برای خلق شخصیت‌ها و روایت‌های جذاب استفاده کرد. به گفته او، انیمیشن رسانه‌ای بین‌المللی است و همین موضوع باعث می‌شود تولیدکنندگان همواره میان حفظ هویت بومی و جذب مخاطب جهانی در رفت‌وآمد باشند.

وی بیان کرد: یکی از چالش‌های اصلی تولید انیمیشن در ایران، مسئله بازار و بازگشت سرمایه است. او توضیح داد: در بسیاری از پروژه‌ها نگاه اقتصادی بر انتخاب سوزو و طراحی اثر غلبه دارد و همین موضوع باعث می‌شود برخی عناصر هویتی کمتر در آثار دیده شوند.

این تهیه‌کننده ادامه داد: اگر هدف تولید آثار فرهنگی و هویت‌محور باشد، ظرفیت‌های بسیار گسترده‌ای در اختیار داریم. او گفت: از شاهنامه و

مهر

اسطوره‌های ایرانی گرفته تا داستان‌های «کلیله و دمنه» و زندگی قهرمانان معاصر، همگی قابلیت اقتباس در انیمیشن را دارند. مشکوری اذعان داشت: مشکل اصلی کمبود محتوا نیست، بلکه جهت‌گیری بازار و مدل سرمایه‌گذاری است. او اظهار کرد: بسیاری از فعالان این حوزه پیش از هر چیز به فروش و بازگشت سرمایه فکر می‌کنند و همین موضوع مسیر تولید را تعیین می‌کند.

وی در ادامه گفت: در صورت حمایت‌های نهادی مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، می‌توان بخشی از ریسک تولید را کاهش داد و امکان پرداختن به موضوعات کمتر تجاری را فراهم کرد.

مشکوری تصریح کرد: انیمیشن ظرفیت بالایی برای بازآفرینی جهان‌های اسطوره‌ای و تاریخی دارد؛ فضاهایی که در سینمای رئال یا بسیار پرهزینه‌اند یا اساساً امکان اجرا ندارند.

او همچنین با اشاره به صنایع جانبی انیمیشن اظهار کرد: یکی از مشکلات جدی در ایران ضعف در قانون‌گذاری و مالکیت معنوی است. به گفته او، در برخی موارد نهادهای پخش‌کننده خود را مالک آثار می‌دانند و این موضوع مانع توسعه بازارهای جانبی می‌شود.

وی افزود: ادبیات کودک و نوجوان ایران منبع ارزشمندی برای اقتباس است و کمبود محتوا نداریم، بلکه مشکل اصلی جهت‌گیری بازار است.

مشکوری در پایان گفت: انیمیشن ایرانی ظرفیت حضور جدی در بازارهای جهانی را دارد و به همین دلیل سرمایه‌گذاران معمولاً به سمت پروژه‌هایی می‌روند که امکان فروش بین‌المللی بیشتری داشته باشند.

