



بسمه تعالی
معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی
سازمان سینمایی و سمعی و بصری
طرحنامه (پروپوزال) پیشنهادی پژوهش

مشخصات مجری طرح:

اشخاص حقیقی: نام :	مریم	نام خانوادگی :	رحمانی	نام پدر :	کدملی :
سال تولد :	محل تولد :			تحصیلات :	دکتری
رشته تحصیلی : ادبیات فارسی					
آدرس :					
شماره همراه :					
تلفن ثابت :					
اشخاص حقوقی: به نمایندگی از موسسه: شرکت بلند اندیشه آوازا					

رزومه مجری طرح

الف) مشخصات فردی

نام و نام خانوادگی: مریم رحمانی	شماره تماس ضروری:
سال تولد	وضعیت تاهل:
شماره تماس:	وضعیت اشتغال: مدیر عامل شرکت بلنداندیشه آوازا- مدرس دانشگاه رازی و علمی-کاربردی و پیام نور
آدرس:	آدرس الکترونیکی:

ب) سوابق آموزشی

مقطع تحصیلی	رشته - گرایش	دانشگاه	معدل کل	نمره پایان نامه	سال شروع	سال خاتمه
کارشناسی	زبان و ادب فارسی	رازی		-	۱۳۸۱	۱۳۸۵

کارشناسی ارشد	زبان و ادب فارسی	رازی			۱۳۸۶	۱۳۸۹
دانشجوی دکتری	زبان و ادب فارسی	دانشگاه تهران			۱۳۹۴	۱۳۹۹
عنوان پروژه دکتری - نام استاد راهنما	توسعه اجتماعی، اقتصادی رشته زبان و ادبیات فارسی با رویکرد اقتصاد دانش بنیان. دکتر علی محمدمودنی//دکتر روح اله هادی// دکتر سید محمد باقر نجفی					
عنوان پروژه کارشناسی ارشد - نام استاد راهنما	مولفه های شعر سپید از دهه سی تا کنون. استاد راهنما: دکتر قهرمان شیری// استاد مشاور: دکتر حمید طاهری					

مدرک زبان -

نام آزمون تولیمو	نمره اخذ شده ۴۹۸	سال امتحان ۱۳۹۶	توضیحات
---------------------	---------------------	--------------------	---------

ج) سوابق پژوهشی

- مقالات چاپ شده در مجلات علمی معتبر داخلی و خارجی و یا کنفرانس ها و سمینارها و همایش های داخلی و خارجی

سوابق پژوهشی	وضعیت	عنوان مقاله	عنوان مجله و سال انتشار	نام نویسندگان (نویسنده مسئول مشخص شود)	جمع امتیاز (در این قسمت چیزی ننویسید)
تصویر شعر سپید (علمی - پژوهشی)		ادبیات پارسی معاصر ۱۳۹۰	دکتر حمید طاهری - مریم رحمانی	چاپ شده	
تحول کارکرد های حروف ربط و اضافه در شعر معاصر (علمی - پژوهشی)		پژوهش نامه فرهنگ و ادب حماسی ۱۳۸۸	دکتر وحید مبارک - مریم رحمانی	چاپ شده	
(عنوان مقاله: مفهوم پردازی الگوی کارآفرینی در صنایع فرهنگی) علمی پژوهشی		توسعه کارآفرینی دانشگاه تهران	دکتر مودنی - مریم رحمانی	چاپ شده	
عنوانین مقالات ارائه شده در همایش ها	چاپ شده	مولفه های زبان در شعر سپید (کشوری)	مجموعه مقالات همایش ملی افسانه ۱۳۸۹	دکتر حمید طاهری - مریم رحمانی	
		تاثیر اقلیم بر تصویر شعر کرمانشاه (بین المللی)	ششمین همایش بین المللی شورای ترویج زبان	دکتر محمدرضا سالمیان - مریم رحمانی	
		شاخصه سبکی تصویر در شعر سپید	مجموعه مقالات هفتمین همایش بین المللی	دکتر حمید طاهری - مریم رحمانی	
		نگاهی انتقادی به نظریه پردازی شعر معاصر در حوزه نقد	مجله ادبی درگاه (ISSN)	مریم رحمانی	

	پذیرفته شده	تفاوت قید و صفت در اشعار صائب و بیدل با توجه به جهان بینی آنها	نهمین همایش بین المللی زبان و ادبیات فارسی دانشگاه شهید بهشتی	دکتر علی محمد مودنی مریم رحمانی	

۳- کتب (ترجمه یا تالیف)

کتب	عنوان کتاب	سال انتشار و تعداد صفحات	نام نویسندگان به ترتیب ذکر شده روی جلد	امتیاز (در این قسمت چیزی ننویسید)
تالیف	از صدای سخن عشق (فارسی عمومی)	۱۳۹۲- ۱۸۰ صفحه	مریم رحمانی	
	مبانی عرفان و تصوف (ویژه دانشجویان پیام نور)	۱۳۹۳- ۲۳۵ صفحه	مریم رحمانی	
	بلاغت (۱) (ویژه پیام نور) کمک درسی	۱۳۹۳- ۱۰۴ صفحه	مریم رحمانی -	
	معانی و بیان (۱) (ویژه پیام نور- کمک درسی)	۱۳۹۲- ۸۲ صفحه	مریم رحمانی	
	مجموعه اشعار: جهان دو نیمه است من و سکوت	۱۳۹۳- ۸۷ صفحه	مریم رحمانی	
	مجموعه اشعار: شعرهایت از شال گردنم عبور می کند	۱۳۹۱- ۶۴ صفحه	مریم رحمانی	
	گردآوری شعر جوان کرمانشاه- ناگهان اتفاق نمی افتد	۱۳۹۱- ۱۱۹ صفحه	مریم رحمانی	
	مستند سازی	۱۳۹۶- ۱۰۰ صفحه	مریم رحمانی	
	گردآوری کتاب خاطره من از زلزله زادگام	۱۳۹۷	مریم رحمانی	
	فارسی عمومی	۱۳۹۲	موسی پرنیان- مریم رحمانی	
چاپ اثر در کتابهای	-چاپ اثر در کتاب « شعر جوان امروز کرمانشا» (۱۳۸۵). -چاپ اثر در کتاب « امواج ارغوانی» منتخب آثار شعر سال ۱۳۸۷. -چاپ اثر در کتاب « فصل مشترک» گزیده ی آثار نخستین			

			جشنواره ی شعر دانشجویان و طلاب (۱۳۹۰). - چاپ اثر در جلد اول کتاب شاعران امروز توسط انتشارات سرزمین اهورایی. ۱۳۹۱ - معرفی شاعر و چاپ اثر در کتاب ادبیات معاصر کرمانشاه ۱۳۹۵ - نگارنده مقدمه کتاب برگزیده شعر زنان ایران ۱۳۹۹	
			مدیر مسئول و سردبیر نشریه کانون شعر و ادب دانشگاه رازی ۱۳۸۱-۱۳۸۴	نشریه ها

۴- جشنواره ها

ردیف	عنوان جشنواره
برگزیده جشنواره های	- عضو منتخب خانه ی شاعران جوان ایران در سال ۱۳۸۴ - برگزیده ی جشنواره ی کشوری شعر «دانشجویان» در سال ۱۳۸۹ که از طرف وزارت علوم برگزار شد. - نفر اول شعر دانشجویی کشور در جشنواره ی شعر «اردیبهشتگان» - تفرش- در سال ۱۳۸۴. - برگزیده ی چهارمین جشنواره ملی زاگرس اسفند ۱۳۹۰. - برگزیده جشنواره ی ملی «حنجره های سرخ» بهمن ماه ۱۳۸۹.

- داور اولین جشنواره سراسری دانشجویی دانشگاه های علمی-کاربردی سراسر کشور. - داور دومین جشنواره سراسری دانشجویی دانشگاه های علمی-کاربردی سراسر کشور. - داور جشنواره شعر زنان ایران که در کتاب سپیدار مجموعه این آثار به چاپ رسیده است.	داور جشنواره های ادبی
پژوهشگر نمونه مرکز پژوهش های شورای اسلامی شهر کرمانشاه ۱۳۹۵	پژوهشگر نمونه

سوابق اجرایی:

مسئول «کارگروه پژوهشی اقتصاد شهری» مرکز پژوهش های شورای اسلامی شهر کرمانشاه ۱۳۹۴-۱۳۹۶
مسئول امور بانوان انجمن ادبی مهر کرمانشاه ۱۳۸۲-۱۳۹۲
مسئول کانون شعر و ادب دانشگاه رازی ۱۳۸۱-۱۳۸۴
سوابق تدریس (به عنوان مدرس مدعو):
دانشگاه رازی ۱۳۹۴-۱۳۹۸
دانشگاه جامع علمی - کاربردی ۱۳۸۹-۱۴۰۰
دانشگاه پیام نور کامیاران ۱۳۸۹-۱۳۹۱
دانشگاه صنعتی کرمانشاه ۱۳۹۹-۱۴۰۰
اخذ گواهینامه تدریس از سوی سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمانشاه
مدرس دوره «نگارش کتاب: از ایده تا چاپ» برای سازمان برق منطقه ای استان کرمانشاه
مدرس دوره های آموزشی شیوه نگارش اداری برای سازمان شهرداری کرمانشاه

عنوان پژوهش

فارسی: تولید محتوا از داستان های شاهنامه برای تولید انیمیشن لاتین: Producing content from the stories of Shahnameh for creating animations.

نوع تحقیق: ☐ بنیادی ☐ کاربردی * ☐ توصیفی ☐ تبیینی ☐ اکتشافی ☐ کمی ☐ کمی-کیفی
--

واژگان کلیدی (حداقل ۵ کلمه)	
فارسی:	محتوا، هویت، انیمیشن، شاهنامه
لاتین:	Content, Identity. Animation, Shahnameh

۱	مشخصات پژوهش
۱-۱	مقدمه در کشور عزیزمان ایران، کودکان و نوجوانان مخاطبین اصلی انیمیشن های خارجی هستند. فرهنگ، هویت و عقاید و به طور کلی ایدئولوژی زندگی خود را از این گونه آثار کسب می کنند. بنابراین ضروری است انیمیشن هایی بر اساس محتوای فرهنگ و هویت ایرانی تولید شود که با استفاده از زبان روزآمد و به دور از تکرار کلیشه ها، پیام ها و ارزش های اصیل فرهنگی ایران را نمایش دهند. آموزش های غیر مستقیم با استفاده از ابزار کارآمد رسانه، می تواند بستر ساز بهبود ارزش های فرهنگی کودکان و نوجوانان امروز و آینده سازان کشور بر اساس هنجارها و ارزش های اصیل فرهنگ اسلامی- ایرانی باشد. ویژگی اصلی محصولاتی از این نوع، هدفمندی یک محصول تولیدی برای حفظ و ترویج هنجارهای با ارزش و اصیل (ملی و دینی) در فضاها و محیط های آینده است. در حقیقت به واسطه ی حساسیت و اهمیت فوق العاده و متأسفانه بی توجهی های فراوانی که در حوزه فرهنگ و تاریخ با آن مواجه هستیم، شرایط به گونه ای رقم خورده است که هم اکنون تمام آنچه که نسل فردا از گذشته و تاریخچه ی خود در اختیار دارد و قرار است به پشتوانه ی آن قدم به آینده بگذارد یا با تحریف بیان شده اند و یا اصلاً گفته نشده اند. این امر موجب شکاف هویتی دهشتناک نسل نو با ارزش های اصیل ایرانی شده است. بسیاری از هنجارهای فاخری که امروزه در جهان و به نام دیگر کشورها و فرهنگ ها شناخته می شوند مهد و زادگاه مادریشان در فرهنگ و تاریخ ایران است. و اگر بیش از این در این حوزه کاری سریع و صد البته با وسواس مناسب صورت نگیرد، دیگر نمی توان آنرا جبران کرد. به بیان دیگر هدف از تولید چنین محصولاتی، بازآفرینی و خوانش دوباره ی فرهنگ و تاریخ به شیوه ی کارآمد و اصیل است.

از منظر فرهنگ و ادب، توسعه هنگامی روی می‌دهد که تمام زیرساخت‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی در رویکردی همسان، تحولاتی با رویکرد توسعه داشته باشند.

فرهنگ و ادب همواره، در هر ملتی همراه و همگام توسعه تأثیر پذیرفته و تأثیر گذاشته است؛ در جامعه ایران که با چالش‌های متعدد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مواجه است، می‌توان با همگام‌سازی ادب و فرهنگ بومی و ملی با مسیر توسعه (به‌خصوص در سطح نهادهایی چون خانواده، اجتماع، باورها ...) چالش‌ها را به فرصت تبدیل کرد. با تولید محتوای صنایع فرهنگی به خصوص انیمیشن می‌توانیم از فرهنگ و ادب غنی ایران، گامی موثر در این مسیر برداشته ایم.

«محصولات فرهنگی» ۱ ره‌آورد عصر دانش‌بنیان هستند. «فعالیت‌هایی مانند فیلم‌سازی، داستان‌سرایی، برگزاری جشنواره‌ها، روزنامه‌نگاری، نشر، تلویزیون و رادیو و برخی جنبه‌های طراحی کم و بیش شرایط لازم را برای کالای فرهنگی بودن دارند» (علایی، ۱۳۹۳، ص ۴۷). از آن جا که انیمیشن یک صنعت مهم و قابل رقابت در سطح بین‌المللی است، نگرشی متفاوت به محتوای آن بسیار راهگشا است.

«صنایع فرهنگی»^۲ گونه‌ای از صنعت هستند که به خلق ایده، تولید و توزیع محصولات و خدماتی می‌پردازند که ماهیت فرهنگی دارند و مخاطب آنها جنبه‌های فرهنگی فرد و جامعه است. این صنایع، دانش‌بنیان هستند و قابلیت زیادی برای ایجاد شغل دارند. تولیدات این صنعت بر خلاقیت، مهارت و نوآوری استوار بوده و غالباً مبتنی بر فناوری است. (سند راهبردی توسعه فناوریهای فرهنگی و صنایع خلاق، ۱۳۹۳)

این اصطلاح نخستین بار در سال ۱۹۴۷ توسط آدورنو و هورکهایمر به کارگرفته شد (Merriam-Webster). امروزه صنایع فرهنگی بعد از صنایع مالی، اطلاعاتی، پزشکی و توریسم، پنجمین صنعت بزرگ اقتصادی است (آنکتاد، ۲۰۱۰). متخصصان اذعان دارند که رونق و شکوفایی صنایع فرهنگی مشارکت قابل ملاحظه‌ای در اقتصاد کشورهای در حال توسعه و همچنین پایداری سنت‌ها و ارزش‌های فرهنگی دارد؛ بنابراین حجم وسیعی از مطالعات و پژوهش‌های علمی به دنبال بررسی این هستند که چگونه می‌توانند به طور اثربخشی بخش هنر را ارتقا دهند. به گونه‌ای که آنها پیشنهادهایی چون ارائه وام‌های مناسب، آموزش مهارت‌های مدیریتی برای هنرمندان و ... داده‌اند و یکی از معروف‌ترین پیشنهادها در این زمینه تربیت کارآموز کارآفرینی فرهنگی است که هدف بسیاری از این جلسات آموزش مهارت‌های کارآفرینانه است به گونه‌ای که

هنرمندان بتوانند به طور موفقیت آمیزی محصولات خلاق خود را ارتقا دهند. یک کارآفرین فرهنگی چشم‌اندازی برای ایجاد یک سازمان فرهنگی و همچنین اشتیاقی برای به دست آوردن منابع، افراد و مشتریان به‌منظور توسعه آن دارد (سیلرن، ۲۰۱۳).

انواعی که «سند راهبردی توسعه فناوری‌های فرهنگی و صنایع خلاق» برای صنایع فرهنگی تعریف می‌کند یا به دیگر سخن، حوزه‌های صنایع فرهنگی، شامل موارد زیر می‌شود:

- طراحی: گرافیک، طراحی لباس، جواهرات، اسباب‌بازی، نوشتافزار و...
- رسانه‌های صوتی و تصویری: سینما، پویانمایی، تئاتر، موسیقی، پی‌نمایی و...
- رسانه‌های مجازی: نرم‌افزار، بازی‌های رایانه‌ای، محتوای دیجیتال خلاق و...
- گردشگری و میراث: موزه‌ها، نمایشگاه‌ها، صنایع دستی، میراث فرهنگی و...
- سرگرمی: پارک‌های موضوعی، مسابقات، جشنواره‌ها و...
- نشر: کتاب و مطبوعات (روزنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها، ماهنامه‌ها و...) نشر الکترونیکی و...
- هنرهای تجسمی: نقاشی، مجسمه‌سازی، عکاسی و...

در این تحقیق صنعت پویا نمایی را که بیشتر می‌توان از جنبهٔ محتوا بررسی نمود، مورد بررسی

قرار می‌گیرد.

¹ CULTURAL INDUSTRIES

² CULTURAL INDUSTRIES

جنبه جدید بودن و نوآوری طرح :

نوآوری این طرح،^۱ توجه به شیوه ای است که شومپیتر^۲، نظریه پرداز کارآفرینی، مطرح می کند؛ او به رابطه بین کارآفرینی و نوآوری توجه ویژه داشت. و یکی از شیوه های نوآوری را «به کارگیری یک شیوه جدید برای تولید یک محصول قدیمی» معرفی می کند. محتوای ادب فارسی، فرهنگ بومی، ملی و اسلامی قرن ها است در ایران زمین شکل گرفته است و نسل به نسل منتقل شده اما در حال حاضر با هجوم رسانه هایی که حجم وسیعی از اطلاعات را در کمترین زمان منتشر می کنند، این محتوای غنی فرهنگی، کم رنگ و بی استفاده شده است؛ در اجرای این طرح، هدف این است که با نگرشی نوین و پژوهش بسیار دقیق متخصصان شرکت بتوان پیوند بین ادبیات، هنر، گرافیک و تکنولوژی ایجاد کنیم یعنی یک شیوه جدید برای تولید یک محصول قدیمی را به کار گرفت.

شاخصه اصلی آن توانان بودن (همراه بودن) یک محصول تولیدی برای حفظ و ترویج هنجارهای با ارزش و اصیل (ملی و دینی) در فضاها و محیط های آینده ی بشر است.

به بیان دیگر هدف از اجرای چنین تولیداتی بازآفرینی و قرائت دوباره ی فرهنگ و تاریخ به شیوه ی کارآمد و اصیل است به گونه ای که اگر قرار است صفت و عنوان دانش بنیانی را در عمل ببینیم " گام اول : یاد آوری و باور تاریخ و فرهنگ دانش بنیان خود ماست " اگر باور حدیث پیامبر (ص) را که فرمودند : " اگر علم در ثریا هم باشد مردانی از پارس بدان دست خواهند یافت " را برای نسل خود یادآوری و حفظ کنیم آنگاه تولید محصولات دانش بنیان راهی از قبل انتخاب شده برای همه خواهد شد.

ضرورت و اهمیت تحقیق :

ادب فارسی از کم شمارترین منابع ادبی فاخر و انسانی در جهان است. شاهکارهای بزرگ ادب فارسی مانند گلستان، بوستان، مثنوی و شاهنامه همگی برخاسته از ارزش های والای انسانی - اخلاقی و

^۱ Shane, S. A. (2004). Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation, Edward Elgar Publishing.

پیام‌رسان انسانیت و هویت اصیل اسلامی- ایرانی هستند. در این میان، شاهنامه دارای ویژگی‌های خاصی مانند سازگاری با ژانر اکشن است که می‌تواند در جذب نوجوانان، اثربخشی فراوان داشته باشد.

با وجود اهمیت فرهنگی فراوان شاهنامه، هنوز حق این اثر بزرگ ادب انسانی در عرصه سینما و پویانمایی ادا نشده است. در پژوهش‌های انجام شده در شرکت، تمرکز و تسلط بر اصالت محتوا است؛ به عنوان مثال، محصول تولید شده حاصل چندین سال واکاوی و تحلیل نمونه‌های مشابه و شاهنامه بوده است. در نمونه‌های مشابه ایرانی و خارجی پژوهش دقیق در محتوا و طراحی انجام نشده است و انیمیشن‌های تولید شده از شاهنامه بر اساس الگوهای غربی (یونانی و رومی) و انیمیت‌های ژاپنی است و به متن روایت‌های شاهنامه، پایبندی چندانی وجود ندارد.

انیمیشن‌های داستان‌های شاهنامه، علاوه بر کودکان و نوجوانان برای بزرگسالان هم می‌تواند جذاب باشد. ضمناً با توجه به ابعاد انسانی پیام‌های شاهنامه، علاوه بر ایران انتظار می‌رود در سایر کشورها هم مخاطب داشته باشد.

گردآوری اطلاعات دقیق و علمی در طراحی انیمیشن شاهنامه مهمترین قسمت پژوهش است. به نظر می‌رسد، گیم و انیمیشن‌های ساخته‌شده بر اساس شاهنامه، به دلیل ضعف در پژوهش (در محتوا و طراحی گرافیکی) نتوانستند معرف محتوای اصیل شاهنامه باشند و به همین دلیل در عرصه ملی و بین‌المللی به جایگاه شایسته خود نرسیدند. به عنوان نمونه انیمیشن استرالیایی «سهراب و رستم» به کارگردانی «لی ویت‌مور» برنده جایزه بهترین انیمیشن از شصت و ششمین جشنواره بین‌المللی فیلم سیدنی استرالیا در ۲۰۱۹ شد. اما واگوی فرهنگ ایرانی و پایبند به اصالت متن شاهنامه نیست. مثلاً کاراکترها، لباس‌ها و ابزارها، چینی و مغولی است. یا سعید قهاری نویسنده و کارگردان ایرانی ساکن انگلیس، فیلم انیمیشن رستم و سهراب را تولید کرده که بسیار بیگانه از شاهنامه است و کاراکترها الگویی از اسطوره‌های یونانی است.

با توجه به بحران اسطوره آفرینی‌های نادرست و بیگانه برای کودکان و نوجوانان این مرز و بوم که حامل ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی ناسازگار با ارزش‌های اصیل ایرانی- اسلامی هستند، تولید انیمیشن بر اساس محتوای ادب فارسی بویژه شاهنامه ضروری به نظر می‌رسد. تاکید در تولید انیمیشن شاهنامه بر اسطوره‌سازی‌هایی مطابق با خاستگاه و نیاز فرزندان ایران زمین و ترویج ارزش‌هایی مانند راستگویی و جوانمردی است. به عنوان مثال در پردازش شخصیت رستم و سهراب که قهرمانان داستان هستند، از فنون

جنگی ایرانی با توانمندی های یک انسان طبیعی بهره گرفته شده است. در حالی که مرد عنکبوتی که رویا و الگوی بسیاری از کودکان این سرزمین است، با انجام کارهای خطرناک و خارق العاده ، توانمندی های طبیعی کودکان را کم رنگ می کند.	
---	--

هدف اصلی (این پژوهش قصد حل کدام مساله اصلی سینما را دارد؟): • ترویج و تولید آثاری که محتوای آن متناسب با فرهنگ ایرانی- اسلامی باشد. • تولید آثاری که برگرفته از متون غنی ادب فارسی باشد و در عین حال برای جوانان و نوجوانان جذابیت داشته باشد. • اسطوره سازی برای کودکان و نوجوانان ایران زمین از شخصیت های بومی و ملی با هدف انسجام هویت اصیل اسلامی - ایرانی، به گونه ای که بتواند جایگزین اسطوره های غربی شود. اهداف فرعی: • آشنایی عموم مردم با محتوای غنی آثار برجسته و درخشان ادب فارسی.	۵-۱
---	-----

سوالهای اصلی تحقیق: سؤال اصلی: ۱) آیا هویت ایرانی- اسلامی در حد مطلوب به نسل های جوان منتقل شده است؟ ۲) چه ارتباطی بین انیمیشن های ایرانی یا انیمیشن های خارجی نشان داده شده در ایران، با ناهنجاری های هویتی نسل های کنونی وجود دارد؟	۶-۱
---	-----

فرضیات تحقیق : ۱) ضعف و فروپاشی هویت ایرانی- اسلامی در کشور که فروپاشی بستر ساز آسیب های مختلف اجتماعی شده و در آینده بیشتر می شود. ۲) ضعف الگوسازی و فقدان الگوی مناسب ایرانی - اسلامی برای کودکان و نوجوانان در محصولات موجود انیمیشن کشور	۷-۱
--	-----

تعریف مفاهیم تحقیق (نظری / عملی) :

محتوا:

ادبیات همواره آستان تفکرات، آداب و رسوم، قوانین فرهنگی و اجتماعی هر ملتی است که می‌تواند از جنبه‌های مختلف اجتماعی، اعتقادی، روان‌شناسی، اقتصادی حائز اهمیت باشد. ادبیات بر اجتماع، سیاست و اقتصاد و متقابلاً اجتماع، سیاست و اقتصاد بر ادبیات تاثیر گذار هستند؛ برای مثال، پیام‌های اخلاقی که از مجرای ادبیات در جامعه نفوذ می‌کند، می‌تواند نگرش خشونت‌آمیز یا افسرده جامعه را به سوی تعامل و دوستی و شادی تغییر دهد.

ادبیات مجموعه آثار ظریف و زیبایی است که به صورت گفته و نوشته درآمد است وظیفه آن تفسیر و کندوکاو انسان، اجتماع، زندگی، فرهنگ، سیاست و معیشت و اقتصاد است. به طور کلی هدفش نشان دادن رهنمودهایی از معیارهای ادبی، هنری، احساسی و فرهنگی و دینی در جهت اعتلای روح جوامع بشری از هر منظر است. ادبیات آینه تمام نمای رویدادها، آیین‌ها، رفتارها، تلاش‌ها و اندیشه‌های جامعه است که زبان حال و شناسنامه یک ملت است و می‌توان یک جامعه را با بررسی محتوا و موضوع ادبیات آن شناخت. با این نگرش می‌توان تاثیر ادبیات بر توسعه و تاثیر توسعه بر ادبیات را دریافت. خاستگاه توسعه از حوزه فرهنگ و ادبیات است، بنابراین می‌توان با وارد نمودن فرهنگ و ادبیات به چرخه فعالیت‌های اجتماعی از مجرای صنایع فرهنگی و تکنولوژی، به دقت نگرش‌های ملت را به سوی توسعه پیش برد.

هویت:

هویت مجموعه باورها، ارزش‌ها و هنجارهای پذیرفته شده یک فرد یا جامعه است. از این رو، هویت شکل دهنده ساختار اصلی شخصیت هر فرد یا جامعه است. از کارکردهای هویت، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: شکل‌گیری مستقل و متمایز هر فرد یا جامعه؛ اعتماد به نفس (در مقابل از خود بیگانگی نه در مقابل اعتماد به خداوند) و باور به خویشتن و جامعه خود و ارزش‌ها و باورهای پذیرفته شده فردی یا اجتماعی؛ اجتماعی شدن افراد و پابندی آن‌ها به هنجارها، ارزش‌ها، قوانین و

سنت‌های اجتماعی، خود باوری و انگیزه تلاش و پیشرفت فردی و کشوری؛ تاب‌آوری و مقاومت در برابر شوک‌ها، طوفان‌ها و تهاجم‌های فرهنگی و سیاسی بیگانه.

از این رو، هویت هر فرد یا جامعه، تامین کننده اصلی انگیزه تلاش او برای پیشرفت و توسعه و داشتن زندگی انسانی‌تر، اخلاقی‌تر و عادلانه‌تر است. به همین دلیل، سرچشمه اصلی توسعه و پیشرفت هر فرد یا کشور، هویت فردی یا اجتماعی اوست.

هویت فردی و اجتماعی ناشی از انواع آموزش‌های محیطی، تاریخ، ادبیات و ایدئولوژی به معنای عام است که شامل مذاهب هم می‌شود. از این رو هویت هر فرد یا جامعه، آمیزه‌ای از چند عنصر اصلی پیشگفته است.

ادبیات، تاریخ و مذهب رایج، بهترین منابع شناخت هویت جامعه هستند.

پویا نمایی (انیمیشن):

صنعت پویانمایی از جمله صنایع مهم و قابل‌بحث در جهان است. آمریکا بیش از ۳۸ درصد از سهم بازار صنعت پویانمایی جهان را در اختیار دارد. ژاپن ۱۰ درصد بازار را در اختیار دارد اما همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد، ژاپن حجم بسیار بالایی تولید را داراست و حدود ۶۰ درصد کارهای پویانمایی جهان از سمت ژاپن صورت می‌پذیرد. چین با تأخیر در این عرصه وارد شد و هنوز عقب‌تر از آمریکا، ژاپن و دیگر کشورهای توسعه‌یافته است. در سال ۲۰۱۶ چین ۱۸۲ فیلم پویانمایی تولید کرد که جمع بازار آن ۲.۳۵ میلیارد دلار و رشد ۱۵.۲ درصدی را نسبت به سال قبل تجربه کرده است.

بازار صنعت پویانمایی در سال ۲۰۱۰ از ۱۲۲ میلیارد دلار به ۲۴۲.۹۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۶ رسیده است. پنجاه فیلم پویانمایی پر فروش در جهان، طی بیست سال از ۱۹۹۱ تا ۲۰۱۳ جمعاً نزدیک به ۳۰ میلیارد دلار فروش داشته است (آمارنامه صنعت پویانمایی ایران، ۱۳۹۶، ص ۱۴).

به‌رغم وجود زیرساخت‌های مورد نیاز اعم از نیروی انسانی، سخت‌افزار و نرم‌افزار و سابقه طولانی صنعت پویانمایی در کشور، تعداد کل فیلم‌های سینمایی پویانمایی که در سینماهای کشور اکران شده‌اند، ۶ فیلم بیشتر نیست. میزان فروش کلی پویانمایی‌های سینمایی کشور ایران تا سال ۱۳۹۵ به تفکیک هر اثر، عبارتند از: پویانمایی «شاهزاده روم» بیشترین فروش در سینماها را داشته

است. پس از آن پویانمایی «تهران ۱۵۰۰» با ۱.۵ میلیارد تومان فروش رتبه دوم را در اختیار دارد که البته با توجه به این که این پویانمایی از سال ۱۳۹۱ به مدت ۶ ماه اکران شده، به عنوان اولین پویانمایی سینمایی، فروش قابل توجهی داشته است. پس از پویانمایی «تهران ۱۵۰۰»، پویانمایی «مبارک» به عنوان اولین پویانمایی رئال در بهمن ۱۳۹۵ اکران شد که توانست در مدت ۴ ماه، با فروش ۱/۵ میلیارد تومان، رتبه سوم پویانمایی‌های پرفروش کشور را اخذ کند. مجموع فروش کل پویانمایی در اکران‌های صورت گرفته تا ۱۳۹۵ به ۷ میلیارد تومان می‌رسد (آمارنامه صنعت پویانمایی ایران، ۱۳۹۶، ص ۱۴).

خلق فیلم‌نامه‌هایی برگرفته از متون غنی ادب فارسی که بیانگر فرهنگ کشور ایران باشد می‌تواند نقش پررنگی در صنعت پویانمایی داشته باشد. زیرا پویانمایی‌هایی که برگرفته از فرهنگ و آداب و رسوم هر ملتی هستند در عرصه رقابت‌های ملی و بین‌المللی می‌درخشند؛ به عنوان نمونه می‌توان به پویانمایی «پنگوئن عینکی» اشاره نمود. «این سریال پویانمایی در سال ۲۰۰۳ برنده جوایز متعددی شد که یکی از آنها جایزه وزارت فرهنگ و توریسم کره جنوبی بود. سال ۲۰۰۶ جایزه رئیس‌جمهور برای بهترین شخصیت پویانمایی را دریافت کرد و سال ۲۰۱۳ جایزه برنده‌های خلاقانه را دریافت کرد. این شخصیت سال ۲۰۱۴ به عنوان سمبل صادرات عمده در سئول برگزیده شد. موفقیت آن کمپانی سازنده را ترغیب کرد که سال ۲۰۱۳، هم‌زمان با ده‌سالگی این شخصیت یک فیلم بلند سینمایی از ماجراهای پورو ساخته شود. وقتی سری اول پورو ساخته شد داستان‌های هر قسمت بسیار ساده و عادی بود. کمی بعد پدر و مادرها به چوی جونگ ایل پیشنهاد کردند در قسمت‌های جدید سریال تاحدی مضامین آموزشی را بگنجاند. تهیه‌کنندگان سریال با درخواست‌های متفاوتی روبه‌رو شدند؛ از جمله این که بچه‌ها باید چه چیزهایی بخورند یا این که چه بازی‌هایی بکنند تا این موضوع که هر کسی چه کاری می‌تواند برای جامعه‌اش انجام دهد. وقتی این اپیزودهای جدید ساخته شد، بچه‌ها کارهای خوب پورو را تقلید می‌کردند مثل وقتی می‌خواهید از جاده عبور کنید دست راستان را بالا ببرید، در غذا خوردن ایراد نگیرید یا این که اهمیت به شست‌وشو و پاکیزگی دهید. این داستان‌ها به خوبی بچه‌ها را تحت تأثیر قرارداد که با استفاده از این روش جالب عادت‌های غلط خود را اصلاح کنند» (مجله مجازی گرافیک، دیزاین و خلاقیت. (<https://www.roozrang.com>)). این

پویانمایی بازخوردی از فرهنگ کره جنوبی است و به همین دلیل محبوبیت و تأثیر خاصی در جامعه دارد.

شاهنامه:

شاهنامه یکی از فاخرترین آثار ادب فارسی است که به وسیله حکیم ابوالقاسم فردوسی (۳۱۹-۴۰۳ هجری خورشیدی برابر با ۳۲۹-۴۱۶ هجری قمری) به رشته تحریر در آمده است. فردوسی شاهنامه را در سال ۳۸۴ ه ق (۹۹۴ میلادی)، سه سال پیش از برتخت‌نشستن محمود غزنوی به پایان برد و در ۴۰۰ ه ق برابر با ۸ مارس ۱۰۱۰ میلادی، در هفتاد و یک سالگی، ویراست دوم را به انجام رساند.

جدولی شامل تقسیماتی {تاریخ ها، شخصیت های مهم، رویدادهای مهم، درجه‌ی اهمیت، سختی اجرا، زمان اجرا، منابع مالی، منابع انسانی} تهیه شده است. بر اساس نتایج به دست آمده، از مقدمه تا سرانجام شاهنامه، ۸۲۱ داستان (در بخش های اسطوره ای، پهلوانی، تاریخی) روایت شده است که می توان از تک تک آنها فیلم نامه های قابل توجهی استخراج کرد. اولین روایتی که برای تهیه فیلم نامه و شروع پیش تولید انتخاب گردید، قصه ی رستم و سهراب است زیرا شناخت بیشتری از این داستان در جامعه وجود دارد و پیام هایی مانند وطن پرستی، امید، دلاوری و جوانمردی که احتیاج مبرم جامعه امروز است در آن نمود فراوان دارد؛ از سوی دیگر بعد گرافیکی و نمایشی در این داستان بسیار قدرتمند است.

بیست مورد از سوژه های کاربردی شاهنامه در حوزه پویانمایی:

۱- **داستان زال و سام:** این داستان روایت می کند که اگر کسی در ذات و وجودش روح

خداوندگاری جاری باشد بد رفتاری های سنتی و اجتماعی مانع راه رشد او نمی شود بلکه

خداوند اگر زال را از او می گیرد سیمرغ را به او هدیه می دهد.

۲- **داستان پیل سپید و رستم:** آدم های بزرگ بدون گزافه گوئی عمل درست را انجام

می دهند. برداشتن گرز سام، کشتن پیل سپید و بعد رفتن و خوابیدن نشانه عمل بزرگ

است بدون کمترین ادعای بزرگی.

۳- **داستان ضحاک:** می خواهد بگوید اهریمن از نقطه ضعف های غریزی افراد مانند قدرت

طلبی، جاه طلبی، علاقه معنا نشده به مادیت، علاقه افراطی و کنترل نشده به غذا و

خوراک، می تواند از یک پهلوان خوشنام یک ابلیس مجسم بسازد.

۴- **داستان جمشید:** همواره در هر آنچه از نعمت و رحمت نصیب ما می شود، اراده و خواست

خدا در پس آن است. اگر خدا را فراموش کنیم هم خود را و هم مردم خود را به هلاکت

می افکنیم.

۵- **رستم و سهراب:** رستم بخاطر وطنش مبارزه می کند و هراس دارد که اگر کشته شود

سهراب گستاخ می شود و به مردمان سرزمینش آسیب می رساند بنابراین عواطف و

احساس پدرانه اش را در نمی یابد. سهراب در اندیشه است که رستم را به هر قیمتی

پیدا کند و به تخت سلطنت برساند؛ یعنی مصلحت اندیشی های آمیخته به ترس یا

منفعت طلبی نتایجی شوم دارد.

۶- **داستان سیاوش:** هرگز به دشمن اعتماد مکن حتی اگر دخترش را به تو بدهد در زمان

مناسب دشمنی اش را به بدترین شکل به انجام می رساند.

۷- **داستان پیران ویسه:** خردمندی که در خدمت اهریمن قرار می گیرد ذره ذره خودش

تبدیل به اهریمن میشود و بعد هیچ رهائی از پیمان اهریمن ندارد.

۸- **جنگ با اشکبوس:** در هنگام کارزار رستم پیاده و فقط با یک تیر و کمان به رویارویی

پهلوان بزرگی به نام اشکبوس می رود که با تمام تجهیزات و اسب کلاه و شمشیر و

گزر و.... به میدان آمده است. او در مقابل رستم، به خاک می افتد؛ در جنگها ایمان و اراده و اعتقاد عامل مهم پیروزی است.

۹- نجات بیژن توسط پسر گیو از چاه افراسیاب: وقتی قدرت رستم و اراده او با عشق منیژه هماهنگ می شوند هر غیر ممکن، ممکن است. ترکیب قدرت اراده و عشق کارستانی است که عشق مرده را در چاه سالها زنده نگه می دارد و قدرت او را از چاه به فرماندهی سپاه هدایت می کند .

۱۰- رستم و اسفندیار: جنگ بین نیروهای اهورائی است آنجا که تضاد منافع پیدا می کنند که یکی از آنها به علت جاه طلبی یا فرمانبری از بی خردی و غرور و تکیه بر روئین تنی می خواهد دست حقیقتی را ببندد و راستی را انکار کند.

۱۱- مرگ رستم : تراژدی غمگینی است از حسادت و کینه نابرادرها، نان خورده ها و نمکدان شکسته ها، هشدار است به که اعتقاد اهریمنی می تواند وابستگی های قوی و خانوادگی و خویشاوندی را پایمال کند.

۱۲- گردآفرید : نماد شخصیت زن ایرانی است. مقابل دشمن ایران می ایستد و به دشمن اعتماد نمی کند. می داند دشمن هرچقدر هم قدرتمند و زیبا باشد غریبه است و لایق محبت زن ایرانی نیست یعنی اسیر ظاهر فریبی های مردانه نمی شود.

۱۳- خان اول رستم: کشته شدن شیر به وسیله رخس، این قصه می خواهد بگوید در مسیر زندگی اگر همراهی داشته باشید که وقتی در خواب غفلت هستید از شما محافظت کند می توانید با اطمینان به مسیر ادامه دهید.

۱۴- خان دوم رستم: گم شدن رستم در بیابان. استمداد از خدا و میشی که راهنمای او تا چشمه می شود یعنی وقتی همه درها به روی شما بسته است و امیدتان از هم جا قطع شده است حتی وقتی رستم هستید و ناامید هستید، قطعاً خدا هست و می توانید با پناه بردن به او خودتان را از مهلکه نجات دهید .

۱۵- خان سوم رستم: ازدهایی که نزدیک می شود و تا رستم از خواب بیدار می شود پنهان می شود. مصداق این آیه است: پناه می برم به خدا از شر شیطان های پنهان »

من شر وسواس الخناس». شرهایی هستند که بسیار پنهان شونده اند و وقتی که ما در غفلت به سر می بریم خودشان را به ما تحمیل می کنند. باید برای مقابله با این شرها یک همراهی داشته باشیم مانند رخس که به ما هشدار بدهد و بگوید پیوسته هوشیار باشید.

۱۶- خان چهارم رستم: سفره گسترده و نوای ساز و موسیقی که در شرایط خستگی سفر به رستم داده می شود. پیام داستان این است که اگر ذات مادی انسان را از یاد خدا غافل کند می تواند دام ترسناکی باشد؛ که وقتی رستم خدا را شکر می کند صورت واقعی زنی زیبا تبدیل به عفریته ای میشود که حقیقت اوست.

۱۷- خان پنجم رستم: قصه ی «اولاد دیو» به ما می آموزد با بعضی از دشمنان می شود برای نابودی دشمنان قوی تر متحد شد اما همیشه باید مراقب دشمن بود. چنانچه رستم در رویارویی با ارژنگ دیو، اولاد دیو را که متحد اوست به درختی می بندد که مبادا خطا کند.

۱۸- خان ششم رستم: جنگ با ارژنگ دیو است. «ارژنگ» به معنای رنگارنگ و صورت رفتار و گفتاری زیباست. در مقابله با دشمنانی که دشمنی شان از رفتارشان پیداست اما با ظاهری زیبا و کلماتی فریبنده به سمت شما می آیند با قدرت کامل وبدون ترحم برخورد کنید.

۱۹- خان هفتم رستم: کشتن دیو سپید است. خطرناک ترین دشمن کسانی که اهل اعتقاد هستند و کسانی هم هستند که از دور سپیدند و از نزدیک مانند قیر سیاه یعنی اهل نفاق هستند؛ ظاهر آن ها با باطنشان در تفاوت آشکار حتی در تضاد است. در جنگ با این افراد باید اول دست و پای این دشمنان را قطع کرد یعنی چهره فریب کارشان را رسوا ساخت آن وقت نابودیشان بسیار ساده است.

جهت اجرای این طرح، جدولی شامل تقسیماتی «تاریخ ها، شخصیت های مهم، رویدادهای مهم، درجه ی اهمیت، سختی اجرا، زمان اجرا، منابع مالی، منابع انسانی» از محتوای شاهنامه تهیه خواهد شد، که بر اساس نتایج به دست آمده، از مقدمه تا

سرانجام شاهنامه ۸۲۱ داستان (در بخش های اسطوره ای، پهلوانی، تاریخی) روایت شده

است که می توان از تک تک آنها فیلم نامه های قابل توجهی استخراج کرد.

اولین روایتی که برای تهیه فیلم نامه و شروع پیش تولید انتخاب گردید، قصه ی رستم و

سهراب است

زیرا شناخت بیشتری از این داستان در جامعه وجود دارد و پیام هایی مانند وطن پرستی، امید،

دلاوری و

جوانمردی که احتیاج مبرم جامعه امروز است در آن نمود فراوان دارد؛ از سوی دیگر بعد

گرافیکی و نمایشی در این داستان بسیار قدرتمند است.

گردآوری اطلاعات دقیق و علمی در طراحی انیمیشن شاهنامه مهمترین قسمت پژوهش

است و به نظر می رسد، گیم و انیمیشن هایی که برگرفته از شاهنامه است به دلیل ضعف در پژوهش (در

محتوا و طراحی گرافیکی) نتوانستند معرف فرهنگ و ادب ملی و بومی ایران باشند و در عرصه ملی و

بین المللی به جایگاه شایسته خود برسند.

- نمونه های تولید شده از انیمیشن شاهنامه اما بسیار پر خطا :

به عنوان نمونه انیمیشن استرالیایی «سهراب و رستم» به کارگردانی «لی ویتور» برنده

جایزه بهترین انیمیشن از شصت و ششمین جشنواره بین المللی فیلم سیدنی استرالیا در ۲۰۱۹ شد. اما

واگوی فرهنگ ایرانی و پابند به اصالت متن شاهنامه نیست مثلا طراحی کاراکترها و لباس ها و ابزار

چینی و مغولی است و یا سعید قهاری نویسنده و کارگردان ایرانی ساکن انگلیس فیلم انیمیشن رستم

و سهراب را تولید کرده که بسیار بیگانه از شاهنامه است و کاراکترها الگویی از اسطوره های یونانی

است:



در حالیکه با پژوهش در متن شاهنامه می توانیم انیمیشن هایی که تشخیص و تمایز در تولید و تاثیرگذاری در سطح بین الملل داشته باشند ارائه کنیم.

در نمونه های مشابه ایرانی و خارجی متاسفانه به محتوا توجه چندانی نشده است و بر فنون گرافیکی تولید بیشتر تاکید کرده اند. در شرکت بلند اندیشه آوازا، تاکید بر اصالت متن است و با همکاری متخصصان حوزه های گرافیکی و ادبی و تاریخی، انیمیشن هایی که تولید می شود از نظر سطح کیفی تولید (گرافیک) درجه یک و هنری است.

در ادامه شرحی از این متن پژوهی و تولید انیمیشنی که به عنوان نمونه در شرکت انجام شده است می پردازیم:

سه یاقوت رخشان به سه مهره زر

از ایران فرستاده بودش پدر

این بیت اشاره به شکل ظاهری بازوبند سهراب دارد، که سه مهره طلایی رنگ است و سه

یاقوت قرمز

بر روی آن تعبیه شده است. نکته مهمتر این است که در فرهنگ پهلوانی ایران زمین از

دیرباز، بازوبند پهلوانان از جنس چرم تهیه می شده؛ در حالی که در انیمیشن هایی که از شاهنامه تولید

شده است این بازوبند با مهره های فیروزه ای رنگ و جنس فلز نمایش داده می شود ؛ این موارد نشان می دهد متن پژوهی در پس تولید صنایع فرهنگی به دقت انجام نشده است .در طراحی بازوبند سهراب، از بازوبند جهان پهلوان تختی ۱ ایده گرفته ایم که بسیا شبیه به همین بیت شاهنامه است:

بازوبند طراحی شده در شرکت ما بر اساس این بیت شاهنامه



(نمونه اشتباه در طراحی) طراحی بازوبند سهراب در انیمیشن تولید شده توسط آقای

کیانوش دالوند:



نکته قابل توجه این است که با همین سطح دانش و رویکرد در تولید فیلم انیمیشن رستم و سهراب، قراراست سریال ۵۲ قسمتی انیمیشن «رستم و سهراب» به کارگردانی آقای کیانوش دالوند و تهیه کنندگی داریوش دالوند برای شبکه نمایش خانگی تولید شودو تازه پس از اتمام کار و پخش اثر همه از نتایج آن با وجود ناسازگاری با اصل و حقیقت تاریخی آن، افتخاری با منت بر فرهنگ جامعه ی که هر لحظه در آن تحریف صورت می گیرد، دارند. حال آنکه خود خواسته یا ناخواسته یکی از تحریف کنندگان هستند.

عکس منتشر شده در ویگسون، یک مهره قرمز رنگ:

تا ص ۲۲



نقاشی استاد فرشچیان که شکل ظاهری بازوبند مطابق با شاهنامه است اما به علت سبک نقاش، مهره بی رنگ است:



زره بود و خفتان و ببر بیان ز کلک و ز پیکانش نامد زیان
اشاره به پوشش جنگی پهلوان دارد. رستم، ببر بیان به تن دارد که زرهی بوده از پوست ببر،
آب، آتش، و جنگ افزارها بر این جامه که گویا رویه پشمین داشته کار گر نبوده‌اند. در تصویر هم جامه
رستم «ببر بیان» است. اما جامه سهراب که از توران آمده به سبک تورانی ها زرهی فلزی است.
این نکات در مورد پابندهای دو پهلوان نیز رعایت شده است، پابند رستم به سبک ایرانی و
پابند سهراب به سبک تورانی است. کلاه خود رستم نیز برگرفته از شاهنامه است که مجموعه سر دیو
سپید است؛ افتخار و شهرت رستم، شکست دیو سپید است.

غمی شد دل هر دو از یکدگر

گرفتند هر دو دوال کمر

تهمتن که گر دست بردی به سنگ

بکندی ز کوه سیه روز جنگ

کمر بند سهراب را چاره کرد

که بر زین بجنباند اندر نبرد

میان جوان را نبود آگهی

بماند از هنر دست رستم تهی

دو شیر اوژن از جنگ سیر آمدند

همه خسته و گشته دیر آمدند

در این ابیات اشاره می کند به کشتی گرفتن دو پهلوان که مطابق با کشتی ایرانی (رستم) و

کشتی فرنگی

(سهراب) صحنه نبرد طراحی شده است.



در این تصویر هجوم دوپهلوان به تصویر کشیده شده است. سهراب گارد بالا تنه دارد، زیرا در کشتی فرنگی، گارد از کمر به بالا است. رستم گارد قسمت پایین تر را گرفته است، زیرا کشتی ایرانی فنونش با گارد کمر شروع می شود. به همین دلیل در تصویر بعد می بینیم که رستم فن کمر را می زند که از فنون کشتی ایرانی در همین گارد است.

و بعد از کمر گیری رستم سعی می کند با گرفتن دوخم، فن درخت کن را انجام دهد اما موفق نمی شود (اشاره به اینکه رستم میانسال است و در برابر قوای بدنی سهراب ناتوان است). به همین دلیل، هنگامی که رستم نمی تواند فن را بر سهراب اجرا کند، سهراب با فن کنده فرنگی، رستم را بلند می کند اما رستم هم با قدرتی که دارد بر روی پاهایش می ایستد و نمی گذارد بیفتد.

ترسیم رخس

در ترسیم رخس به این بیت استناد شده است:

تنش پر نگار از کران تا کران

چو داغ گل سرخ بر زعفران



رخس به معنای سرخ . سفید در هم آمیخته است. رخس لکه های قرمز و زرد از زیر دم تا زیر گردن داشته و چشم ها تا دهان سفید بوده است.

۹-۱	مبانی نظری تحقیق (در تحقیق کیفی) محتوا: در پژوهش های انجام شده تمرکز و تسلط بر اصالت محتواست؛ محصول تولید شده حاصل چندین ماه واکاوی و تحلیل نمونه های مشابه شاهنامه بوده است نتایج پژوهش نشان داد در نمونه های مشابه ایرانی و خارجی پژوهش دقیق در محتوا و طراحی انجام نشده است و انیمیشن های تولید شده از شاهنامه بر اساس الگوهای غربی (یونانی و رومی) و انیمیت های ژاپنی است. به متن روایت های شاهنامه، اصالت فرهنگ ایرانی و پیام های اخلاقی شاهنامه پابندی چندانی وجود ندارد. افراد متخصص تیم در شش ماه پژوهش برای تولید یک داستان (رزم رستم و سهراب) تمام نمادها، چهره ها، لباس ها، فضای جغرافیایی، ابزار جنگی، سن و سال قهرمان ها، جنگ افزارها و پوشش های جنگی ایرانی و پیام های داستانی و ... را دقیقاً طبق متن شاهنامه و فرهنگ ایران زمین برگزیدند، هدف از این واکاوی و دقت نظرها، شناخت چهره و عناصر فرهنگی اصیل کشور به منظور توانمند سازی در برابر شوک ها و تهاجم های فرهنگی و توانایی مقاومت و تاب آوری در برابر تهاجم جهانی سازی فرهنگ غربی بر پایه ارزش های فاخر ایرانی اسلامی است
۹-۲	چارچوب نظری تحقیق (در تحقیق کمی) این تحقیق یک تحقیق کیفی است.

روش انجام تحقیق و مراحل انجام آن

برای جمع‌آوری اطلاعات از روش اسنادی- کتابخانه‌ای و برای تحلیل پویایی‌های انجام شده پیشین از روش تحلیل محتوا و برای تبیین چگونگی اثربخشی ارزش‌های فرهنگی مطلوب بر تعالی فرهنگی و بستر سازی برای پیشرفت و توسعه اجتماعی و فردی و تبیین رابطه عوامل و بنیادهای فرهنگی و باورها بر چگونگی شکل‌گیری ساختار و عملکرد اجتماعی، از چهارچوب نظری مکتب نهادگرایی بویژه دیدگاه‌های دو نوبلیست برجسته نهادگرا یعنی داگلاس نورث و اولیور ویلیامسون استفاده خواهد شد.

بررسی تحقیقات پیشین :

تقی‌زاده (۱۳۷۹) در مقاله «بهرام بیضائی، ادبیات و سینما» توضیح می‌دهد که شخصیت‌های مطرح در فرهنگ معاصر هنگامی که می‌خواهند اندیشه و ادبیات آن‌ها دیده شود از عرصه ادبیات به عرصه تصویر و فیلم روی می‌آورند «بهرام بیضائی ظاهراً می‌خواست آثار نوشتاری خود را دیدنی کند» (تقی‌زاده، ۱۳۷۹: ۱۱).

قدیری معصوم (۱۳۷۹) در مقاله «سیری در مفاهیم و ابعاد مختلف توسعه» مفهوم توسعه را از بعد اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی بررسی نموده است. توسعه فرهنگی را با توسعه انسانی تعریف می‌کند «توسعه انسانی به مفهوم تغییرات متوالی و پویا در آن شرایطی است که موجبات یک زندگی آزاد و رضایت‌بخش را برای کل افراد یک جامعه یا کشور فراهم می‌آورد که شامل: دسترسی به مسائل امرار معاش - آزادی انتخاب - توسعه خوداتکایی - پیشرفت اجتماعی و سیاسی» می‌باشد (قدیری معصوم، ۱۳۷۹: ۱-۱۵).

غلامی نژاد و همکاران (۱۳۸۶) به ضرورت پرداختن به موضوعات علمی-پژوهشی بر اساس نیازهای عصر دانایی می‌پردازد در مقاله «آسیب‌شناسی پایان‌نامه‌های زبان و ادبیات فارسی» که ۳۴۵۰ پایان‌نامه در رشته زبان و ادبیات فارسی بررسی شده است به این نتیجه رسیده که پایان‌نامه‌ها عموماً توصیفی هستند و آشکارا اصل مهم دانش‌بنیانی در آن‌ها اصلاً وجود ندارد. آسیب‌شناسی پایان‌نامه‌ها در پنج موضوع کلی مطرح شده است: عدم وجود کلان‌نگری علمی - ادبی، تمرکز موضوع‌ها در ارائه اطلاعات ادبی، نبود روش مشخص علمی - پژوهشی، انجام موضوعات تکراری، موضوعات کلی (غلامی نژاد، قبول، ۱۳۸۶: ۱۹۲-۱۸۱).

ذوالفقاری (۱۳۸۸) وضعیت فعلی رشته زبان و ادبیات فارسی را با توجه به نقش کلیدی و هویتی آن مناسب نمی‌بیند. اطلاعات مقاله «موقعیت کنونی رشته زبان و ادبیات فارسی و راهکارهای تقویت آن» به روش تحقیق کتابخانه‌ای و نظرسنجی گردآوری شده است. مطالب شامل دو بخش است: بخش اول به تحلیل نقاط قوت و ضعف رشته زبان و ادبیات فارسی (در حوزه آموزش و پژوهش) در حال حاضر می‌پردازد و بخش دوم نتیجه‌گیری و پیشنهادها را به‌رودی است (رواج رشته زبان و ادبیات فارسی و گسترش حوزه قلمرو آن در داخل و خارج کشور - توسعه کمی و کیفی آن - کارآفرینی برای

دانش‌آموختگان این رشته - توانمند کردن استادان و دانشجویان - تقویت برنامه‌های آموزشی و پژوهشی (ذوالفقاری، ۱۳۸۸: ۷۴-۴۷).

قبادی (۱۳۸۸) در «ادبیات فارسی و هویت ایرانی: چالش‌ها و راهبردها» به بررسی پیوندهای هویت ایرانی با ادبیات می‌پردازد و اهمیت و جایگاه آن را بررسی می‌کند (قبادی، ۱۳۸۸: ۳۹).

پرنیان و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان «سفارش‌های اقتصادی سعدی در بوستان و گلستان» نگرش‌های اقتصادی از منظر سعدی را بررسی کرده‌اند و نگارندگان می‌کوشند با استخراج ابیات و حکایات مربوط به مسائل اقتصادی از بوستان و گلستان سعدی مجموعه‌ای از سفارش‌های اقتصادی وی به دست دهند، سپس با بررسی سفارش‌های اقتصادی او این نکته را روشن سازند که سعدی شاعری میانه‌رو و به قناعت در زندگی بسیار پایبند بوده است. از نظر او بسیاری از مشکلات اقتصادی جامعه با احسان و بخشش صاحبان ثروت از بین خواهد رفت و در این صورت جامعه‌ای آرمانی به وجود خواهد آمد که در آن خبری از فقر، بیکاری، اختلاف طبقاتی و دیگر مشکلات اقتصادی نخواهد بود (پرنیان، حسینی، ۱۳۹۱: ۱۸۸-۱۵۹).

ایوبی نجاتی (۱۳۹۲) در پایان‌نامه‌ای که با عنوان «بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد زبان و ادبیات فارسی در زمینه کارآفرینی» نوشته است، بر این نکته تأکید دارد که: «با استفاده از چه شیوه‌ای می‌توانیم، دانشجویان را تشویق کنیم در رشته تحصیلی خود فعال و علاقه‌مند باشند. از سوی دیگر نیز دانشجویان بخواهند این سبک آموزش را یاد بگیرند. نمرات بالایی داشته باشند، از درس خود لذت ببرند و نگران اشتغال آینده نباشند».

سید صدر (۱۳۹۳) در کتاب «سعدی و اقتصاد» به پیوند میان ادبیات فارسی و رونق زندگی از ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی پرداخته و در ادامه با بررسی آثار سعدی به نظریات وی در این ابعاد پرداخته است (سید صدر، ۱۳۹۳).

پور شبان (۱۳۹۵) در مقاله‌ای تحت عنوان «اقتباس سینمایی از آثار غنایی ادبیات کلاسیک فارسی با تأکید بر وجوه نمایشی سندبادنامه ظهیری سمرقندی» به بررسی دلایل ضعف و عدم ساخت فیلم‌های اقتباسی موفق در سینمای ایران می‌پردازد. در این مقاله عدم این موفقیت را چندین عامل بیان می‌کند که مهم‌ترین آنها شامل: عدم معرفی آثار ادبی کلاسیک به زبان امروز و بازکاوی متون، عدم

طبقه‌بندی ژانری متون ادبی برای استفاده در ژانرهای متناسب با دنیای هنری امروز، محدودیت‌های ساختاری متون کلاسیک در پرداخت است (پور شبان، ۱۳۹۵: ۱-۲۱).	
جامعه آماری (در تحقیق کمی)	۱۲-۱
جامعه مورد بررسی (در تحقیق کیفی)	
پویایی‌نمایی‌های تولید شده بر اساس شاهنامه	
محاسبه حجم نمونه	۱۳-۱
ابزار گردآوری اطلاعات :	۱۴-۱
اطلاعات به روش اسنادی- کتابخانه‌ای و روش تحلیل محتوا جمع‌آوری خواهد شد.	
روش تجزیه و تحلیل اطلاعات:	۱۵-۱
تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از روش کیفی، توصیفی- تحلیلی و روش تحلیل محتوا انجام خواهد شد.	
فهرست منابع و مآخذ (الف- فارسی ب- عربی ج- لاتین) به شرح زیر:	۲

جین، زوئینگ (۱۳۸۷)، تغییرات جهان گستر فناوری به سوی فناوری های نرم؛ مترجمان رضا حسنوی، شهریار سلامی، نشر: تهران: دانشگاه صنعتی مالک اشتر.

حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۲)، روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات سمت.

خداوردی، حسن (۱۳۸۷)، متدولوژی پژوهش کیفی، نشریه مدیریت، ص ۴۲-۶۱.

تاووز، روژ (۱۳۹۵)، ترجمه: احتشام رشیدی - انسیه ابری، درآمدی پیشرفته بر اقتصاد فرهنگی، تهران، نشر: تیس

تراسبی، دیوید (۱۳۸۹)، اقتصاد و فرهنگ، ترجمه: کاظم فرهادی، تهران: نشر نی.

پور رجبی، میلاد؛ میرزایی، حسین؛ و یدالهی زاده، محمدجواد (۱۳۹۸). راهبردهای برنامه ریزی صنایع فرهنگی بومی؛ رویکردها، اصول و الگو، فصلنامه راهبرد اجتماعی - فرهنگی، ۸(۲)، ۹۷-۱۲۵.

دانایی فرد، حسن؛ الوانی، مهدی؛ و آذر، عادل (۱۳۸۵). روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، تهران: انتشارات صفار.

دلاور، علی (۱۳۷۴)، مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی، تهران: انتشارات رشد.

دلاور، علی (۱۳۸۵)، روش های تحقیق در علوم رفتار. تهران: انتشارات پیام نور.

ذوالفقاری، حسن (۱۳۸۸). موقعیت کنونی رشته زبان و ادبیات فارسی و راهکارهای تقویت آن، مطالعات ملی، ۳۸، ۷۴-۴۷.

سلجوقی، خسرو (۱۳۸۸). فرهنگ کارآفرینی، کارآفرینی فرهنگی، اهمیت، ضرورت و جایگاه، علوم اجتماعی، ۲۲، ۷۵-۵۸.

سند راهبردی توسعه فناوری های فرهنگی و صنایع خلاق (اقتصاد فرهنگ) پیشران اعتلای معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ۱۳۹۳.

سید صدر (۱۳۹۳)، محمد تقی، سعدی و اقتصاد، نشر: تهران، فردوس،

طالبی، کامییز؛ دهقان نجم آبادی، عامر (۱۳۹۲). تأثیر سرمایه های ساختاری سازمان بر تشخیص فرصت های کارآفرینانه (مورد مطالعه: شرکت های دانش بنیان مستقر در پارک علم و فناوری اقبال شهر یزد)، توسعه کارآفرینی، ۶(۳)، ۶۷-۸۶.

طغریایی، محمد تقی؛ رضوانی، مهران و مبارکی، محمد حسن (۱۳۹۵). طراحی الگوی کارآفرینانه در کسب و کارهای فرهنگی و هنری، توسعه کارآفرینی، ۹(۳)، ۴۹۱-۴۷۳.

ظاهری عبدوند، ابراهیم و صفری، جهانگیر (۱۳۹۸). جایگاه آموزش کارآفرینی در سرفصل های رشته زبان و ادبیات فارسی با تأکید بر رویکرد رفتاری، پژوهش و نگارش کتب دانشگاهی، ۲۳(۴۴)، ۹۸-۷۶.

کرسول، جان. (۱۳۹۱). پویش کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد (روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده بنیاد، قوم نگاری، مطالعه موردی). ترجمه حسن دانایی فرد، حسین کاظمی. انتشارات صفار. ویرایش دوم. تهران. ۳۲۰ صفحه.

علائی، سوسن (۱۳۹۳). توسعه کارآفرینی در صنایع فرهنگی، تهران: انتشارات دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.

علی احمدی، علیرضا؛ و باریده، طاهره (۱۳۹۶). شناسایی و اولویت بندی شاخص های فناوری های نرم دانش بنیان (صنعت موردی: بازی های رایانه ای)، مدیریت فردا، ۵۱، ۱۳۶-۱۵۹.

غلامی نژاد، محمدعلی؛ و قبول، احسان (۱۳۸۶). آسیب‌شناسی پایان‌نامه‌های رشته زبان و ادبیات فارسی، گوهر گویا، ۱۹۲-۱۸۱.

مرکز آمار ایران. داده‌ها و اطلاعات آماری، جمعیت و نیروی کار، (SNA 5581721).

ملکی فر، سیاوش؛ قاضی نوری، سپهر؛ قانع‌ی راد، محمدمبین و موسوی، آرش (۱۳۹۷). شناسایی و تحلیل رویکردهای موجود و مطلوب در صنایع فرهنگی کشور مبتنی بر دیدگاه ذی‌نفعان، مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی، ۸(۲۶)، ۱۷-۳۹.

ملکی‌فر، عقیل؛ و علوی، سارا (۱۳۸۵). هجرت عظمی در صنعت و فناوری، تهران: اندیشکده صنعت و فناوری (آصف)، ۱، ۷۶-۱.

معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری (۱۳۹۶). سند راهبردی توسعه فناوری‌های فرهنگی و صنایع خلاق.

Berg, S. H. (2015). Creative cluster evolution: The case of the film and TV industries in Seoul, South Korea, *European Planning Studies*, 23(10) , 1993-2008.

Brouillette, S. (2014). *Literature and the Creative Economy*, Stanford University Press Digital, ISBN: 9780804792431

Corbin, J., & Strauss, A. (2014). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*, Sage publications.

Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Techniques and procedures for developing grounded theory Basics of Qualitative Research*, 3rd ed, Sage: Thousand Oaks, CA, USA.

Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research, *Academy of management review*, 14(4) , 532-550.

Ghuri, P., Grønhaug, K., & Strange, R. (2020). *Research methods in business studies*. Cambridge University Press.

Horkheimer, M., Adorno, T. W., & Noeri, G. (2002). *Dialectic of enlightenment*, Stanford University Press.

Khaire, M. (2017). *Culture and Commerce: The Value of Entrepreneurship in Creative Industries*, California: Stanford University Press, Digital ISBN: 9781503603080

Klamer, A. (2011). Cultural entrepreneurship, 24:141-156, DOI 10.1007/s11138-011-0144-6.

Kolb, B. (2015). *Entrepreneurship for the Creative and Cultural Industries*, HSBN: 978-1-138-01953-9.

Lofland, J., & Lofland, L. H. (1995). *Developing analysis. Analyzing social setting*, 183-203.

Nour, S. M. (2014). Transition to a knowledge-based economy in the Arab region. *International Journal of Innovation and Knowledge Management in the Middle East and North Africa*, 3(2) , 125.

Phillips, R. J. (2011). *Arts Entrepreneurship and Economic Development: Can Every City be "Austintatious"?*, Now Publishers Inc.

Santoro, G., Bresciani, S., & Papa, A. (2020). Collaborative modes with cultural and creative industries and innovation performance: the moderating role of heterogeneous sources of knowledge and absorptive capacity, *Technovation*, 92, 102040. 2

Selltiz, C., Wrightsman, L. S., & Cook, S. W. (1976). *Research methods in social relations*. Holt, Rinehart and Winston.

Skavronska, I. V. (2017). Creative industries in Ukraine: analysis and prospects of the development, *Economics & Sociology*, 10(2) , 87-106.

Shane, S. A. (2004). *Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation*, Edward Elgar Publishing.

Stiglitz, J. (1999). Public policy for a knowledge economy. Remarks at the Department for Trade and Industry and Center for Economic Policy Research, 27(3) , 3-6.

Strauss, A. L., & Corbin, J. M., (1998) , *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*, 2nd Ed, Thousand Oaks, CA: Sage Publications

Strauss, A & ,Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*, Sage publications.

Schumpeter, J. A. (2013). *Crumbling Walls In Capitalism, Socialism and Democracy*, Routledge, 148-159.

Suddaby, R. (2006). From The Editors: What Grounded Theory Is No, *Academy of Management Journal*, 49 (4) , 633-642.

Supanto, F., & Fristin, Y. (2017). Community-Based Acceleration Model of Entrepreneurship Growth and Development on Telematics Creative Industries in Malang Raya Indonesia, *Journal of Applied Economic Sciences*, 12(7) , 84-92.

Tun, K. M. (2019). Challenges and opportunities of tourism development in MYANMAR among CLMV countries (CAMBODIA, LAO PDR, MYANMAR, VIETNAM) ,*Doctoral dissertation*, Yangon University of Economics,1-75.

Thompson, J., Alvy, G & ,Lees, A. (2000). Social entrepreneurship-a new look at the people and the potential, *Management Decision*, 38(5) , 328-338.

Towse, R. (2020). Creative industries ,In *Handbook of Cultural Economics*, Third Edition, Edward Elgar Publishing .

Urbano, D., Ferri, E., Peris-Ortiz, M & ,Aparicio, S. (2017). Social entrepreneurship and institutional factors: A literature review, In *Social Entrepreneurship in Non-Profit and Profit Sectors* ,Springer & Cham ,9-29.

UNCTAD (2008) *Creative Economy Report: The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy-making*, Geneva, UNCTAD, United Nations, ISBN 978-0-9816619-0-2.

Veselá, D., & Klimová, K (2014). Knowledge-based Economy vs Creative Economy, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 141, 413 - 417.

Vlassis, A. (2016). UNESCO, cultural industries and the international development agenda: between modest recognition and reluctance In *Contemporary Perspectives on Art and International Development* ,Routledge. ۶۸-۸۳ ,

Yang, J., & Černevičiūtė, J. (2017). Cultural and Creative Industries (CCI) and sustainable development: China's cultural industries clusters, *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 5(2) , 231-242.

برنامه زمانی اجرای پژوهش:			۳
عنوان فعالیت	زمان آغاز	زمان پایان	
طرح پژوهشی: بررسی تولید محتوا از داستان های شاهنامه برای تولید انیمیشن	۱۴۰۳/۵/۱	۱۴۰۴/۵/۲۰	

اعضای تیم پژوهشی طرح:				۴
نام و نام خانوادگی	مدرک و رشته تحصیلی	نوع تخصص	مدت زمان همکاری (ساعت)	
مریم رحمانی	دکتری - زبان و ادبیات فارسی	صنایع فرهنگی		
سید محمد باقر نجفی	دکتری - علوم اقتصادی	برنامه ریزی توسعه اقتصادی - اقتصاد دانش بنیان		
جمال فتح اللهی	دکتری - علوم اقتصادی	برنامه ریزی توسعه اقتصادی - مدیریت منابع انسانی		

هزینه اجرای طرح: بررسی تولید محتوا از داستان های شاهنامه برای تولید انیمیشن				
عنوان	تعداد	فی	جمع	
شناسایی و به شمار درآوردن ارزش های فرهنگی هدف بر اساس اسناد بالادستی جمهوری اسلامی و منابع معتبر فرهنگی کشور و منابع علمی	۱- شناسایی اسناد بالا دستی و تحلیل محتوا و استخراج ارزش های هدف منظور آنها ۲- شناسایی منابع معتبر علمی و منابع فرهنگی و تحلیل محتوا و استخراج ارزش های هدف منظور آنها	۲۰۰۰۰۰۰۰۰ دویست میلیون ریال	۲۰۰۰۰۰۰۰۰	
تبیین رابطه بین ارزش های فرهنگی و هویت فردی و اجتماعی و نقش ارزش های فرهنگی بر شکل گیری هویت افراد و جوامع و عملکرد اجتماعی		۱۵۰۰۰۰۰۰۰ یکصد و پنجاه میلیون ریال	۱۵۰۰۰۰۰۰۰	

۲۵۰۰۰۰۰۰۰	۲۵۰۰۰۰۰۰۰ دویست و پنجاه میلیون ریال		شناسایی پویایی‌نمایی‌های تولید شده بر اساس شاهنامه و تحلیل محتوای آن‌ها و استخراج نقاط ضعف محتوایی آن‌ها	
۲۵۰۰۰۰۰۰۰	۲۵۰۰۰۰۰۰۰ دویست و پنجاه میلیون ریال		استخراج فهرست داستان‌های شاهنامه که می‌توانند محتوای پویایی نمایی‌های مستقل باشند	
۶۵۰۰۰۰۰۰۰	۶۵۰۰۰۰۰۰۰ ششصد و پنجاه میلیون ریال		استخراج، تحلیل محتوا و ژانر بندی ۲۰ داستان نمونه شاهنامه که حاوی مطالب تربیتی و اخلاقی سازنده و دارای ظرفیت اثر بخشی بر تقویت هویت فردی و ملی نوجوانان ایران زمین یا ترویج ارزش‌های انسانی و اخلاقی باشند همراه با بیان مختصر مهم‌ترین پیام‌های آن‌ها	
۱۵۰۰۰۰۰۰۰	هزار و پانصد میلیون ریال		جمع کل	