گیشه نمایش

بی‌توجهی چینی به «رایا»

«رایا و آخرین اژدها» با وجود مضمون و حال و هوای چینی خود، نتوانست موفقیتی در جدول گیشه نمایش سینماهای چین به‌دست بیاورد. فیلم با افتتاحیه‌ای بالای ۸ میلیون دلار، در ردیف سوم جدول نشست. مقام اول و دوم را دو محصول داخلی کمدی خانوادگی «سلام، مامان» و اکشن ماجراجویانه «پایان بازی» با فروش‌هایی ۲۳ و ۱۱ میلیون دلاری داشتند. کمدی اکشن «کارآگاه چینی تاون ۳» هم ۸ میلیون دلار فروش کرد و مقام چهارم جدول را گرفت.

دو فیلم سلام مامان و کارآگاه چینی تاون ۳ بعد از ۲۴ روز اکران عمومی به فروش‌های بی‌نظیر ۷۸۴ و ۶۸۰ میلیون دلاری دست پیدا کرده‌اند. پایان بازی هم بعد از دو هفته نمایش عمومی، فروش خود را به رقم ۹۰ میلیون دلار رسانده است.

با توجه به فروش یک میلیارد دلاری محصولات سینمایی در تعطیلات سال نو چینی در سه هفته قبل، هالیوودی‌ها امیدوار بودند اکران عمومی بسیار خوب و موفقی در جدول گیشه نمایش سینماهای این کشور دور آسیا داشته باشند. عدم استقبال تماشاگران چینی از بلاک باسترهای هالیوودی همچون رایا و آخرین اژدها و نسخه زنده / کارتونی «تام و جری» (که طی دو هفته اکران عمومی در چین، فقط ۱۵ میلیون دلار فروش داشته است!) باعث ناامیدی شرکت بزرگ فیلمسازی آمریکایی شده است. /باکس‌آفیس

«ارتش» زمستانی باتیستا

«ارتش مردگان» دیو باتیستا اواخر سال جاری میلادی به صورت استریم پخش می‌شود. قبل از این قرار بود این اکشن دلهره‌آور، تابستان سال ۲۰۲۱ پخش اینترنتی شود. مدیران شبکه نتفلیکس می‌گویند تابستان زمان مناسبی برای پخش این فیلم نیست. باتیستا در فیلم در قالب رئیس گروهی از داوطلبان مبارز بازی می‌کند که برای مبارزه با زامبی‌ها در شهر لاس‌وگاس راهی این محل می‌شود. دختر او هم در این شهر، در خطر مرگ قرار دارد. / ددلاین

فعالیت کارتونی فوندا

جین فوندا صدایش را به شخصت اصلی انیمیشن «شانس» قرض می‌دهد. این کمدی خانوادگی توسط واحد انیمیشن شرکت فیلمسازی اسکای دنس و شبکه اپل تهیه می‌شود و به صورت استریم پخش خواهد شد. در فیلم، فوندا به جای اژدهایی حرف می‌زند که در دوران باستان با خطر نابودی محل زندگی‌اش روبه‌رو می‌شود. او باید با غلبه بر ترس‌هایش، راه نجاتی پیدا کند. / کولیدر

نمایش فیلم «باربر شماره یک» در هند جنجالی شد

بازگشت شماره یک‌ها به بالیوود

کیکاووس زیاری

سینمای جهان

گونه کمدی در بالیوود حال و هوای خاص خود را دارد و شاید تماشاگران غیرهندی نتوانند با این نوع کمدی ارتباط برقرار کنند. با این حال، خود هندی‌ها این نوع کمدی اغراق شده را دوست دارند و همراه با بازی غلو شده بازیگران نقش‌های کمدی با صدای بلند می‌خندند. در همین حال، این روزها در سینمای هند هم، دوباره‌سازی محصولات موفق کلاسیک و نسبتا قدیمی رونق گرفته است و هر چند وقت یک بار، یکی از فیلم‌های موفق دهه‌های گذشته با حضور بازیگران جوان و امروزی بالیوود جلوی دوربین می‌رود. «باربر شماره یک / کولی نامبروان» یکی از همین فیلم‌هاست که قرار بود در اکران عمومی‌اش به اصطلاح بترکاند و فروش بسیار بالایی کند! دیوید دهاوان، کمدی‌ساز معروف و موفق چهار دهه اخیر سینمای هند، کارگردانی این کمدی خانوادگی را انجام داده است. این فیلم نسخه دوباره‌سازی شده یک بلاک باستر دهه ۹۰ میلادی است. البته کارگردانی نسخه اصلی را هم خود دیوید دهاوان به‌عهده داشت.

باربر شماره یک داستان جی کیشن (جاوید جعفری) مردی است که وظیفه‌اش پیداکردن همسران مناسب برای جوانان است! با این حال، ماجراهای فیلم با او آغاز می‌شود. بعد از آن‌که جفری رودریگوئز نواب و طماع (پارش راوال) در جریان یک خواستگاری جی کیش را تحقیر می‌کند، او به فکر انتقامگیری می‌افتد. برای این منظور، جی کیشن سراغ راجو باربر (وارون دهاوان) می‌رود که جوانی فقیر است و اتفاقا دلباخته سارا (سارا علی‌خان) دختر جفری رودریگوئز شده است. چی کیشن راجو را به دروغ تبدیل به یک نواب تازه از خارج آمده به نام راج سینگ کرده و به خواستگاری دختر جفری می‌رود. جفری طماع که فریفته ثروت و مکنت راجای قلابی شده، دخترش را به عقد ازدواج او درمی‌آورد. در دنباله ماجرا، راجوی باربر باید تلاش کند تا پدرزنش پی به هویت واقعی او نبرد. این کار سخت است و پدرزن به‌زودی متوجه هویت واقعی راجو و رودستی می‌شود که از جی کیشن خورده است.

اولین در پلتفرم‌های اینترنتی

چهل و پنجمین ساخته سینمایی دیوید دهاوان (که عمده ساخته‌هایش جزو فیلم‌های موفق و پرفروش جدول گیشه نمایش سینماهای هند بوده‌اند)، اولین محصول سینمایی اوست که سر از پلتفرم‌های اینترنتی درآورد. با وجود تلاش سخت کارگردان برای عدم انجام این کار، ادامه بیماری کرونا و تعطیلی سینمای هند تهیه‌کنندگان باربر شماره یک را به این نتیجه رساند که فیلم‌شان را به‌صورت استریم پخش کنند. فیلم که باید اول ماه می ۲۰۲۰ روی پرده سینماها می‌رفت، بالاخره ۲۵ دسامبر همین سال از طریق آمازون پرایم ویدئو پخش اینترنتی شد. واشو باگنانی تهیه‌کننده این کمدی انتظار اکران عمومی بسیار موفق فیلمش را داشت اما شیوع کرونا و ماندگاری‌اش مانع از برآورده شدن این رویا شد. دو بازیگر اصلی فیلم وارون دهاوان و سارا علی‌خان هم حساب ویژه‌ای روی اکران عمومی این فیلم در سالن‌های سینماهای منفرد و مولتی پلکس‌ها باز کرده بودند.

چند عارضه منفی

با وجود این، به‌جز بیماری کرونا عارضه منفی دیگری هم گریبان سازندگان باربر شماره یک را گرفت. مرگ مشکوک سوشانت راجپوت سینگ (که در ابتدا خودکشی عنوان شد) جامعه هند را علیه آقازادگی برانگیخت. بالیوود هم که در راس جریانی قرار دارد که در آن آقازاده‌ها حکمرانی می‌کنند. در سینمای هند بازیگری چیزی موروثی است و از والدین به فرزندانشان می‌رسد و زمینه کار و فعالیت برای افراد مستقل و غیروابسته به ستارگان، بسیار محدود و تقریبا ناممکن است. جامعه هند (که تماشاگران سینما بخش بسیار مهمی از آن را تشکیل می‌دهند) بعد از مرگ سوشانت، به تحریم ستاره‌زاده‌ها و فیلم‌هایشان پرداختند. این مساله برای بالیوود بسیار گران تمام شد. دو بازیگر اصلی باربر شماره یک هم هر دو از ستاره‌زادگان بالیوود بودند و کارزار تحریم فیلم‌شان به‌صورت تیتر یک رسانه‌های اجتماعی درآمد. بعد از آن‌که اعلام شد باربر شماره یک به‌صورت اینترنتی پخش می‌شود، مخالفان باز هم به تحریم آن پرداختند. با این وجود، مدیران آمازون گفته‌اند این کمدی، تماشاگران زیادی داشته و توانسته لقب پربیننده‌ترین فیلم بالیوودی یک سال اخیر در پلتفرم‌های اینترنتی را بگیرد! باربر شماره یک جدید نتوانست مثل نسخه اصلی، مورد توجه منتقدان و رسانه‌های گروهی هند قرار گیرد. به‌جز تاران آدارش، منتقد و تحلیلگر سرشناس هندی که ۳/۵ امتیاز از ۵ امتیاز را به فیلم داد، بقیه منتقدان آن را کاری معمولی و خسته‌کننده ارزیابی کردند که توانایی سرگرم‌کردن بیننده‌اش را ندارد. این نکته باعث اختلاف بین کارگردان و تهیه‌کننده شد. دهاوان در مصاحبه‌ای اعلام کرد قصد کارگردانی نسخه دوباره‌سازی شده یک فیلم تامیلی محصول سال ۱۹۹۳ را داشته و به اصرار باگنانی کارگردانی نسخه جدید فیلم پرفروش سال ۱۹۹۵ خود را به‌عهده گرفته است. گویندا، بازیگر نسخه اصلی که برای سه دهه جزو ستارگان درجه یک بالیوود بوده هم، تولید نسخه تازه‌ای از فیلمش را محکوم کرد و گفت ساخت آن کاری احمقانه بوده است. بعد از این مصاحبه بود که مشخص شد این دو که تعدادی از موفق‌ترین کمدی‌های چند دهه قبل سینمای هند را با یکدیگر کار کرده‌اند، سال‌هاست با یکدیگر اختلاف داشته و در حالت قهر به سر می‌برند!

وارون دهاوان در نمایی از «باربر شماره یک»

«لوتر» به سینما رسید

بالاخره بعد از مدت‌ها انتظار، زمان شروع فیلمبرداری نسخه سینمایی «لوتر» تعیین شد. ادریس البا، بازیگر اصلی این درام پرتنش و بسیار موفق تلویزیونی با اعلام رسمی این خبر، گفت کلید فیلمبرداری لوتر سینمایی سه ماه دیگر زده خواهد شد. این در حالی است که طی سه سال اخیر بحث‌های زیادی مبنی بر تولید فیلم سینمایی لوتر در رسانه‌ها درگرفته بود و مدیران بی‌بی‌سی گفته بودند قصد دارند خیلی سریع این فیلم را آماده نمایش عمومی کنند. مجموعه پلیسی لوتر در فاصله سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹ روی آنتن رفت و البا در آن، در قالب پلیسی سختکوش به نام لوتر ظاهر شد. این مامور وظیفه‌شناس در محله‌های مختلف شهر لندن، به مبارزه با عوامل فساد می‌پردازد. لحن متفاوت مجموعه، آن را در بین کارهای پلیسی قاب‌کوچک به صورت اثری تماشایی و منتقدپسند درآورد. نسخه سینمایی تفاوت‌هایی با مجموعه تلویزیونی خواهد داشت و البا می‌گوید او هم به اندازه طرفداران مجموعه، از ساخت نسخه سینمایی آن هیجان‌زده است. / ان‌ام‌ای

«الم شنگه» تام هاردی

تام هاردی به یاری خالق «دارودسته لندنی» می‌آید تا فیلم تازه شبکه نتفلیکس امکان تولید پیدا کند! گارت ایوانز، خالق مجموعه پربیننده دارودسته لندنی، اکشن ماجراجویانه و دلهره‌آور معمایی «الم شنگه» را تهیه می‌کند و هاردی در آن، در نقش یک کارآگاه نکته‌سنج اداره پلیس ظاهر می‌شود. این کارآگاه جان فرزند یک سیاستمدار سرشناس را نجات می‌دهد و همزمان با مقابله با عوامل فساد در سطح شهر، متوجه ارتباط نیروهای فاسد با برخی از سیاستمدران می‌شود. ایوانز در کنار نوشتن فیلمنامه الم شنگه، وظیفه کارگردانی‌اش را هم به‌عهده دارد. طبق قرارداد جدید همکاری او با نتفلیکس، الم شنگه اولین فیلم از چند پروژه‌ای است که او با نتفلیکسی‌ها کار خواهد کرد. هاردی می‌گوید بعد از خواندن متن فیلمنامه به‌شدت جذب آن شده و تحت تاثیر حال و هوای غیرمتعارف و متفاوت آن قرار گرفته است. / ورایتی

«کُمیکا» برند مجموعه کتاب‌های مصوری است که شرکت «رویاپردازان نسل آینده» طراحی و منتشر کرده است. آنها امیدوارند آغازگر تحولی در حوزه تولید این کتاب‌ها باشند

ابرقهرمان‌های جذاب ایرانی با کُمیکا

فراز سهیلی‌آزاد

نشان ایرانی۲

تا چه حد با «کتاب‌های مصور» یا «کُمیک بوک‌ها» آشنا هستید؟ آیا در کودکی چنین کتاب‌هایی را دوست داشتید؟ یا در حال حاضر برای کودکتان کتاب مصور تهیه می‌کنید؟ آیا می‌دانید ابرقهرمان‌های معروفی مانند بتمن، سوپرمن یا اسپایدرمن، پیش از آنکه در فیلم‌ها و انیمیشن‌ها دیده شوند و به شهرت جهانی برسند، در کتاب‌های مصور متولد شده‌اند؟! «کمیک بوک»ها از بهترین انواع سرگرمی‌های فرهنگی برای کودکان هستند که به‌دلیل داشتن طراحی‌ها و نقاشی‌های جذاب، به‌آسانی کودکان را به‌سمت خودشان جذب می‌کنند و در همین قالب، شخصیت‌های ابرقهرمان را به الگویی برای آنها تبدیل می‌کنند؛ اما «کمیک بوک»ها فقط مختص کودکان نیستند و در دنیا طرفداران و عاشقان زیادی در رده سنی بزرگسال دارند! شرکت «رویاپردازان نسل آینده» محصولات جالب توجهی در این حوزه تولید کرده است.

تا به اینجا در کشور ما با وجود برخورداری از فرهنگ و تاریخ غنی که می‌تواند دستمایه خوبی برای خلق ابرقهرمان‌های وطنی باشد، همچنان کمیک بوک‌ها تنها در حد خاطرات کودکی نسل دهه شصت عرضه شده است. اگر سی چهل سالی سن داشته باشید حتما با مجموعه کتاب‌های مصور «ماجراهای تن‌تن» آشنایید. کمیک بوک‌ها در ایران هرگز تبدیل به یک صنعت نشدند و آمار نشان می‌دهد پس از پیروزی انقلاب اسلامی تا سال ۹۶ فقط ۵۰ عنوان کتاب مصور در کشور منتشر شده است؛ اما در سال‌های اخیر شاهد ظهور کسب‌وکارهای فناورانه‌ای هستیم که با ورود به عرصه کمیک بوک‌ها، قصد دارند شخصیت‌های ابرقهرمان ایرانی را به الگوهای مناسبی برای کودکان تبدیل کنند. شرکت «رویاپردازان نسل آینده» یکی از همین کسب‌وکارها است که محمدمهدی جلالیان آن را در سال ۹۶ به‌طور رسمی تأسیس کرد.

داستان تولد «کُمیکا»

موسس و مدیرعامل شرکت «رویاپردازان نسل آینده»، درباره نحوه شکل‌گیری «کمیکا» به جام‌جم می‌گوید: «من در یک رشته مهندسی در دانشگاه علم و صنعت تحصیل کردم، اما پس از آن به‌دلیل علاقه‌ای که به هنر داشتم، مشغول به تحصیل در رشته کارشناسی انیمیشن شدم. این علاقه‌مندی به انیمیشن از کودکی و با شخصیت‌های ابرقهرمانی مانند سوپرمن و بتمن در من ایجاد شده بود و همیشه از خودم می‌پرسیدم چرا ما در کشورمان هیچ شخصیت کارتونی با خصوصیات جذاب ابرقهرمانی نداریم؟!»

محمدمهدی جلالیان در ادامه می‌گوید: «این سوال همیشه گوشه ذهن من بود تا زمانی که توانستم تحقیقات و مطالعات خوبی در زمینه کاراکترسازی بین‌المللی انجام دهم. سرانجام در اواخر سال ۹۵ موفق شدم طرح جامعی را برای پیاده‌سازی این مدل در داخل کشور برنامه‌ریزی کنم و به این ترتیب «کمیکا» را در سال ۹۶ و با هدف خلق کاراکتر مطرح ایرانی راه‌اندازی کردم.»

برتری «کتاب‌های مصور» بر سایر قالب‌های تصویری

مدیرعامل شرکت «رویاپردازان نسل آینده» در خصوص تفاوت‌های میان کمیک بوک‌ها با سایر کالاهای فرهنگی می‌گوید: «همان‌طور که می‌دانید دوران کودکی و نوجوانی مقاطع بسیار حساسی هستند و شخصیت انسان در این سنین شکل می‌گیرد. به‌همین دلیل خلق کاراکتر از اهمیت بالایی در حوزه تربیت برخوردار است و محصولات فرهنگی گوناگونی حول این محور تولید می‌شوند؛ اما نکته اینجاست که بیشتر کالاهای فرهنگی دارای تاریخ انقضا هستند و به‌نوعی یک دوران تأثیرگذاری دارند که بعد از آن کم‌کم به فراموشی سپرده می‌شوند. درحالی که خلق شخصیت به‌شکلی که مخاطب با آن همزادپنداری کند و در موقعیت‌های مختلف خودش را بتواند جای او قرار دهد، تقریبا تاریخ انقضایی ندارد. برای مثال می‌بینیم کاراکتری مانند «اسپایدرمن» یا «مرد عنکبوتی» در سال ۱۳۴۱ شمسی / ۱۹۶۴ میلادی خلق شده است و بعد از گذشت حدود ۵۷ سال، هنوز الگویی برای مخاطبانش است.»

اما اگر قرار است ابرقهرمان‌ها الگوهای کودکان و نوجوانان باشند، پس چرا انقدر دست‌نیافتنی و فراواقعی هستند؟! جلالیان در پاسخ به این پرسش می‌گوید: «بخش فراواقعی ابرقهرمان‌ها کارکرد خلق جذابیت دارد؛ به این معنی که کودکان و نوجوانان در سنینی هستند که قوه تخیل بسیار فعالی دارند و به‌طور مثال وقتی می‌بینند یک کاراکتر می‌تواند پرواز کند یا تارهای عنکبوت را به اطراف پراکنده می‌کند، مجذوب آن شخصیت می‌شوند؛ اما این فقط لایه ظاهری این‌گونه ابرقهرمان‌هاست و درست زمانی‌که جذابیت کافی را برای مخاطبشان به‌وجود بیاورند، بخش الگوسازی در آنها شاخص می‌شود. در این زمان است که تک‌تک حرکات، رفتار و روابط ابرقهرمان پررنگ شده و به الگویی برای کوکان و نوجوانان تبدیل می‌شود؛ پس در واقع قدرت‌های یک ابرقهرمان وسیله‌ای برای جذب مخاطب است و در حقیقت سبک زندگی آن شخصیت است که کاراکترسازی را انجام می‌دهد.»

وی می‌افزاید: «از قدیم تا به امروز یکی از اصلی‌ترین بسترهای شخصیت‌سازی در دنیا کمیک بوک‌ها هستند، زیرا این رسانه اجازه ارتباط مستمر و ذائقه‌سنجی مخاطب را به خالقش می‌دهد. کتاب‌های مصور نسبت به سایر قالب‌های تصویری، سرعت تولید بالاتری دارند و از سوی دیگر هزینه بسیار کمتری را در پی خواهند داشت. به‌طور نمونه در انیمیشن‌سازی، پس از اینکه سرمایه‌گذاری بزرگی انجام می‌شود و محصول به بازار عرضه می‌گردد، الزاما باید انیمیشن موفقی باشد یا اینکه با شکست تجاری مواجه می‌شود؛ اما کمیک بوک‌ها اجازه آزمون و خطا را به ما می‌دهند و اصلاح‌پذیر هستند. همین امر باعث می‌شود خالق یک کتاب مصور بتواند به‌مرور زمان شخصیت‌پردازی‌اش را قوی‌تر کند و کاراکتر پخته‌تر و جذاب‌تری بسازد. بنابراین سازندگان انیمیشن حتی می‌توانند از کمیک بوک‌ها به‌عنوان بستری برای محک زدن تولیداتشان استفاده کنند و پیش از ساخت انیمیشن، آن را در قالب کتاب مصور پیاده‌سازی کنند. به این وسیله جامعه هدف نسبتا بزرگی که کمیک بوک‌ها پیدا کرده‌اند، بازخوردهای لازم را به‌دست سازندگان انیمیشن می‌رساند تا با ریسک کمتری وارد مرحله تولید آن شوند. در همین راستا تاکنون پروژه‌ای را بر روی یک اثر سینمایی بلند اجرا کرده‌ایم و سازندگان این اثر از نتایج آن بسیار راضی بوده‌اند.»

ویژگی‌های «کُمیکا» در یک نگاه

محمدمهدی جلالیان درباره ویژگی‌های شرکت تحت مدیریتش می‌گوید: «اولین کاری که ما در «کمیکا» کردیم این بود که به‌نوعی یک خط تولید «کمیک‌بوک» را راه‌اندازی کردیم. در این فرآیند ۱۵ نفر هنرمند گرافیست، از ابتدا تا انتهای مسیر درگیر پروژه می‌شوند و به این شکل طبیعتا سرعت تولید ما بسیار بالا رفته است، به‌طوری که تقریبا در هر ماه یک جلد کتاب مصور را طراحی و تولید می‌کنیم. بالا رفتن سرعت انتشار کمیک‌بوک‌ها باعث شده است بتوانیم به ویژگی مد نظرمان که همان استمرار ارتباط با مخاطبان است، دست پیدا کنیم.»

او در ادامه می‌گوید: «اولین داستانی که ما شروع به تولیدش کرده‌ایم، «داستان ایلیا» نام دارد که حاوی ۶ شخصیت ابرقهرمانی است و هرکدام از آنها ویژگی‌ها و قدرت‌های مخصوص خودشان را دارند. ما در طراحی این پروژه سعی کرده‌ایم از طریق این ۶ کاراکتر، طیف‌های مختلف فرهنگی جامعه را مخاطب قرار دهیم؛ اما جامعه هدف اصلی ما نوجوانان ۸ تا ۱۲ ساله هستند.»

وی می‌افزاید: «شخصیت‌های «داستان ایلیا» به‌مرور زمان پخته‌تر شده‌اند و سعی ما این است که در هر جلد کتاب مصوری که از این مجموعه منتشر می‌کنیم، نقاط ضعف شخصیت‌ها را کمتر کرده و نقاط قوت‌شان را تقویت کنیم. از جلد ششم یا هفتم «داستان ایلیا» بود که احساس کردیم کاراکترها به بلوغ مورد نظر ما رسیده‌اند و ذائقه مخاطب را پیدا کرده‌ایم. آن زمان بود که به‌منظور تولید یک زنجیره فرهنگی حول محور شخصیت‌های «داستان ایلیا»، شروع به تولید سایر قالب‌های تصویری برای این مجموعه کردیم؛ برای مثال «موشن‌کمیک» که شکل ساده‌ای از انیمیشن است، بازی اندرویدی، بازی رومیزی (گیم‌بورد)، واقعیت افزوده، انیمیشن و حتی لوازم‌التحریر «داستان ایلیا» را تولید کرده‌ایم یا در برخی موارد در دست تولید داریم. برای سال آینده نیز ۶ مجموعه دیگر «کمیک بوک» را آماده انتشار داریم که جامعه هدف ۳ مجموعه را دختران و مخاطب ۳ مجموعه دیگر را پسرانی تشکیل می‌دهند که به‌نوعی درگیر مجموعه «داستان ایلیا» نشده‌اند.»

تماس با «رویاپردازان نسل آینده»

www.comica.ir

@comica.ir

۷۱۳۳۳۰۳۳