

نیایش احمدی | «سفینه نجات» تلاش تازه‌ای در سینمای پویانمایی ایران است؛ اثری که در کنار روایت ماجراجویانه و جهان فانتزی خود، مفاهیمی همچون قهرمان، مقاومت، ایمان و انتظار را با زبانی متناسب با مخاطب کودک و نوجوان دنبال می‌کند. این فیلم همچنین می‌کوشد میان فرهنگ ایرانی، اسلامی و استانداردهای روایت و تولید در پویانمایی روز جهان پیوندی ایجاد کند؛ مسیری که در کنار چالش‌های اقتصادی و محدودیت‌های بازار داخلی، نگاه به اکران بین‌المللی و توسعه بازارهای جهانی را نیز ضروری کرده است. در همین زمینه با محمدامین همدانی، تهیه‌کننده انیمیشن «سفینه نجات» درباره شکل‌گیری ایده و هویت این اثر، چگونگی روایت مفاهیم دینی برای کودکان و همچنین برنامه‌های آینده این مجموعه گفت‌وگو کرده‌ایم.

■ **جرقه اصلی ایده «سفینه نجات» از کجاشکل گرفت؟**

جرقه اصلی ایده «سفینه نجات» زمانی شکل گرفت که مشغول اکران بین‌المللی «پسر دلفینی ۱» بودیم. در آن مقطع، دغدغه‌ای را روی دوش خودمان احساس می‌کردیم؛ اینکه یک حرف جهانی برای گفتن وجود دارد و دنیا به قهرمان نیاز دارد؛ قهرمانی واقعی که در آینده نزدیک اتفاق خواهد افتاد و دنیا را از ورطه انحطاط نجات خواهد داد. به همین دلیل، ترکیب مفاهیم دینی، قیام عاشورا و ظهور منجی، به دغدغه اصلی ما تبدیل شد و درنهایت به ایده «سفینه نجات» رسیدیم. این ایده ترکیبی از ایده اولیة هادی محمدیان (کارگردان اثر) و حجت‌الاسلام حامد کاشانی (پژوهشگر دینی) بود.

■ **چطور به این رسیدید که یک مفهوم ایرانی اسلامی را برای کودکان به تصویر بکشید که جنبه آموزشی و بازنمایی فرهنگ اسلامی داشته باشد؟**

به نظرمان رسید که مفهوم قهرمان، یک مفهوم جهان‌شمول است. یعنی اگر داریم درباره قهرمان صحبت می‌کنیم، چه اسم یک شخص و یک مصداق مشخص از قهرمان واقعی را که هزارو ۴۰۰ سال پیش وجود داشته، بیاوریم و چه نیاوریم، اگر به مفهوم قهرمان برسیم و آن را درست ارائه کنیم، مخاطب در سراسر دنیا می‌تواند با آن ارتباط برقرار کند. یکی از توصیه‌های حاج آقای پناهیان هم این بود که اگر قهرمانی را که از آن صحبت می‌کنید و در ذهن ما یک مصداق مشخص دارد، فقط به عنوان حامی و نجات‌دهنده کودکان معرفی کنید، همین مفهوم به اندازه کافی دراماتیک و جذاب است و برای شکل دادن به مفهوم قهرمان کفایت می‌کند. انگار شما با همین تعبیر ساده و جهان‌شمول، همان رسالت عاشورا را ادامه می‌دهید. ما نیز چند قاعده برای خودمان گذاشتیم. اینکه قاعده‌های گرافیکی را باید به درستی حفظ کنیم اما درباره فرهنگ، چند بار آزمون و خطا کردیم تا ببینیم فرهنگ‌های مختلف، اگر با استاندارد درست ارائه شوند، برای مخاطبان جذاب هستند یا نه. کما اینکه در پویانمایی «افسون» فرهنگ کلمبیا به خوبی نشان داده می‌شود؛ در «لوکا» فرهنگ ایتالیا را می‌بینیم و در «کوکو» فرهنگ مکزیک به تصویر کشیده شده است. در نتیجه، مردم با دیدن فرهنگ‌های دیگر مشکلی ندارند؛ مسئله این است که این فرهنگ‌ها باید در قالب و استاندارد درست ارائه شوند.

■ **همکاری با بامداد افشار (آهنگساز) چطور به شکل‌گیری هویت موسیقایی «سفینه نجات» کمک کرد؟**

بامداد افشار یک هویت موسیقایی بسیار جذاب را پسندید؛ ایده از هادی محمدیان بود و بر استفاده از نواهای قدیمی عاشورایی در ملودی‌ها و همچنین سازهای تعز به تأکید داشت. محمدیان مقداری منبع هم برای آن جمع کرد و به‌سختی توانست این ایده را توضیح دهد، اما بامداد افشار، با وجود خلاقیت‌ها و نوآوری‌های بسیار خوبی که در کارهایش دیده بودیم، توانست با چنین پیشنهادی ارتباط برقرار کند و درنهایت خروجی بسیار جذابی به وجود آورد. نکته بعدی، شعرهایی است که به نظر در این فیلم بسیار موفق هستند. ما هفت موسیقی، هفت ترانه و ترانه در این فیلم داریم که به نظر من یکی از دیگری زیباتر هستند و عاشق آن‌ها هستم.

■ **همکاری با هادی محمدیان به عنوان کارگردان اثر چطور بود؟**

همکاری با ایشان خیلی خوب است، چون دقیقاً می‌داند چه می‌خواهد. شاید کارگردان خیلی سخت‌گیری باشد، اما حرفش را عوض نمی‌کند و دقیقاً می‌داند به چه چیزی

محمدامین همدانی از تجربه تولید انیمیشن «سفینه نجات» و آینده این هنرصنعت می‌گوید

بقای پویانمایی ایرانی در گرو جهانی شدن



می‌خواهد برسد. به همین دلیل، کارکردن با او بسیار خوب است. البته هادی محمدیان همیشه یک «بیگ‌پروداکشن» انتظار دارد و تولیداتش معمولاً پرهزینه هستند اما این هزینه همیشه ارزشش را دارد.

■ **در یکی از سکانس‌ها، با نذری گرفتن هم شوخی شده بود که برای کودکان جالب بود و به نظر می‌رسید آن را درک کرده‌اند. والدین هم در بسیاری از سکانس‌ها همراه کودکان می‌خندیدند و با فیلم همراه می‌شدند. به نظر شما یک اثر کودکانه باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد تا هم مخاطب کودک را جذب و هم بزرگ‌ترها را با خود همراه کند؟**

درواقع، سکانس نذری یکی از سکانس‌هایی بود که باید فضای داستان را بومی نشان می‌داد؛ یعنی مرز دقیقی میان کارهای ایرانی و خارجی در ذهن کودک ایجاد می‌کند. بچه‌ها از این جهت با این سکانس ارتباط برقرار می‌کنند که برایشان حس صمیمیت و آشنایی دیرینه‌ای دارد. ما سعی کردیم مفاهیم عمیق را با بیان کودکانه مطرح کنیم. به عنوان مثال، اینکه هر ملتی شجاعت به خرج بدهد و مقاومتش را از دست ندهد، پیروز می‌شود، این مفهوم برای مخاطب بزرگسال هم جذاب است، اما فضای اصلی و حال‌وهوای کار، منطق با مخاطب اصلی، یعنی کودک ساخته شده است.

■ **دیالوگی بین شخصیت‌ها گفته می‌شد با عنوان «قهرمان زنده است». این دیالوگ در فیلم دقیقاً چه مفهومی دارد و چگونه آن را برای مخاطب کودک مناسب‌سازی کردید؟**

یکی از چالش‌برانگیزتر تین بخش‌های داستان، همین موضوع «قهرمان زنده است» بود. چالش ما این بود که از دل اعتقادات، یک مفهوم جدی را به شکلی برای بچه‌ها مطرح کنیم که هم مفهوم اصلی آن حفظ شود و هم برای مخاطب کودک قابل درک باشد. برای این کار، از شخصیت «هانی» کمک گرفتیم و تلاش کردیم مفهوم «قهرمان زنده است» در مکالمه بین دریا و هانی، از زبان هانی منتقل شود. سعی کردیم این مفهوم را در قالبی متناسب با فضای داستان و مخاطب کودک بیان کنیم تا محتوا از فرم خارج نشود و کودک بتواند به راحتی آن را بفهمد و با آن ارتباط برقرار کند.

■ **اشاره به بحران آب و خشکی در یاها در داستان وجود دارد. برای مخاطب کودک چنین پیام‌هایی باید واضح مطرح شوند یا غیرمستقیم؟**

اصولاً قصه جایی است که مفاهیم در آن به صورت غیرمستقیم منتقل می‌شوند. هر چه به سن نوجوانی نزدیک‌تر می‌شویم، بیان مستقیم مفاهیم جذابیت کمتری پیدا می‌کند و قصه این کمک را می‌کند که مضمون داستان، بدون بیان مستقیم، به مخاطب منتقل شود. البته در سینمای کودک، در همان قصه‌ها اتفاق‌ها باید صریح و بدون پیچیدگی روایت شوند. پیچیدگی‌های روایی که در سینمای بزرگسال وجود دارد، برای کودک جذاب نیست و به نظرم همین، یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های سینمای کودک و نوجوان ماست.

کنار ترکیبی از یک پوستر یا یک تیزر می‌بینید و این ترکیب می‌تواند معنای اثر را در بافت و فرامتن هم به مخاطب منتقل کند. «سفینه نجات» هم یک تم فضایی دارد، هم یک تم ماجراجویانه و نجات و هم برای کسانی که این دغدغه و جذابیت را دارند، می‌تواند یک اشاره مشخص داشته باشد. به همین خاطر، به نظر اسم بسیار چندوجهی و پرمفهومی است؛ اسمی که می‌تواند هم مخاطبی را که به ماجراجویی و فضاهای علمی تخیلی و فضایی علاقه‌مند است جذب کند و هم مخاطب دغدغه‌مندی را که دوست دارد بداند ما در این محصول چه کرده‌ایم.

■ **پیام‌های غیرمستقیم درباره مفهوم ایمان و انتظار را با چه تکنیک‌های روایی و بصری به مخاطب کودک منتقل کردید تا ماندگار شوند؟**

پیام‌های غیرمستقیم فیلم با چند تکنیک منتقل شده‌اند. یکی از این تکنیک‌ها استفاده از تمثیل و استعاره در انیمیشن است. اگر تمثیل و استعاره به درستی اجرا شوند، به دلیل ماهیت انیمیشن که عنصر خیال در آن نقش اصلی را دارد، برای مخاطب بسیار قابل پذیرش هستند. یعنی اگر مثالی که می‌زنید در قالب انیمیشن ارائه شود، حتی اگر مثال خیلی دور باشد، مخاطب آن را می‌پذیرد.

اما اگر همان مثال را در یک اثر رئال و به شکل منطقی مطرح کنید، ممکن است همه تعجب کنند. پویانمایی اساساً بستری برای استعاره است. فکر می‌کنم این پیام‌های غیرمستقیم در چند بخش فیلم خیلی خوب کار کرده‌اند.

یکی از آن‌ها، تقابل با انفعال در زمینه ظهور است که به نظرم موضوعی است که در چند دهه اخیر با آن مواجه بوده‌ایم. نکته دوم این است که اگر قهرمان بمیرد، آیا دیگر قهرمان نیست؟ ما در فیلم به این شبهه پاسخ دقیقی می‌دهیم و درواقع، مبنای مقاومت را تبیین می‌کنیم؛ موضوعی که به نظرم برای کشور در این ایام، نکته بسیار استراتژیکی است.



■ **انتخاب نماد سفینه به عنوان کشتی نجات، چقدر آگاهانه و براساس حدیث «سفینه النّاة» بود و اصلاً چرا نام «سفینه نجات» را انتخاب کردید؟**

انتخاب نماد «سفینه نجات» دقیقاً با پیشنهاد بسیار سازنده طراح کاراکتر پروژه، آقای خیراندیش شکل گرفت. وقتی ایشان وارد پروژه شدند، پیشنهاد دادند که چرا اسم فیلم را خیلی شفاف «سفینه نجات» نگذاریم. این پیشنهاد خیلی به دل من نشست و درنهایت تا انتهای کار و حتی تا لحظه‌ای که فیلم روی پرده آمد، روی همین نام ماندیم. البته بسیاری در طول مسیر نسبت به این انتخاب شبهه وارد می‌کردند و می‌گفتند این کار را نکنید و انتخاب درستی نیست، اما به نظر من اتفاقاً ایده بسیار خوبی بود. به خصوص اینکه شما اسم فیلم و لوگو آن را همیشه در

و از این طریق، به استانداردهای رایج در بازارهای بین‌المللی نزدیک‌تر شویم.

■ **وضعیت کلی پویانمایی در ایران چطور است؟ هم از منظر کیفیت از سمت انیمیشن‌سازان و هم حمایت از سمت نهاده‌ها؟**

اگر بخواهیم از منظر کیفیت تولید نگاه کنیم، می‌تواند وضعیت خوبی داشته باشد؛ اما یکی از مسائل مهم، بحث توجه اقتصادی تولید است. انیمیشن سینمایی اگر فقط بخواهد در سینمای ایران بفرودش، معمولاً نمی‌تواند هزینه‌های تولید خود را برگرداند و از نظر اقتصادی توجیه ندارد. بنابراین، حتماً باید بتواند در بازارهای بین‌المللی چند برابر فروش داخلی داشته باشد. در کنار آن، در حوزه محصولات جانبی هم داریم تلاش می‌کنیم این مسیر به یک مسیر پایدار تبدیل شود و در این زمینه اقدام‌های خیلی خوبی صورت گرفته است. برای محصولات جانبی، حمایت تلویزیون را هم می‌خواهیم که خوشبختانه تا حد زیادی محقق شده است. اگر پویانمایی ایران این دقت‌ها را در تولیداتش داشته باشد و همزمان به بازار بین‌المللی و محصولات جانبی توجه کند، می‌تواند یک اثر باکیفیت را روی پرده سینما برود و در عین حال، از نظر اقتصادی هم به یک تولید توجیه‌پذیر تبدیل شود. در مورد حمایت ارگان‌ها هم به نظرم در بعضی بخش‌ها، اگر ارگان‌ها سفارش دهند یا مشارکت‌کننده نباشند، می‌توانند در حوزه‌هایی که توان یا زیرساخت تهیه‌کننده به آن نمی‌رسد، وارد شوند. برای مثال، در حوزه تبلیغات، به خصوص تبلیغات محیطی یا تبلیغات تلویزیونی، می‌توانند کمک کنند که این موضوع اهمیت زیادی دارد. در بعضی بخش‌های دیگر هم که نیاز به سازماندهی و ساختار وجود دارد، می‌توان از ظرفیت ارگان‌ها استفاده کرد. برای مثال، حضور مدارس در سینماها و برگزاری اردوهای سینمایی، اقدامی است که از عهده تهیه‌کننده خارج است و به حمایت‌های ارگانی نیاز دارد. در مجموع، اگر این حمایت‌ها در بخش‌هایی که خارج از توان تهیه‌کننده است اتفاق بیفتد، می‌تواند به دیده‌شدن بهتر آثار و پایداری اقتصادی صنعت پویانمایی ایران کمک کند.

■ **آیا برنامه‌ای برای شرکت در جشنواره‌های فیلم داخلی و خارجی و پخش از سکوهای خارجی هم دارید؟**

در مورد جشنواره‌های داخلی، متأسفانه ما دیگر امکان حضور در جشنواره فیلم کودک و نوجوان اصفهان را نداریم؛ به این دلیل که فیلم در ماه شهریور اکران شده است. خیلی علاقه داشتیم فیلم در این جشنواره حضور پیدا کند. در مورد «پسر دلفینی» هم چنین علاقه‌ای داشتیم، اما به دلیل اینکه فیلم در شهریور اکران شد، دیگر اجازه حضور در جشنواره کودک و نوجوان اصفهان را پیدا نمی‌کند.

در مورد جشنواره‌های خارجی، حتماً فیلم برای حضور در جشنواره‌های خارجی ارسال خواهد شد و امیدواریم با توجه به سبک روایی جدیدی که دارد، نگاه مثبتی به آن شود. البته معمولاً فیلم‌های سینمایی انیمیشن در جشنواره‌ها اقبال چندانی ندارند. منظورم بیشتر جشنواره‌های معتبر و تراز اول است. در این جشنواره‌ها معمولاً بیشتر به انیمیشن‌هایی توجه می‌شود که یا از تکنیک‌های سنتی و قدیمی، مثل استاپ‌موشن استفاده کرده‌اند یا از یک آرت خاص و شاخص برخوردارند. به همین دلیل، مسیر جریان اصلی یا همان مین‌استریم، معمولاً در جشنواره‌های معتبر انیمیشن چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرد.

با این حال، ما مسیر حضور در جشنواره‌های خارجی را دنبال خواهیم کرد و امیدواریم این فیلم به دلیل سبک روایی متفاوتش بتواند مورد توجه قرار بگیرد. در مورد سکوهای خارجی هم برنامه برای پخش بین‌المللی فیلم وجود دارد و تلاش می‌کنیم در کنار اکران داخلی، مسیر عرضه و توزیع آن را در بازارهای خارجی نیز دنبال کنیم.

■ **در حال حاضر اثر جدیدی در دست ساخت دارید؟**

بله، چند اثر هستند که بعضی از آن‌ها پروژه‌های بین‌المللی‌اند و در حال حاضر با سرمایه‌گذاری خارجی پیش می‌روند. درباره تولیدات خودمان هم، ادامه این مسیر تا حد زیادی به میزان فروش «سفینه نجات» بستگی دارد. با توجه به آسیب‌هایی که از مشکلات اقتصادی و همچنین جنگ متحمل شدیم، به طبع ادامه تولید و سرمایه‌گذاری روی آثار جدید با چالش‌هایی همراه است. با این حال، امیدواریم فیلم بتواند فروش خوبی داشته باشد تا بتوانیم این مسیر را ادامه دهیم و تولید آثار جدید خودمان را نیز تداوم ببخشیم.

خانم شهربانو هادوی فرزند هادی

شماره پرسنلی ۳۰۷۲۹۸۵۷

کارمند آموزش و پرورش تبادکان

با عنایت به ارسال رای قابل پژوهش هیات بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان آموزش و پرورش خراسان رضوی، از تاریخ انتشار این آگهی حداکثر ظرف مدت ۱۰ روز جهت دریافت رای به کارشناسی امور اداری منطقه محل خدمت خود مراجعه نمایید.

داریوش پایسته

معاون مدیر کل و مدیر آموزش و پرورش تبادکان

آقای احسان قشقائی فرزند احمد

شماره پرسنلی ۱۱۱۹۵۵۶ کارمند آموزش و پرورش تبادکان

با عنایت به ارسال رای قابل پژوهش هیات بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان آموزش و پرورش خراسان رضوی، از تاریخ انتشار این آگهی حداکثر ظرف مدت ۱۰ روز جهت دریافت رای به کارشناسی امور اداری منطقه محل خدمت خود مراجعه نمایید.

داریوش پایسته – معاون مدیر کل و مدیر آموزش و پرورش تبادکان

تا چابیت سرد میشه ، آگهی تو سفارش بده

همین قدر راحت و سریع

پذیرش آگهی غیر حضوری در روزنامه قدس

۰۵۱۳۷۰۸۸

