نقل قول

باندبازی مخوف سینما در حوزه کتاب وجود ندارد

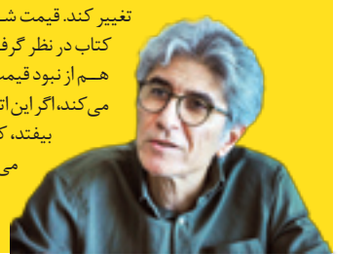
ایبنا: حمیدرضا بیدقی، طراح پوستر سی‌وششمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران درباره تفاوت طراحی پوستر برای یک رویداد فرهنگی مانند نمایشگاه کتاب و جشنواره فیلم فجر گفت: مردمی که در جشنواره به سینما می‌روند، کسانی هستند که معمولاً سینما را دنبال و نقد می‌کنند اما در نمایشگاه کتاب بحث متفاوت است، ذات این دو باهم تفاوت می‌کند. در هر خانه‌ای حداقل دو کتاب قرآن و دیوان حافظ و گاهی کتاب‌های دیگر را هم می‌بینید. کتاب جزو بافت خانه‌هاست و حتی برخی به عنوان دکور استفاده می‌کنند اما الزاماً همه خانواده‌ها فیلم تماشا نمی‌کنند. کسی برای وقت تلف کردن کتاب نمی‌خواند، همه برای آموختن مطالعه می‌کنند، ولی مردم فیلم را معمولاً برای سرگرمی می‌بینند. در سینما فضای تو در تو و باندی بیشتری وجود دارد. اولین چیزی در جشنواره فیلم مورد هدف نقد قرار می‌گیرد، پوستر آن است و متأسفانه همه برای از میدان به در کردن یکدیگر دست به کار می‌شوند. از بودجه گرفته تا دبیر جشنواره، همه را مورد انتقاد قرار می‌دهند اما در نمایشگاه کتاب آدم‌ها با کتاب صمیمی‌تر هستند و دیدشان صمیمی‌تر است، باندبازی مخوف سینما در کتاب وجود ندارد. این را به تجربه به شما می‌گویم، فضای کتاب صمیمی‌تر است. همچنین اصولاً مردم ما با پوسترهای تصویرسازی گونه، ارتباط بیشتری برقرار می‌کنند تا اینکه کاراکتر خاصی روی پوستر بگذارید، مردم با آن ارتباط نگیرند یا از تکنیک‌های پیشرفته و مینیمال گرافیک استفاده کنید.

سینمای کمدی در حال حاضر به کمیت و سوداگری توجه دارد

سینماپرس: رضا مقصودی از فیلمنامه‌نویسان و کارگردانان سینمای ایران با اشاره به کیفیت فیلم‌های کمدی بیان کرد: در حال حاضر، سینمای ما به دلیل مشکلات مختلف، از جمله بحران کرونا و سیاست‌های خصمانه بین‌المللی، در افول بوده است، اما به طور کلی سینمای کمدی نقش مهمی در جلب دوباره توجه مردم به سینما ایفا کرده است. متأسفانه در حال حاضر سینمای کمدی بیشتر به کمیت و سوداگری توجه دارد تا به کیفیت. این روند باید تغییر کند. سینمای کمدی با محتوای عمیق‌تر و نقد اجتماعی نیاز به توجه بیشتری دارد. برای تولید چنین آثار کمدی‌ای، فیلمسازان باید دست‌شان باز باشد تا بتوانند به مسائل روز جامعه، سیاست‌ها و پیچیدگی‌های اجتماعی بپردازند. سینمای کمدی باید قادر باشد به نقد سیاست‌ها و افرادی که در مناصب کلیدی قرار دارند بپردازد، اما این مسائل برای برخی از تصمیم‌گیرندگان در بخش سینمایی کشور چندان خوشایند نیست و ممکن است با مقاومت مواجه شود. فیلمسازان باید شجاعت این را داشته باشند که در آثار خود به نقدهای سیاسی و اجتماعی بپردازند و فضای سینمای کمدی را به سمت نقد و بررسی مسائل روز جامعه هدایت کنند، البته این کار هزینه‌بردار است و بعضی‌ها ترجیح می‌دهند به دلیل ترس از تبعات آن، از ورود به این حوزه‌ها خودداری کنند. اگر سینماگران بتوانند این شجاعت را پیدا و در عین حال فضای اخلاقی را هم به درستی رعایت کنند، می‌توانند سینمای کمدی تأثیرگذار و ماندگاری خلق کنند که نه تنها خنده‌آور باشد، بلکه محتوای اجتماعی و سیاسی قوی هم داشته باشد.

کتابفروشی‌ها اگر بر موج تغییرات سوار نشوند محکوم به تعطیل شدن هستند

ایرنا: مجید تیموری، مشاور حوزه بازاریابی و برندینگ کتاب و نشر در مورد نقص‌های کتابفروشی‌ها گفت: نکته‌ای که به عنوان کتابفروش همیشه بر آن تأکید کرده‌ام این بوده است که در حوزه کتابفروشی باید تغییرات بنیادین انجام دهیم. تغییرات بنیادین به چه شکل؟ ما هنوز کتابفروشی‌های سنتی داریم که حاضر نیستند دکور خود را تغییر دهند، حاضر نیستند مبانی برندینگ فروشگاهی را رعایت کنند، حاضر نیستند نیروی متخصص کتاب بگیرند، حاضر نیستند هزینه کنند و تبلیغات انجام دهند. همه این کارهایی را که کسب و کار باید انجام دهد، انجام نمی‌دهند و بعد خود را در مقام مظلومیت قرار می‌دهند و اعلام می‌کنند حوزه کتاب ضعیف است. شکل فعالیت کتابفروشی باید پوست بیندازد، پوست‌اندازی باید در نسل جدید اتفاق بیفتد که ما می‌دانیم با حضور کتابفروشی‌های مدرن این اتفاق می‌افتد. کتابفروشی‌های محلی اگر سوار بر موج تغییرات نشوند، محکوم به تعطیل شدن هستند، باید این کار صورت بگیرد و دیدگاه نسلی از کتابفروشان که می‌نشینند و انتظار دارند به این دلیل که در حوزه فرهنگ فعال هستند- باید به آنها نگاه فرهنگی شود و مورد حمایت قرار بگیرند- درست نیست. معضل دیگری هم در نتیجه فروش کتاب در مترو و شبکه‌های مجازی دیده می‌شود. افراد بعد از دیدن این بازار در اماکن عمومی، وقتی وارد کتابفروشی می‌شوند، از کتابفروش تخفیف می‌خواهند. سیاست‌های فرهنگی ما باعث شده مشتری نسبت به کتابفروشی حالت طلبکارانه داشته باشد. این معضلی است که باید چند تغییر اساسی کند. شکل فعالیت کتابفروشان و قوانین باید تغییر کند. قیمت شناور باید برای کتاب در نظر گرفته شود، ناشر هم از نبود قیمت شناور ضرر می‌کند، اگر این اتفاق‌ها در صنف بیفتد، کتابفروشان هم می‌توانند تقویت شوند.



نگاهی به نمایش «آشپزخانه و متعلقات» به کارگردانی شهره سلطانی

تراژدی روابط انسانی روی صحنه

احمد محمدتبریزی

آشپزخانه در خانه جایی است که به دور از چشم میهمانان، می‌توان رازها را پنهان کرد و بدون اینکه کسی متوجه شود، زشتی‌ها را زیر فرش گذاشت و به زندگی ادامه داد. آشپزخانه‌ها به خاطر تبدیل شدن به محلی برای خلوت آدم‌ها، گاهی نقشی فراتر از یک مکان پیدا می‌کنند و صاحب نقشی مهم در مناسبات زندگی افراد ساکن خانه می‌شوند.

close ups
نمای نزدیک

سلطانی با درکی درست از نمایشنامه، توانسته «آشپزخانه و متعلقات» را در فرم و محتوا به شکلی قابل قبول به اجرا دربیاورد. نمایش لحظات خیره‌کننده آنچنانی ندارد ولی به خوبی می‌تواند داستانش را روایت کند و اصل حرفش را به مخاطبانش بزند، البته ذات چنین نمایش‌هایی بر شگفت‌زده کردن تماشاگر با کارگردانی و فرم نیست و سعی می‌کنند حرف‌های مهمی از زندگی و انسانیت بزنند

انیس ژاوی، نمایشنامه‌نویس فرانسوی در نمایشنامه «آشپزخانه و متعلقات» اتفاقات پیش آمده در آشپزخانه را محور داستان خودش کرده و این محل را به بستری برای حادث شدن اتفاقات قرار داده است. در اینجا آشپزخانه خودش هویتی مستقل در داستان پیدا می‌کند و با جداسازی از محل پذیرایی میهمانان، باعث می‌شود آدم‌ها شخصیت واقعی، اهداف و نیازهای‌شان را بهتر نشان دهند.

بحران روابط و انسانیت

این نمایشنامه سال گذشته به زبان فارسی ترجمه شد و امسال شهره سلطانی آن را در تماشاخانه ایرانشهر روی صحنه برده است. «آشپزخانه و متعقات» به خاطر بهره بردن از روایتی اخلاقی و انسانی، تمرکز اصلی خودش را بر بحران روابط، اخلاق و انسانیت در جوامع امروز گذاشته است.

نویسنده تلاش کرده است به طور همزمان بر چند مسئله کلیدی دست بگذارد. سلبریتی‌زدگی آدم‌ها، خیانت‌های زناشویی و زندگی‌های بدون عشق و توخالی انسان‌ها، مسائلی هستند که در این نمایش به آنها پرداخته می‌شود. نمایش اگر چه در لحظاتی لحنی طنزآلود به خود می‌گیرد ولی در بطن خودش، از تراژدی روابط آدم‌ها حرف می‌زند.

سلطانی با درکی درست از نمایشنامه، توانسته «آشپزخانه و متعلقات» را در فرم و محتوا به شکلی قابل قبول به اجرا دربیاورد. نمایش لحظات خیره‌کننده آنچنانی ندارد ولی به خوبی می‌تواند داستانش را روایت کند و اصل حرفش را به مخاطبانش بزند، البته ذات چنین نمایش‌هایی بر شگفت‌زده کردن تماشاگر با کارگردانی و فرم نیست و سعی می‌کنند با دادن جزئیاتی از شخصیت‌ها، حرف‌های مهمی از زندگی و انسانیت بزنند.

اتفاقاً در شرایطی که بیشتر نمایش‌ها روی متن‌های کلیشه‌ای و موقعیت‌های صرف کمدی قرار می‌گیرند، روی صحنه بردن چنین نمایش‌هایی که دغدغه‌های پیرامون جوامع انسانی دارند، اتفاق خوبی است، مخصوصاً اگر این حرف بدون لکنت و در فرم و حالتی قابل قبول گفته شود، بیشتر بر جان مخاطبش اثر می‌گذارد.

نمایش نیمه تاریک وجود

«آشپزخانه و متعلقات» پنج شخصیت اصلی دارد که ما به خاطر حضورشان در آشپزخانه و صحبت کردن از زندگی و دغدغه‌های‌شان متوجه خود واقعی‌شان می‌شویم. این شخصیت‌ها که همه نقاب‌هایی از رفاقت، عشق و خوب بودن بر صورت زده‌اند، در طول داستان، مجبور می‌شوند نقاب‌های‌شان را بردارند و لایه‌های تاریک و پنهان وجودشان را نشان دهند.

نویسنده‌ای پاره‌وقت به خاطر مشکلات مالی مجبور شده به خانه یکی از دوستان‌شان نقل مکان کند. قرار است شبی زوجی میهمان این خانه شود که مرد از چهره‌های معروف تلویزیونی است. ورود میهمانان پرده از روابط میان آدم‌ها برمی‌دارد و حفره‌های وجودی شخصیت‌ها را نشان می‌دهد.

در میان شخصیت‌ها، تنها همان نویسنده پاره‌وقت به خاطر صراحت لهجه و رک بودن مورد شماتت دیگران قرار می‌گیرد. او نشان می‌دهد هنوز انسانیت در وجودش نمرده و به نوعی صدای وجدان بیدار آدم‌هاست. تنها اوست که از معاشرت‌های مصنوعی، الکی و حرف‌های توخالی آدم‌ها در میهمانی‌های سرخوشانه خسته می‌شود و این حقیقت تلخ را به روی همه می‌آورد. او واقعیت را به شکلی عریان به روی دیگران می‌آورد و ابایی از قضاوت‌شدن ندارد.

روابط پوشالی

ژرژ اگرچه تلخ و اندوهگین است و تلاشی برای خوب نشان دادن خودش نمی‌کند، اما هر چه هست واقعیت را پذیرفته و به دنبال فرار از حقیقت نیست. او در جریان میهمانی متوجه پوشالی بودن رفاقت‌ها و روابط می‌شود و با چشمان خودش دروغ‌ها و دورویی‌های آدم‌های اطرافش را می‌بیند. آشپزخانه در نمایش به درستی کارکردی دراماتیک پیدا کرده و علاوه بر اینکه بین دنیای رسمی و غیررسمی آدم‌ها مرز می‌کشد، بین خود نقاب‌دار و واقعی شخصیت‌ها هم مرزبندی می‌کشد. هر رفت‌وآمد به آشپزخانه و هر برخورد آدمی، راز سر به مهری را باز می‌کند. در پایان نمایش، ما با آدم‌هایی طرف هستیم که در زندگی‌شان «ذره‌ای عشق» وجود ندارد و روابط‌شان را به شکلی احمقانه یا بر پایه منافع یا روی عادت پیش می‌برند. بحران روابط، زندگی بدون عشق و نداشتن تعهدات اخلاقی نکات مهمی هستند که انیس ژاوی به درستی روی آنها دست گذاشته است. او در شکلی موجز و در خلال یک میهمانی تمام این موارد را پیش چشم مخاطبان می‌گذارد و از زشتی‌های موجود میان آدم‌ها پرده برمی‌دارد؛ آدم‌هایی که این بار به جز آشپزخانه هیچ جای دیگری برای پنهان شدن ندارند و نیمه تاریک‌شان را باید در آشپزخانه در معرض نمایش بگذارند.

نگاه

میهمانان تکراری، اجرای ضعیف و کمبود خلاقیت در «شب‌خوش»

با توجه به کیفیت چنین برنامه‌هایی این سؤال پیش می‌آید که تلویزیون این برنامه‌ها را برای جذب مخاطب می‌سازد یا فقط به پر کردن آنتن فکر می‌کند؟

امیرمحمد خسروجردی

«شب‌خوش» تاک‌شویی شبانه به میزبانی مهران غفوریان است که در فصل دوم میهمان مخاطبان شبکه ۳ سیماست. در این برنامه که معمولاً میزبان چهره‌ای شناخته‌شده می‌شود، گفت‌وگوها در بعضی مواقع به بازی ختم می‌شود و لحظات شادی را برای مخاطبان به ارمغان می‌آورد.

مهران غفوریان در گذشته هم سابقه مجری‌گری داشته و به همراه سیدجواد رضویان مجری‌گری کرده است. او این بار در «شب‌خوش» به تنهایی میزبانی برنامه را عهده‌دار است و در مسابقات داوری سپند امیرسلیمانی غفوریان را همراهی می‌کند تا شاهد مسابقاتی میان میزبان و میهمان باشیم.

«شب‌خوش» تلاش دارد لحظات خنده‌آور و موقعیت‌های طنز زیادی بسازد ولی متن‌های ضعیف نوشته شده چنین امکانی را از مجری می‌گیرد. نویسندگان سعی کرده‌اند ضعف‌شان را با اتکا به بامزه و خوش‌نمک بودن غفوریان بگیرند ولی این مجری دیگر آن صلابت و تازگی سال‌های جوانی‌اش را ندارد و نمی‌تواند یک تنه به عامل جذابیت برنامه تبدیل شود. دست زدن‌های بی‌دلیل و مکرر تماشاگران تلاشی در جهت پر کردن همین خلأ است.

حال با توجه به کیفیت گفت‌وگوها و سطح برنامه این سؤال پیش می‌آید که تلویزیون این برنامه را جهت جذب مخاطب ساخته یا فقط به پر کردن آنتن فکر کرده است؟ به نظر می‌رسد «شب‌خوش» از برنامه‌های گفت‌وگومحور تلویزیون چند گام عقب‌تر است و نمی‌تواند در گفت‌وگو کردن و سایر موارد برای مخاطبش جذاب باشد.

غفوریان استعداد خاصی در گفت‌وگو کردن با میهمانان ندارد و بیشتر وقتش را به تعریف و تمجیدهای کلی از میهمانانش می‌گذارد. او همچنین تسلط، بیان و زبان بدن مناسب برای مجری‌گری را ندارد و با طرح سؤالات کلی و فاقد جذابیت، نمی‌تواند از گفت‌وگوها حرف‌های شنیدنی و مخاطب‌پسند بیرون بکشد؛ دقیقاً شبیه کاری که مهران مدیری در «دورهمی» انجام می‌داد و می‌توانست از دل گفت‌وگوها موقعیت‌های طنز بیرون بکشد. هوش و مهارت مدیری در گفت‌وگو کردن و پرسیدن سؤال‌های بموقع از میهمانان به نقاط قوت برنامه‌اش تبدیل شده بود؛ موردی که در «شب‌خوش» نمی‌بینیم و خلأ آن به شدت به چشم می‌آید.

میهمانان برنامه همان‌هایی هستند که به برنامه‌های مختلف تلویزیون و پلتفرم‌های نمایش خانگی می‌روند. از نحوه سؤالات و گفت‌وگوها به نظر می‌رسد برنامه استراتژی و اتاق فکری برای دعوت از میهمانان و گفت‌وگو کردن با آنها نداشته باشد، شاید تنها نکته مثبت میهمانان، حضور قهرمانان و مدال‌آوران جوان باشد.

«شب‌خوش» به عنوان برنامه‌ای گفت‌وگومحور از میهمانان تکراری، اجرای ضعیف و کمبود خلاقیت در کلیت برنامه رنج می‌برد، اما وجود اسپانسر باعث می‌شود برنامه همچنان روی آنتن برود و در چنین مواقعی مناسبات مالی به کیفیت کلی برنامه می‌چربد!

اگرچه چنین برنامه‌هایی با خودشان اسپانسر دارند ولی وجود اسپانسر مالی دلیل نمی‌شود تا بهترین ساعت آنتن در اختیارش قرار بگیرد. بحث‌های مالی به مدیران تلویزیون مربوط می‌شود و می‌توان آن را به گونه‌ای حل و فصل کرد و مخاطب فارغ از این مسائل طالب دیدن برنامه‌های جذاب و باکیفیت است. این حق مخاطبان تلویزیون است که پس از یک روز طولانی زمانی که به خانه می‌آیند، به همراه خانواده پای برنامه‌هایی بنشینند که بتوانند خستگی کار روزانه را از تن‌شان بیرون کنند؛ کاری که برنامه‌های شبانه تلویزیون یکی‌دو دهه پیش انجام می‌دادند و می‌توانستند مخاطبان‌شان را پای برنامه‌های‌شان بنشانند.

الان با وجود پلتفرم‌های نمایش خانگی، تلویزیون باید حساسیتش را برای برنامه‌سازی بالا ببرد، اما در حال حاضر خلاف این موضوع در حال رخ دادن است و تلویزیون هیچ تلاشی برای بهتر کردن برنامه‌هایش نمی‌کند و خیلی راحت قافیه را به پلتفرم‌ها باخته است. باید جایی این روند و دست‌فرمان تغییر کند و تلویزیون فکری به حال برنامه‌هایش کند. برنامه‌هایی که در تمام ابعاد ضعیف هستند و قدرت درگیر کردن مخاطب را ندارند.

پویانمایی

«رؤیاشهر» هیجان کودکانه در غیاب هویت ایرانی

قهرمان‌پروری باید در انیمیشن‌ها و رسانه‌ها به گونه‌ای انجام شود که شخصیت‌ها نه تنها به عنوان الگوهای رفتاری معرفی شوند بلکه فرهنگ و هویت جامعه خود را نیز نمایان کنند

احمد جوان

انیمیشن «رؤیاشهر» تازه‌ترین محصول سینمای انیمیشن ایران است؛ اثری پرانرژی و پرهیجان که با کاراکترهای بامزه، رنگ‌آمیزی زنده و دنیایی فانتزی، موفق شده است کودکان بسیاری را جذب کند. در نگاهی اولیه، اثر از نظر فنی قابل توجه است. مدل‌سازی شخصیت‌ها، کیفیت رندر، نورپردازی و طراحی صحنه‌ها نشان می‌دهد سطح تکنیکی انیمیشن‌سازی در ایران به شکل چشمگیری به استانداردهای جهانی نزدیک شده، اما در پس این موفقیت‌های فنی، مسائلی نهفته است که نمی‌توان از آنها چشم پوشید. مهم‌ترین ضعف «رؤیاشهر» غیبت کامل هویت فرهنگ ایرانی در آن است. از طراحی خانه‌ها که با توجه به شکل و تزئینات شرقی، تداعی‌گر معماری چینی یا جنوب شرقی آسیاست تا نوع پوشش و لباس‌ها و حضور اژدها به عنوان یکی از نمادهای اصلی و اسامی شخصیت‌ها که به فرهنگی غیرایرانی گرایش دارند، همه چیز از جهانی حرف می‌زند که ارتباطی با فرهنگ و هنر ایران ندارد، حتی در ترسیم حروف نیز ردی از ایران دیده نمی‌شود و شاید تنها خط و ربط ایرانی در سکانسی کوتاه بر پرده نقالی است که باز هم اثری از نقالی در آن دیده نمی‌شود. این در حالی است که ایران، سرزمینی با سابقه‌ای غنی از افسانه‌ها، قهرمانان اسطوره‌ای، معماری منحصربه‌فرد و هنر تصویری بی‌مانند است.

چنین انتخاب‌هایی نه تنها فرصتی برای معرفی زیبایی‌های فرهنگ ایرانی به نسل کودک از دست می‌دهد، بلکه باعث می‌شود کودک ایرانی از سنین پایین، با تصاویری بیگانه خو بگیرد. انیمیشن به عنوان رسانه‌ای قدرتمند در شکل‌دهی به تخیل کودکان، اگر ریشه در هویت بومی نداشته باشد، می‌تواند در بلندمدت به فراموشی میراث فرهنگی منجر شود.

ضعف در شخصیت‌پردازی

«رؤیاشهر» در داستانگویی نیز دچار کاستی‌هایی است. یکی از مفاهیم مهم در دنیای کودکانه، قهرمان‌پروری است. کودکانی که در داستان‌ها و انیمیشن‌ها با شخصیت‌های برجسته مواجه می‌شوند، به طور ناخودآگاه ویژگی‌های این قهرمان‌ها را جذب می‌کنند و به دنبال شبیه‌سازی آنها در دنیای واقعی هستند. این شخصیت‌ها با شجاعت، فداکاری و توانمندی‌های خاص خود، الگویی از رفتار و ارزش‌های انسانی را به مخاطبان خود ارائه می‌دهند.

در انیمیشن‌هایی مانند «رؤیاشهر» اگرچه شخصیت‌ها دارای ویژگی‌های جذاب و بامزه‌ای هستند که می‌توانند در لحظاتی هیجان‌انگیز برای کودک جذاب باشند، اما شاید از نظر تربیتی و اجتماعی، آن قهرمان‌پروری مطلوب به طور کامل شکل نمی‌گیرد. قهرمان‌پروری باید در انیمیشن‌ها و رسانه‌ها به گونه‌ای انجام شود که شخصیت‌ها نه تنها به عنوان الگوهای رفتاری معرفی شوند، بلکه فرهنگ و هویت جامعه خود را نیز نمایان کنند. برای نسل‌های جوان که در حال رشد و شکل‌دهی به شخصیت خود هستند، این موضوع بسیار حیاتی است. کودکانی که با قهرمانان واقعی جامعه‌شان آشنا می‌شوند، قادر خواهند بود ویژگی‌هایی همچون فداکاری، شجاعت و همدلی را در زندگی خود پیاده کنند.

در دیگر سو باید سازندگان به این امر توجه خاص و ویژه داشته باشند که آنچه در قالب این ویژگی‌ها بیان می‌شود، ناملموس باشد تا مخاطب باهوش او که همان کودک است، آن را مستقیم نبیند و دریافت نکند بلکه در ذهن او ماندگار و ته‌نشین شود. در این راه، رسانه‌ها و انیمیشن‌ها نقش بی‌بدیلی ایفا می‌کنند، زیرا آنان می‌توانند پایه‌گذار شناخت و ارتباط کودک با هویت ملی و انسانی‌اش باشند.

کاستی‌های فیلمنامه

ضعف در فیلمنامه، یکی از پاشنه‌های آشیل دیرین سینمای ایران، به ویژه در حوزه کودک و انیمیشن است. برخلاف پیشرفت‌های فنی چشمگیر، داستان‌پردازی همچنان چالشی جدی برای تولیدکنندگان ایرانی است. نوشتن فیلمنامه‌های کودکانه موفق، نیازمند تخصص، درک روان‌شناسی کودک، شناخت قواعد داستانگویی کلاسیک و مهارت در خلق جهانی منسجم و باورپذیر است؛ مهارت‌هایی که در ساختارهای تولید انیمیشن ایران باید بیش از پیش تقویت شوند.

«رؤیاشهر» از منظر جذب کودک، سرگرم‌کنندگی و ایجاد جهانی پرجنب‌وجوش موفق عمل کرده است. این اثر نشان می‌دهد انیمیشن‌سازان ایرانی از نظر تکنیکی ظرفیت ورود به بازارهای وسیع‌تر و رقابت با آثار بین‌المللی را دارند. آنچه اکنون باید جدی‌تر پیگیری شود، هویت‌بخشی فرهنگی و تقویت فیلمنامه‌نویسی تخصصی است.

در جهانی که هویت‌های بومی بیش از هر زمان دیگری در معرض فراموشی قرار دارند، انیمیشن می‌تواند نه تنها سرگرم‌کننده که حافظ فرهنگ باشد. جهانی‌شدن به معنای کپی کردن از فرهنگ‌های دیگر نیست بلکه به معنای عرضه ارزش‌ها و زیبایی‌های بومی به زبان جهانی است.

«رؤیاشهر» اگرچه تلاش یک گروه سازنده از دل کویر ایران است، اما امید آن می‌رود که در ادامه، شهرهای رؤیایی دیگری ساخته شوند که نه تنها کودک ایرانی را سرگرم بلکه ریشه‌هایش را نیز آبیاری کنند.