



صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

معاونت سیاسی

اداره پژوهش‌های سیاسی

بر اساس گزارش جناب آقای آقای؛ دبیر کارگروه رسانه و محتوای دیجیتال ستاد توسعه فناوری‌های نرم
و هویت ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

به مناسبت چهلمین سالگرد انقلاب اسلامی (۵۵)

انیمیشن بعد از انقلاب چه روندی را طی کرده است؟

(روند تحولات پویانمایی در ایران از ابتدای انقلاب تاکنون)



فرآورده‌های خبری و تولیدات پژوهشی در بخش‌های زیر قابل دسترس است:

– وب سایت خبرگزاری صدا و سیما (سرویس پژوهش) <http://www.iribnews.ir>

پژوهشگر: مریم عابدی

- کشور ایران با داشتن موقعیت استراتژیک منطقه‌ای، جمعیت جوان و ظرفیت‌های قابل توجه نیروی انسانی و زیرساخت‌های فناورانه، مستعد توسعه صنایع فرهنگی است.
- صنعت پویانمایی یکی از صنایع فرهنگی محسوب می‌شود.
- اثرگذاری فرهنگی محصولات پویانمایی قابل تامل است و لزوم توسعه این صنعت را نزد کشورها دوچندان می‌کند.
- انیمیشن‌های سینمایی و تلویزیونی در ایران هنوز در ابتدای راه هستند.
- مهم‌ترین آنها کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، سیما، و سایر مراکز وابسته به دولت است.
- در سال ۱۳۵۴ مرکزی به نام «مرکز تجربیات نقاشی متحرک» پایه گذاری شد.
- بعد از انقلاب سال ۵۷ در ایران، بعد از مدتی رکود، مراکز جدید سینمایی و تلویزیونی تاسیس شدند و برخی از آنها به انیمیشن پرداختند.
- حوزه هنری در سال‌های اخیر مجموعه‌ای از پرکارترین انیمیشن‌ها را با حفظ اصول زیبا شناختی بصری و نیم‌نگاهی به جشنواره‌های بین‌المللی تهیه کرده است.
- تولید فیلم انیمیشن در بخش خصوصی در قالب فعالیت گروه‌ها و افراد جریان دارد.
- در سال‌های اخیر ساخت انیمیشن‌های بلند به قصد نمایش در سینماها نیز در ایران آغاز شد.
- از نظر تکنیکی، مخاطب ما پذیرفته‌کننده کارهای ایرانی آثار با کیفیتی هستند.
- اگر بتوانیم قصه را خوب روایت کنیم و به خوبی داستان تعریف کنیم، ما نسبت به دنیا در صنعت انیمیشن پیروز خواهیم بود.
- انیمیشن سینمایی ما دلیل استفاده داخلی؛ خارج از مرزهایمان مخاطبی ندارد به همین دلیل به جایی نرسیده است.
- انیمیشن کوتاه که با نگاه درست‌تری ساخته می‌شود؛ در جشنواره‌های مختلف سراسر دنیا به نمایش درمی‌آیند و جایزه هم می‌گیرند.
- برای گذر از دوران انیمیشن به انیمیشن سینمایی، نیاز داریم به استانداردهای صنعتی نگاهی داشته باشیم.

وضعیت هنر انیمیشن در قبل و بعد از انقلاب

بخش اول - دوران تولد هنر پویانمایی در ایران (اواخر ۱۳۳۰)

بخش دوم - شکل‌گیری ساختارهای جدید پس از انقلاب اسلامی در دهه ۱۳۷۰

بخش سوم - شروع دوباره هنر و صنعت پویانمایی از دهه ۱۳۸۰ تاکنون

مشکلات عمده توسعه و پیشرفت صنعت انیمیشن

- اختصاص دادن بودجه‌های کلان به انیماتورها بخش دولتی و بی‌ثمری در رقابت با کمپانی‌های بزرگ هالیوودی
- خوب روایت نکردن قصه
- انیمیشن‌سازي از بی‌مصرف داخلی
- نداشتن مخاطب در خارج از مرزها
- لزوم افزایش تسلط در بخش قصه و روایت
- لزوم گذار از انیمیشن سنتی به صنعتی
- لزوم حمایت و اعتماد به فیلمسازان شاخص و شناخته شده در حوزه انیمیشن

– هسته اولیه تشکیل صنعت انیمیشن

• برگزاری جشنواره «بین المللی فیلم های کودکان و نوجوانان»	سال ۱۳۴۴
• اعزام نورالدین زرین کلک به بلژیک از سوی مرکز سینمایی کانون	سال ۱۳۴۸
• تولید فیلم های اولیه انیمیشن با تلاش چند گرافيست • راه یابی به پنجمین جشنواره بین المللی کودکان و نوجوانان	سال ۱۳۴۹
• پایه گذاری مرکزی به نام مرکز تجربیات نقاشی متحرک	سال ۱۳۵۴
• تاسیس شرکت فرهنگی هنری صبا در زمینه تولید فیلم های متحرک	سال ۱۳۷۳
• تولید فیلم های متحرک و اشاعه فرهنگ ایرانی / اسلامی در قالب انیمیشن در صبا	سال ۱۳۷۴

– وضعیت پویانمایی در صدا و سیما



– تولیدات پویانمایی در ایران



□ مقدمه

پویانمایی نمایش تند و پیوسته تصاویری از اثر ترسیم شده دوبعدی، اجسام سه بعدی یا موقعیت های مدل های واقعی، برای ایجاد توهم حرکت است (شکل (۱)). واژه پویانمایی مشتق شده از واژه لاتین «انیم» به معنی «نفس زندگی» است. بنابراین پویانمایی، هنر تجربه ثبت حرکت است که خیلی پیش از صنعت رئال شکل گرفته است. قدیمی ترین نمونه های تلاش برای به دست آوردن توهم حرکت در طراحی ایستا را می توان در نقاشی های دوران سنگی غارها پیدا کرد.

شکل ۱. پویانمایی حاصل از بهم پیوستن تصاویر دنباله دار



در همین راستا، اولین خاستگاه پویانمایی جهان، در ایران بوده که سفال ۵۰۰۰ ساله‌ای که در «شهر سوخته» سیستان کشف شده و روی آن نقاشی یک بز است که در پنج حرکت برگی را می‌خورد (شکل (۲)). سفالینه‌ای که نقوش روی آن، تکرار هدفمند حرکت و ویژگی دیسک ظرف سفالین، نشان از شناخت و اصرار مردم این سرزمین بر نمایش حرکت داشته است. تکراری که پایه و اساس هنرپویانمایی امروز است.

□ پیشینه پویانمایی در ایران

انیمیشن یکی از پرنفوذترین و بیشترین فرم ارتباط بصری در دنیای کنونی به حساب می‌آید. تاریخ انیمیشن در ایران را می‌توان به عصر برنز نسبت داد. ظرف سفالی کشف شده در شهر سوخته در استان سیستان و بلوچستان متعلق به ۵۲۰۰ سال قبل گواهی بر این ادعاست، این ظرف سفالی شامل مجموعه‌ای از طراحی‌هاست که بز را در حال پریدن بر روی درخت و خوردن برگ نشان می‌دهد. همچنین ظروف سفالی با تصاویر پیوسته را می‌توان در سراسر تاریخ ایران پس از اسلام نیز یافت. چنین

ط

ر

ا

ح

ی

ه

ا

ی

ی

ر

ا

شکل ۲. اولین پویانمایی جهان ساخته شده در ایران



□ تفاوت پویانمایی و کارتون

م

در ذهن بسیاری از مردم واژه پویانمایی همان کارتون‌های قدیمی است که از تلویزیون پخش می‌شد. کارتون‌های قدیمی که ما دیده‌ایم اغلب ژاپنی بودند. البت تفاوت کارتون‌های قدیمی با پویانمایی‌های امروزی نه تنها در سبک کاری آنها، بلکه در روش‌های جدید ارائه در رسانه‌ها به لطف فناوری (تکنولوژی) است.

و

سبک‌های پویانمایی که به سبک زاگرب، ژاپنی و آمریکایی (دیزنی) تقسیم می‌شوند، هرکدام ویژگی‌های خود را دارند. مثلاً در کارتون‌ها یا پویانمایی‌های سینمایی بلند آمریکایی، حرکت‌ها زیاد و پیچیده است و به جزئی‌ترین قسمت حتی در بک‌گراند (پس زمینه) هم توجه می‌شود، در حالیکه در پویانمایی‌های زاگرب و ژاپنی که با هدف جشنواره یا تلویزیون تولید می‌شوند، معمولاً با ساده‌ترین و ارزان‌ترین تکنیک‌ها ساخته شده و با صرفه‌جویی در میزان حرکت به صورت محدود، حرکت و انیمه‌ها شکل می‌گیرد.

ز

ا

و

ل

ع

□ روند تحولات پویانمایی در ایران از ابتدا تا کنون

با وجود سابقه دیرینه موجود در سرزمین ایران نسبت به استفاده از تصاویر متحرک گونه، اما سابقه پویانمایی در کشور، به دو دهه پیش از انقلاب اسلامی ایران برمی گردد که به صورت کلی تاریخچه هنری و صنعتی پویانمایی ایران را می توان در سه بخش زیر تقسیم بندی کرد:

بخش اول - دوران تولد هنر پویانمایی در ایران (اواخر ۱۳۳۰)

در اواخر ۱۳۳۰، اولین فیلم کوتاه توسط آقای اسفندیار احمدیه با استفاده از فیلم برداری دوربین از طراحی های مدادی، صورت گرفت که به اولین فیلم کوتاه انیمیشن ایران ساخته شد که بعدها تعداد محدودی از انیماتورهای ایرانی (احمدیه، کریمی و تجارتچی) در اداره فرهنگ مشغول فعالیت شده و با تاسیس اولین استودیوی انیمیشن، اقدام به ساخت اولین انیمیشن های کوتاه ایران کردند. سپس در سال های دهه ۵۰، به دلیل برگزاری فستیوال های بین المللی کودک و نوجوان در کشور و پخش آثار هنرمندانی از شرق اروپا و کشورهای غربی، سبب گردید تا انگیزه جوانان مستعد و مشتاق برای تولید محصولات و آثار پویانمایی ایرانی بوجود آید و براین اساس، درخواست های تازه ای برای تولیدات پویانمایی با کیفیت بالا میان دست اندرکاران فرهنگی و هنرمندان خلاق در ایران مطرح گردید که در نتیجه آن، کم کم طراحان، تصویرسازان، گرافیست ها و نقاشان تحصیل کرده شکل گرفت که جذب هنر انیمیشن شدند و به تصاویر ساکن خود (طراحی، نقاشی، گرافیک و مانند آن) که حرکتی نداشتند جنبش، حرکت و جذابیت دادند. همزمان با فعالیت صورت گرفته در اداره فرهنگ آن زمان، به منظور توجه ویژه به وضعیت کودکان و نوجوانان و پاسخ به نیازهای فرهنگی آنان، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان شکل گرفت که در آن سال ها، جوان ترین و شایسته ترین سازمان هنری و فرهنگی ای بود که با راه اندازی مرکز فیلم سازی خود این دریچه را به روی هنرمندان مستعد و فیلم های کودکان و نوجوانان گشود. در همین راستا، مراکز کانون در تهران و شهرستان ها با در اختیار داشتن سالن های نمایش، کتابخانه ها و فضاهای آموزشی، توانسته بود آموزش هنر را در سطح کشور برای تمام کودکان فراهم آورد. همزمان اولین مدرسه ی انیمیشن در ایران تاسیس شد. سپس در سال ۱۳۵۳، دانشجویانی در مقطع کاردانی در کانون پرورش فکری جذب شده و سه سال بعد در مقطع کارشناسی ارشد در دانشگاه هنر فارابی، دانشجویانی جهت کارگردانی انیمیشن تربیت شدند. این دانشجویان، تیم های انیماتور را برای تولیدات پویانمایی تشکیل می دادند. در این دهه، ده ها فیلم انیمیشن با کیفیت و محتوا در کانون تولید شد که از فستیوال های بین المللی جوایز فراوانی نصیب ایران کردند.

بخش دوم - شکل گیری ساختارهای جدید پس از انقلاب اسلامی در دهه ۱۳۷۰

پس از این شروع درخشان، انیمیشن ایران به دلیل شرایط خاص پیروزی انقلاب اسلامی، جنگ عراق با ایران و انقلاب فرهنگی به یک خواب زمستانی طولانی فرو رفت. هنرمندان انیماتور نیز مانند دیگر هنرمندان یا تغییر شغل دادند و به دنبال کارهای تجاری رفتند و یا از کشور خارج شدند. در این دوره چرخ تولید باز ماند، مدارس هنری بسته شدند و فستیوال بین المللی کودکان و نوجوانان تعطیل شد. اما در این دوران، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان که بر اساس اصول جدید اسلامی از نو بنا نهاده شده بود، تلاش هایی را برای زنده نگه داشتن پویانمایی در کشور انجام داد. از سوی دیگر، مدرسه انیمیشن جدیدی در سازمان رادیو و تلویزیون به وجود آمد. همچنین دانشکده اسلامی انیمیشن در سطح کارشناسی ارشد با همکاری برخی اساتید روسی تاسیس گردید. همزمان سازمان های جدیدی مثل مدارس هنری و حوزه هنری شروع به کار کردند و بعضا فیلم های پویانمایی تولید کردند.

با حضور رایانه‌ها در کشور از ابتدای دهه ۸۰، هنرمندان، اقدام به خلق حرکت‌های اولیه و ساخت پیام‌های تبلیغاتی ساده انیمیشنی کردند. در این سال‌ها، شبکه‌های تلویزیونی در کشور، به منظور تامین برنامه‌های خود در حوزه کودکان و نوجوانان، اقدام به خرید یا سفارش تولیدات پویانمایی کرد. سپس در این دوران، سازمان تلویزیونی به نام "مرکز پویانمایی صبا" به منظور تولید و حمایت از سریال‌های پویانمایی برای کانال‌های تلویزیون ایران براساس موازین انقلاب فرهنگی و الگوهای اسلامی تاسیس گردید. در این سال‌ها، به دلیل سفارش سازمان صدا و سیما و وجود برخی برنامه‌های حمایتی، فعالیت‌های تولید آثار پویانمایی در کشور توسعه پیدا کرد، بطوریکه در طول یک دهه، ده‌ها و بعد صدها استودیوی کوچک و بزرگ به وجود آمد و هزاران دقیقه سریال انیمیشن تلویزیونی برای کودکان با مقاصد سرگرمی آموزشی و دینی تولید شد.

همزمان فستیوال بین‌المللی پویانمایی تهران توسط کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از سال ۱۳۷۹ شروع به کار کرد و کوشید فضای متمرکزی را برای هنرمندان پویانمایی در کشور فراهم کند. در همین زمان، مدارس خصوصی جدیدی تاسیس و ظرفیت‌های دانشگاهی هنر با رشته‌های مرتبط با پویانمایی در کشور توسعه پیدا کرد.

همزمان با فعالیت کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، «مرکز گسترش فیلم مستند و فیلم کوتاه» برای حمایت از فیلم‌سازان جوان بنا نهاده شد که تولید آثار پویانمایی هنری در این مرکز مورد توجه قرار گرفت.

□ تولیدات پویانمایی در ایران

تولیدات پویانمایی در ایران، شامل آثار پویانمایی تلویزیونی (کوتاه، بلند و سریال)، آثار پویانمایی جشنواره‌ای، آثار پویانمایی تبلیغاتی و آثار پویانمایی سینمایی است که از نظر کمی و تا حدی کیفی بیشترین رشد را آثار پویانمایی تلویزیونی و تبلیغاتی داشته‌اند، از سال ۱۳۷۰ به بعد که رایانه به کمک تولید انیمیشن آمد، بسیاری استودیوهای کوچک و بزرگ در کشور شکل گرفته که بعضاً سابقه بیش از دو دهه در تولیدات پویانمایی دارند.

□ پویانمایی سیما

مرکز پویانمایی صبا از مراکز وابسته به صداوسیماست که ۳۱ خرداد سال ۷۴ با نام شرکت فرهنگی هنری صبا برای تولید مجموعه‌های انیمیشن به پیشنهاد دکتر علی لاریجانی رییس وقت سازمان صداوسیما و تصویب مقام معظم رهبری تاسیس شد. حالا حدود ۲۳ سال است که از فعالیت این مرکز می‌گذرد.

پویانمایی کشور ما مدیون انقلاب اسلامی است و اگر صنعتی به نام پویانمایی تلویزیونی داریم آن را مدیون ظهور و بروز انقلاب اسلامی هستیم. بخشی از این دین را نیز مرهون رهبر انقلاب هستیم که در اوایل دهه ۷۰ توصیه‌هایی به رئیس وقت صداوسیما داشتند و بعد از آن توصیه‌ها مرکز صبا ایجاد شد و به تدریج توسعه یافت. در تلویزیون هم گروه‌هایی محدود مشغول به کار شدند و بنا به علاقه خود گاهی براساس طرحی که تصویب می‌شد اثری می‌ساختند اما از سال‌های ۷۴ به بعد براساس مطالبات رهبر انقلاب از سازمان صداوسیما، تمرکز و فعالیت گسترده‌تری در حوزه پویانمایی صورت گرفت. براساس توصیه‌های رهبر انقلاب دو مرکز در صداوسیما شکل گرفت که سیمافیلم و صبافیلم بود و یکی ماموریت ساخت فیلم و سریال و دیگری تولید پویانمایی را بر عهده داشت. این تمرکز در حوزه پویانمایی موجب شد اتفاقی در این حوزه شکل بگیرد و در دانشگاه‌ها نیز به طور متمرکزتر به تربیت نیروهای حرفه‌ای اقدام شود و به این ترتیب اولین

رویش‌های تولیدات صنعتی و متمرکز در مرکز صبا ایجاد شد. در سال اول یعنی در سال ۷۴ حدود ۴۰ دقیقه در یک سال انیمیشن تولید شد.^۱

سیر تحولات در این دوران، به دلیل حضور مستمر و ممتد مرکز پویانمایی صبا، شامل مراحل زیر است:

الف- دوران شکل‌دهی سازوکارهای تولیدات پویانمایی سریالی برای شبکه‌های صدا و سیما

در این دوران، مرکز پویانمایی صبا، به عنوان متولی تامین برنامه‌های پویانمایی برای شبکه‌های تلویزیونی شناخته شد و اساساً سازوکارهای سفارش‌گذاری تولیدات پویانمایی سریالی توسط این مرکز شکل و سازمان پیدا می‌کند.

ب- دوران توسعه زیرساخت‌های سخت افزاری و نرم‌افزاری برای تولیدات پویانمایی سریالی

در این دوران، به دلیل راه‌اندازی مراکز استانی مرکز پویانمایی صبا، به منظور ایجاد ظرفیت‌های تولید در استان‌های کشور، زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مورد نیاز برای تیم‌های انیماتور، در این مراکز شکل گرفته و در اختیار تیم‌ها قرار داده شده بود. بنابراین با توسعه بکارگیری رایانه‌ها و نرم‌افزارهای کاربردی در حوزه گرافیک و تصویرسازی، تیم‌های انیماتور در سراسر کشور توانستند به بسیاری از مهارت‌های طراحی و تولید پویانمایی مسلط گردند.

ج- دوران توجه به توسعه کمی تولیدات پویانمایی سریالی

در این دوران، به منظور تامین برنامه‌های سریالی پویانمایی، سفارشات تولید به منظور افزایش حجم تولیدات کمی توسط مرکز صبا شکل گرفت که همین امر موجب توسعه بسیاری از استودیوهای تولید پویانمایی در کشور گردید.

د- دوران توجه به توسعه کیفی تولیدات پویانمایی سریالی

در این دوران، با تمرکز بر تولیدات سریالی پویانمایی، هدف‌گذاری جهت ارتقا کیفیت تولیدات پویانمایی تلویزیونی مورد توجه قرار گرفت. البته در این دوران، به دلیل محدودیت‌های موجود آمده در بودجه مرکز پویانمایی صبا، به صورت عملیاتی، حجم تولیدات پویانمایی افزایش نیافته، بلکه تاکید بر کیفیت تولیدات پویانمایی و ارتقا کیفیت تولیدات مورد تاکید قرار گرفته است.

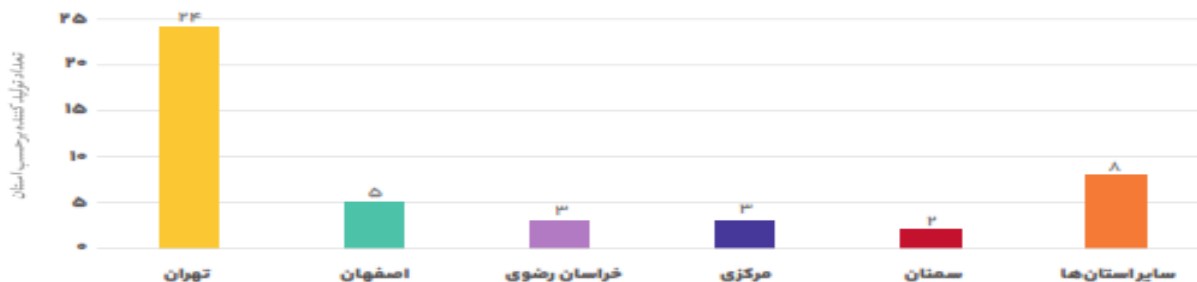
□ تولیدات پویانمایی در تراز کیفی

بر این اساس، در دوران شروع دوباره هنر و صنعت پویانمایی ایران، بواسطه توسعه زیرساخت‌های ارتباطاتی و فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات و حضور هنرمندان جوان و تازه‌نفس، دسترسی به بسیاری از سخت‌افزارها، فناوری‌ها و نرم‌افزارهای طراحی و تولید پویانمایی به سادگی در اختیار هنرمندان قرار گرفته و بر این اساس، توان علمی و عملیاتی هنرمندان انیماتور در کشور بسیار توسعه پیدا کرده و بر این اساس، به صورت عملیاتی، استودیوهای پویانمایی در ایران توانسته‌اند، تولیدات پویانمایی در تراز کیفی بین‌المللی تولید و ارائه نمایند. بر اساس بررسی‌های صورت گرفته، در حدود ۱۵۰ استودیوی پویانمایی در کشور وجود داشته که بر اساس آمار سال ۱۳۹۵، ۴۵ استودیوی رسمی فعال در کشور شناسایی شده که در (شکل ۳) توزیع تولید کنندگان پویانمایی در کشور نشان داده شده است.

۱. پویانمایی سیما در ۴۰ سالگی انقلاب؛ خبرگزاری مهر، ۹۷/۸/۲۶

شکل ۳. تعداد تولیدکنندگان محصولات پویانمایی به تفکیک استان (آمارنامه صنعت پویانمایی ایران سال

(۹۵)



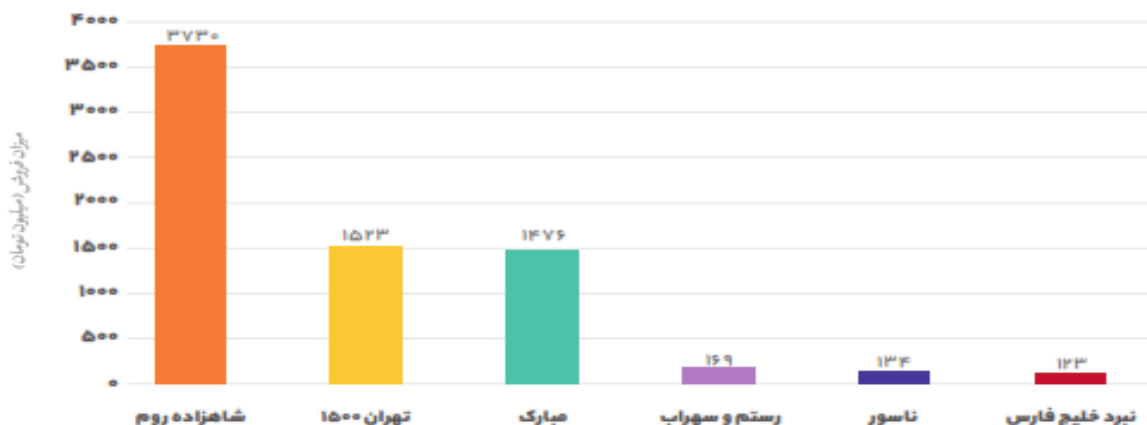
همانطور که مشاهده می‌شود، بیشترین تمرکز شرکت‌ها و استودیوها در پایتخت می‌باشد که نیاز به سیاست‌گذاری برای توسعه ظرفیت‌های شهرستانی وجود دارد.

□ پویانمایی سینمایی

بر اساس آمار بدست آمده در سال ۱۳۹۵، شش اثر پویانمایی سینمایی در کشور تولید و در سینماهای کشور اکران شده‌اند که شامل آثار تهران ۱۵۰۰، رستم و سهراب، شاهزاده روم، ناسور، مبارک و نبرد خلیج فارس است که در بین این آثار، شاهزاده روم توانسته‌است فروشی در حدود ۳۸ میلیارد ریال را تجربه کند و از تهیه‌کننده همین مجموعه، اثر دیگری با نام فیلیشاه توانسته‌است در سال ۹۷، رکورد فروش سینمایی در حدود ۹۰ میلیارد ریال را بدست آورد. در (شکل ۴)، آمار فروش سینمایی آثار پویانمایی سینمایی از سال‌های ۹۰ تا ۹۵ نشان داده شده است.

شکل ۴. میزان فروش آثار پویانمایی سینمایی تا سال ۱۳۹۵ (آمارنامه صنعت پویانمایی ایران سال

(۱۳۹۵)



□ پویانمایی در جشنواره‌ها و فستیوال‌های خارجی

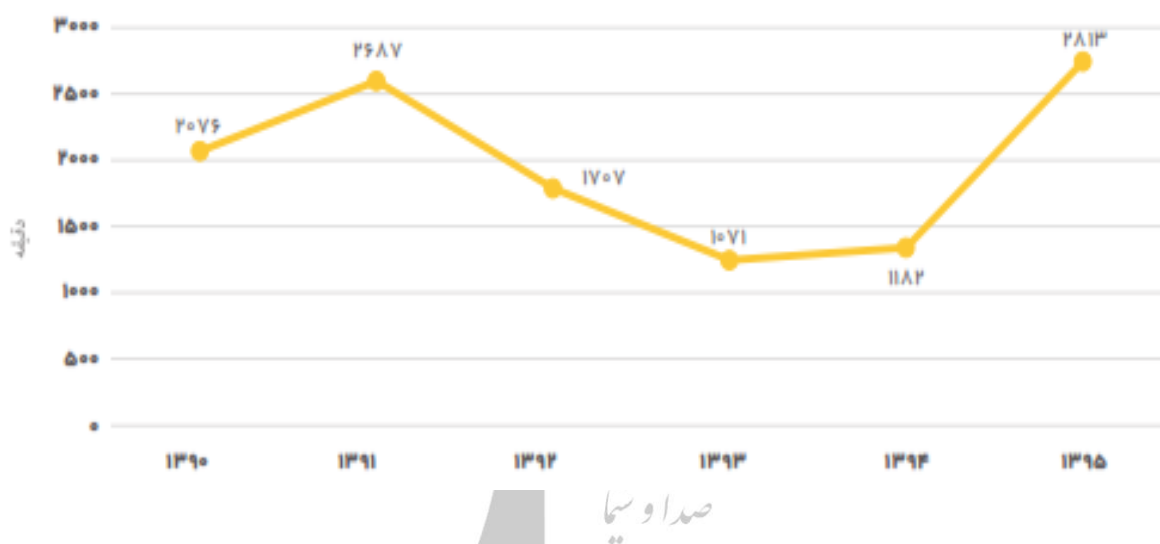
همچنین در سال‌های ۹۰ تا ۹۵، استودیوهای تولیدکننده پویانمایی، توانسته‌اند، حدود ۱۱ هزار و دویست دقیقه آثار پویانمایی کوتاه تولید نمایند که عمدتاً در جشنواره‌ها و فستیوال‌های خارجی ارائه شده و جوایز متعددی را توانسته‌اند کسب نمایند. این روند به همت دو مجموعه کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی وابسته به سازمان سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان حوزه هنری انقلاب اسلامی، در سال‌های اخیر

نیز مورد توجه بوده که هم‌اکنون تعدادی از آثار کوتاه تولید شده به دلیل تراز بین‌المللی آثاری همانند «آقای گوزن» و «بدو رستم بدو» توانسته‌اند در جشنواره انسی فرانسه مورد تقدیر قرار گیرد.

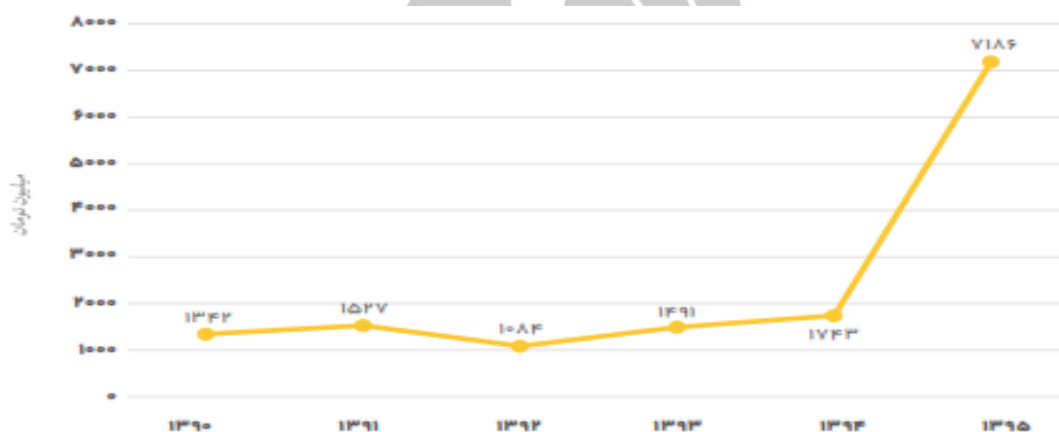
□ میزان درآمد حاصل از فروش آثار پویانمایی کوتاه

(شکل ۵) میزان دقایق تولیدات پویانمایی کوتاه و (شکل ۶) میزان درآمد حاصل از فروش آثار پویانمایی کوتاه را در سال‌های ۹۰ تا ۹۵ نشان می‌دهد.

شکل ۵. دقایق تولید شده آثار پویانمایی کوتاه (آمارنامه صنعت پویانمایی ایران سال ۱۳۹۵)



شکل ۶. میزان درآمد حاصل از فروش آثار پویانمایی کوتاه (آمارنامه صنعت پویانمایی ایران سال ۱۳۹۵)

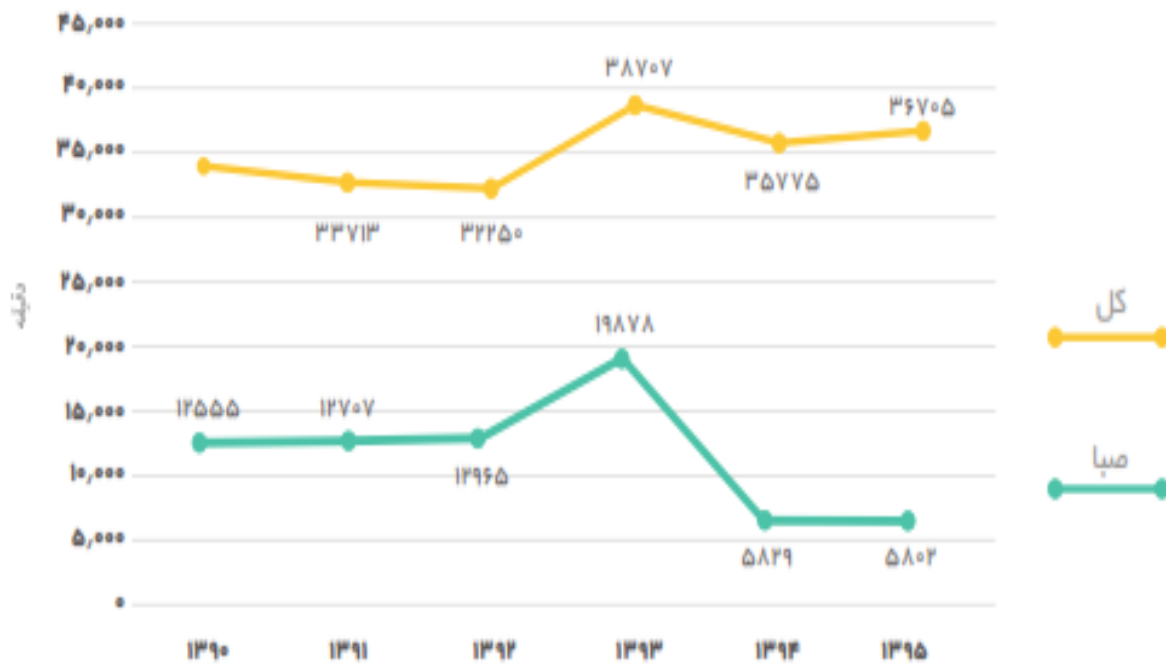


□ تولید پویانمایی سریالی در استودیوهای پویانمایی

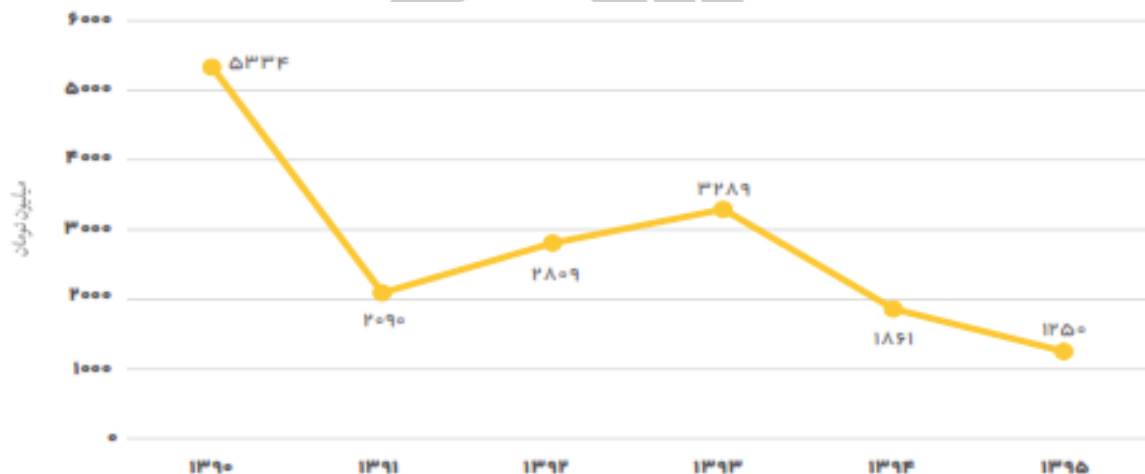
همزمان در سال‌های ۹۰ تا ۹۵، در مجموع حدود ۲۲۰ هزار دقیقه تولیدات پویانمایی سریالی در استودیوهای پویانمایی کشور تولید شده که در مجموع ۷۰ هزار دقیقه آن، سفارش تولیدات پویانمایی سریالی از مرکز پویانمایی صبا بوده است. این موضوع نشان دهنده ظرفیت تولیدات پویانمایی سریالی در کشور بوده که اساساً بسیاری از تولیدات آثار، در شبکه‌های صدا و سیما پخش نشده و با ارائه آن در شبکه‌های اجتماعی و یا بازارهای بین‌المللی، درآمدزایی برای استودیوهای پویانمایی کشور فراهم آورده است. بر اساس آمار بدست آمده، سریال‌های جوانمردان و روباه و جوجه‌ها از جمله بهترین سریال‌های پویانمایی است که توانسته در صدبالایی از مخاطبان را به خود جذب نماید. (شکل ۷)، ظرفیت تولیدات پویانمایی

سریالی استودیوهای پویانمایی کشور را نشان می‌دهد و در (شکل ۸)، میزان درآمد حاصل از فروش آثار پویانمایی سریالی نشان داده شده است.

شکل ۷. دقائق تولید آثار پویانمایی سریالی (آمارنامه صنعت پویانمایی ایران سال ۱۳۹۵)



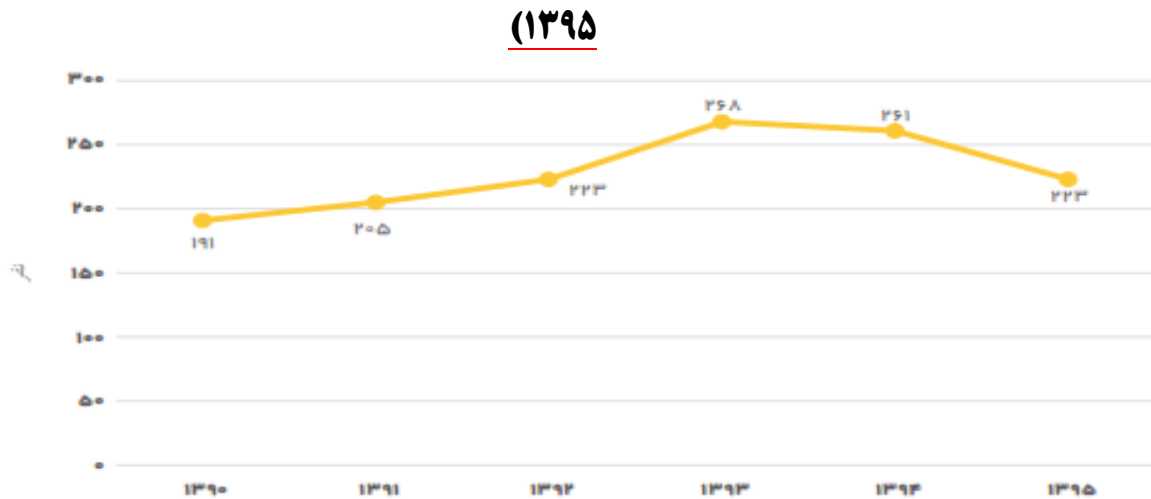
شکل ۸. میزان درآمد حاصل از فروش آثار پویانمایی سریالی (آمارنامه صنعت پویانمایی ایران سال ۱۳۹۵)



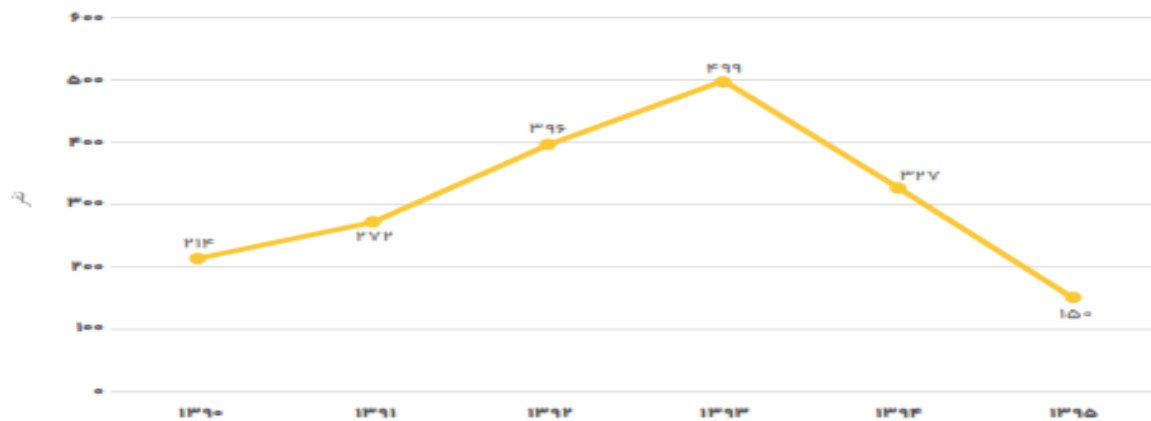
□ تعداد نیروی انسانی فعال در صنعت پویانمایی کشور

بر اساس آمار بدست آمده، تعداد نیروی انسانی فعال در صنعت پویانمایی کشور به تفکیک نیروی انسانی پاره وقت و تمام وقت در بازه زمانی ۹۰ تا ۹۵ در شکل‌های ۹ و ۱۰ نشان داده شده است که کاهش نیروی انسانی فعال در این صنعت، به دلیل مسائل اقتصادی پیش آمده کاملاً قابل مشاهده است.

شکل ۹. تعداد نیروی انسانی تمام وقت فعال در صنعت پویانمایی (آمارنامه صنعت پویانمایی ایران سال

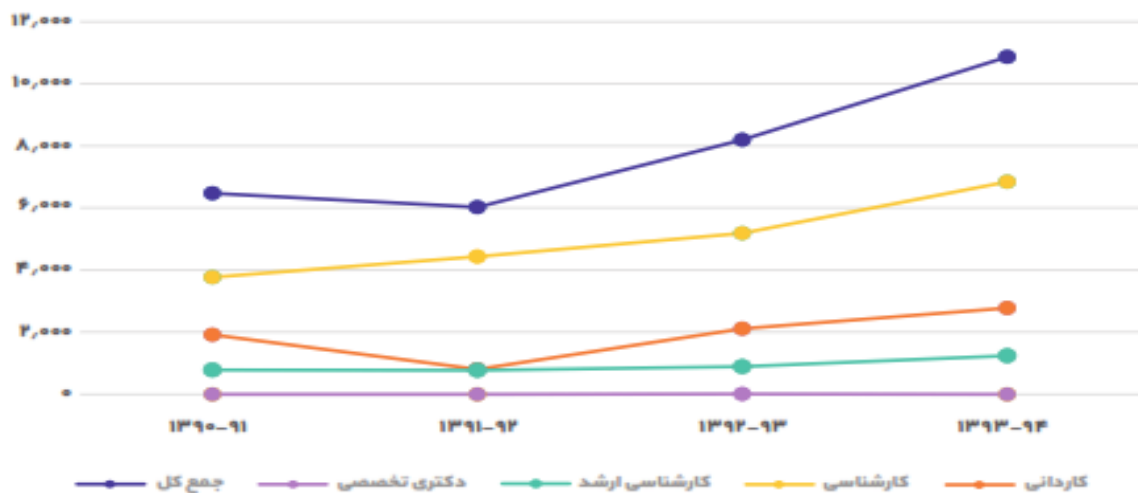


شکل ۱۰. تعداد نیروی انسانی پاره وقت فعال در صنعت پویانمایی (آمارنامه صنعت پویانمایی ایران سال ۱۳۹۵)



از سوی دیگر، علیرغم کاهش روند نیروی انسانی فعال در صنعت پویانمایی، روند تعداد فارغ التحصیلان دانشگاهی مرتبط با حوزه پویانمایی، روند مثبتی را نشان می‌دهد که متأسفانه ظرفیت جذب آنها در استودیوهای کشور فراهم نمی‌باشد. در (شکل ۱۰) روند فارغ التحصیلان مرتبط با حوزه پویانمایی در مقاطع مختلف نشان داده شده است.

شکل ۱۱. تعداد فارغ التحصیلان دانشگاهی رشته‌های مرتبط با پویانمایی (آمارنامه صنعت پویانمایی ایران سال ۱۳۹۵)



رشته‌های مرتبط با حوزه پویانمایی شامل موارد زیر است:

- نقاشی
- کاردانی حرفه‌ای هنرهای تجسمی - نقاشی
- کاردانی حرفه‌ای سینما - تصویربرداری
- کاردانی حرفه‌ای کمک کارگردانی
- کاردانی حرفه‌ای سینما - تدوین فیلم
- کاردانی حرفه‌ای کمک کارگردانی
- کاردانی حرفه‌ای نقاشی - نقاشی ایرانی
- کاردانی حرفه‌ای سینما - تهیه و تولید فیلم
- کاردانی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - طراحی صحنه



- کارشناسی حرفه‌ای پویانمایی - کارگردانی
- نقاشی
- ارتباط تصویری
- گرافیک - تصویرسازی
- کارگردانی
- صنایع دستی - طراحی و نقاشی سنتی
- تلویزیون و هنرهای دیجیتال
- کارشناسی حرفه‌ای هنرهای نمایش (نمایش) - نمایش عروسکی
- کارشناسی حرفه‌ای هنرهای نمایش (نمایش) - بازیگری
- کارشناسی حرفه‌ای هنرهای نمایش (نمایش) - ادبیات نمایشی
- کارشناسی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - طراحی صحنه
- کارشناسی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - کارگردانی
- کارشناسی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - فیلم‌نامه‌نویسی
- کارشناسی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - فیلم‌سازی
- کارشناسی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - تصویربرداری
- کارشناسی حرفه‌ای هنرهای نمایشی - تدوین فیلم
- کارشناسی حرفه‌ای نقاشی - نگارگری و زرنگاره



- ارتباط تصویری
- ارتباط تصویری - تصویرسازی
- تصویر متحرک (پویانمایی)
- کارگردانی
- گرافیک - تصویرسازی
- نقاشی
- هنرهای نمایشی (نمایش) - ادبیات نمایشی
- هنرهای نمایشی (نمایش) - بازیگری
- هنرهای نمایشی (نمایش) - کارگردانی

- هنرهای نمایشی (نمایش) - تئاتر

□ ظرفیت پخش برنامه تلویزیونی پویانمایی مرتبط با کودکان و نوجوانان

به دلیل توسعه شبکه‌های تلویزیونی، به صورت عملیاتی ظرفیت پخش روزانه ۵۰ ساعت برنامه تلویزیونی مرتبط با کودکان و نوجوانان در کشور بوجود آمده که اساساً ظرفیت تولید مرکز صبا، تنها قادر است کمتر از یک ساعت از این ظرفیت تلویزیونی را تامین نماید. بنابراین در صورت برنامه‌ریزی مناسب برای تامین برنامه‌های پویانمایی تولید ایرانی، این فرصت فراهم است که گردش اقتصادی مناسبی ناشی از خرید آثار پویانمایی سریالی تولید شده بوجود آورد و از این طریق، سازوکار اقتصادی استودیوهای پویانمایی فعال گردد.

از سوی دیگر، فرصت حضور ۵۰ ساعت در روز برای پخش برنامه‌های تلویزیونی کودک و نوجوان، زمینه مساعدی را فراهم می‌کند که موضوع بازارپردازی برای آثار پویانمایی ایرانی بتواند به صورت عملیاتی و موثر مورد توجه قرار گیرد. پخش فراگیر برنامه‌های تلویزیونی، مخاطبان بالقوه‌ای برای پذیرش کاراکترهای ایرانی و محیط‌های به تصویر کشیده شده در آثار پویانمایی فراهم می‌آورد که در صورت سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مناسب، زمینه توسعه اقتصادی ناشی از بازارپردازی آثار پویانمایی ایرانی می‌تواند فراهم گردد.

□ وضعیت هنر انیمیشن به لحاظ نرم‌افزاری و سخت‌افزاری در کشور

هیچ کس حاضر نیست تجربه و تکنیک خودش را به ما بفروشد و ما فقط از راه تجربیات خودمان باید این مسیر را طی کنیم. یعنی باید فیلم بسازیم، اکران شود، مخاطب ببیند، بازخورد بگیریم و بتوانیم مسیر را اصلاح کنیم. این واقعیت را هم در نظر بگیرید که دنیا حدود ۱۰۰ سال است که در حال تولید انیمیشن است و ما نهایتاً هفت هشت سال است که به طور جدی انیمیشن سینمایی می‌سازیم. البته به این معنی نیست که ما ۹۰ سال عقب هستیم، چون ما نمی‌خواهیم چرخ را از نو اختراع کنیم؛ بخش زیادی از این مسیر را دنیا طی کرده و ما داریم از آن استفاده می‌کنیم. سرعت پیشرفت ما خیلی بیشتر از آنهاست. از اینجا به بعد ما تسلط لازم بر تکنیک را پیدا کرده‌ایم. از نظر تکنیکی نباید به دنبال شاخ و شانه کشیدن با دنیا باشیم. مزیت و برتری ما قصه است و سعی داریم تا بیشتر روی قصه‌هایمان کار کنیم. همین گرافیک اگر کمی بهتر هم شود، چنانچه بتوانیم قصه را خوب روایت کنیم و به خوبی داستان تعریف کنیم، ما نسبت به دنیا پیروز خواهیم بود، چون قصه‌های ما جذاب‌تر از قصه‌های آنهاست. از نظر تکنیکی، مخاطب ما پذیرفته که کارهای ایرانی آثار با کیفیتی هستند. مهم‌ترین نکته همین بحث قصه و روایت است که باید تسلط خودمان در این بخش

افزایش دهیم. اگر این اتفاق بیافتد می‌توانیم بگوییم که نه تنها با سطح اول دنیا فاصله‌ای نخواهیم داشت بلکه رقابت هم خواهیم کرد.^۱

- انیمیشن‌سازی با مصرف داخلی

یکی از دلایلی که انیمیشن سینمایی ما به‌جایی نرسیده همین است که صرفاً استفاده داخلی دارد و خارج از مرزهایمان مخاطبی ندارد، برعکس انیمیشن کوتاه که با نگاه درست‌تری ساخته می‌شود و در جشنواره‌های مختلف سراسر دنیا به نمایش درمی‌آیند و جوایز بسیار باارزشی هم برای ایران به ارمغان می‌آورند.

- گذار از انیمیشن سنتی به صنعتی

۲ دهه است تغییر مسیر داده‌ایم اما در این راه موفق نبوده‌ایم. حدود بیست سال است که تلاش می‌کنیم از انیمیشن سنتی به سمت تولید صنعتی برویم و به‌نوعی در دوران گذار هستیم. در این دوران ما به تولیدات تلویزیونی مثل سریال و مجموعه‌های مختلف ورود کردیم و در ادامه به کارهای سینمایی رسیدیم، اما نکته اینجاست که برای گذشتن از این دوران گذار، نیاز داریم به استانداردهای صنعتی نگاهی داشته باشیم.^۲

ما در هر ۲ ژانر تولیدات داخلی (تولیدات تلویزیونی و کارهای سینمایی) داریم که بعضاً از لحاظ تکنیکی شاید با دنیا خیلی فاصله نداشته باشند ولی از لحاظ ساختار، محتوا، فیلمنامه و داستان‌های جذاب که بتواند با مخاطب جهانی ارتباط خوبی برقرار کند، به‌شدت ضعیف هستند و به همین دلیل هنوز نتوانسته‌ایم انیمیشن‌سازی بسازیم که مخاطب کاملاً از تماشای آن راضی باشد. در استانداردهای صنعتی طبیعتاً آموزش از شکل استاد و شاگردی خارج و گسترده می‌شود ولی آموزش در ایران بیشتر در سطح دانشگاه‌ها اتفاق افتاده است و بیشتر برای افزایش و ارتقا سواد و دانش دانشجویان کاربرد دارد. ما باید در مسیری جلو برویم تا بتوانیم این آموزش‌های مورد نیاز برای انیمیشن را در مجموعه‌هایی انجام دهیم که قصدشان تولید است، نه صرفاً افزایش ارتقای دانش.^۳

□ جایگاه انیمیشن‌های مذهبی و اکشن

انیمیشن‌های مذهبی بهترین وسیله برای انتقال مضامین اخلاقی - مذهبی است و اگر با کیفیت تولید شوند، کودکان امروز به جای دیدن بن‌تن و غیره جلب این تولیدات اخلاقی، مذهبی، ملی خودمان می‌شوند. اما تولیدات انیمیشن‌های مذهبی هم قوی نیستند.

ضعف انیمیشن‌های مذهبی چند علت اساسی دارد که یکی از آنها سهل‌انگاری و سپردن این آثار به افراد و گروه‌های جوان و تازه کار است. از آنجا که صداوسیما به عنوان یکی از مهم‌ترین متولیان تولید انیمیشن، اهمیت ویژه‌ای برای ساخت آثار مذهبی قایل است، برخی افراد بدون داشتن دغدغه‌های دینی و صرفاً جهت فعالیت در این عرصه، طرح‌های مذهبی و دینی به تلویزیون ارائه می‌کنند چرا که به تصویب این طرح‌ها امید بیشتری دارند و متأسفانه بدون سنجش توانایی و صلاحیت حرفه‌ای افراد، طرح‌های رسیده تصویب می‌شود.^۴

و از طرف دیگر هم در شرایط حساسی هستیم که جای خالی تولیدات داخلی در شبکه‌هایمان محسوس است. لازم است بدانیم که تولیداتی با سبک‌های اکشن و هیجانی برای کودکانمان نیز لازم است و همانطور که تولیدات مذهبی جای ساخت

۱. انیمیشن ایران می‌تواند به سطح اول جهان برسد، اگر...؛ کیهان، ۹۷/۲/۲۳

۲. انیمیشن ایران در مسیر صنعتی شدن / رویای «رویازی» چیست؟؛ خبرگزاری مهر، ۹۷/۱۰/۱۳

۳. همان؛ ۹۷/۱۰/۱۳

۴. از جذابیت بصری تا فیلمنامه خواندنی، نیاز انیمیشن‌های مذهبی؛ جام‌جم، ۹۴/۶/۱۵

و مجوز دارند به تولیداتی با موضوعات و سبک‌های متفاوت هم نیاز است تا شخصیت‌هایی مثل هری پاتر و اسپایدرمن در ذهن کودکان نقش نبندد. ما امروز احتیاج به شخصیت‌سازی با فرهنگ کشورمان داریم.^۱ البته این نظرات تا حدودی تامین شده‌است اما کافی نیست.

□ مشکلات اقتصادی علت ضعف انیمیشن‌های ایرانی

مسائل اقتصادی در ضعف انیمیشن‌های ایرانی و تابع انیمیشن‌های مذهبی موثر است؛ به دلیل مشکلات اقتصادی بسیاری از افراد خلاق و توانمند در زمینه طراحی و ساخت انیمیشن این عرصه را ترک کرده و یا به خارج از کشور مهاجرت کرده اند. در کشورمان افراد مستعد و توانمند در رشته انیمیشن کم نداریم اما شرایط اقتصادی حاکم بر فضای انیمیشن و بخصوص کمبود بودجه صداوسیما که یکی از مهم‌ترین متولیان تولید انیمیشن است، باعث شده بسیاری از این افراد، انیمیشن‌سازی را حرفه‌ای آینده‌دار تلقی نکنند این در حالی است که توانایی و امکانات لازم برای ساخت انیمیشن‌های تاثیرگذار در کشورمان کم نیست و دست کم می‌توانیم در کشورهای منطقه که شامل ترکیه، هند و کشورهای عربی است، حرفی برای گفتن داشته باشیم.^۲

□ سخن آخر

پویانمایی ایران در سال‌های اخیر، دیگر صرفاً یک هنر تجربی نبوده، بلکه توانسته به سازوکارهای صنعت پویانمایی نزدیک شود و گردش اقتصادی چند صد میلیارد تومانی را برای استودیوهای پویانمایی بوجود آورد. اما باید به این نکته توجه داشت که اقتصاد صنعت پویانمایی، یک اقتصاد تک محصولی نیست و نمی‌توان انتظار داشت که صرفاً گردش اقتصادی بزرگی را با تولید آثار پویانمایی فراهم آورد. بلکه اقتصاد صنعت پویانمایی، یک اقتصاد پیچیده و مرکب است که عمده گردش اقتصادی آن در صنایع مکمل و جانبی و بازارهای دیگر اقتصادی تعریف می‌شود. محصول انیمیشن، از یک فرآیند صنعتی تولید شده که شامل بخش‌های امکان‌سنجی و بازاریابی، پیش‌تولید، تولید، پس‌تولید و توزیع و فروش است. علیرغم فعالیت کیفی استودیوهای تولیدکننده پویانمایی، سازوکارهای صنعت پویانمایی در کشور، حلقه‌های مفقوده‌ای در این صنعت وجود دارد که عمده آن در دو بخش اول و آخر صنعت است. حضور آثار پویانمایی در شبکه‌های تلویزیونی، فرصت دیده شدن آثار توسط مخاطبان را فراهم آورده که این فرصت زمینه مساعدی برای توسعه اقتصادهای مرکب وابسته با آثار پویانمایی بوجود خواهد آورد که می‌بایست در برنامه‌ریزی‌های کلان سازمان صدا و سیما مورد توجه ویژه قرار گیرد.

۱. انیمیشن ایران نیازمند شخصیت‌سازی است؛ خانه انیمیشن؛ ۹۱/۸/۲۷

۲. از جذابیت بصری تا فیلمنامه خواندنی، نیاز انیمیشن‌های مذهبی؛ جام‌جم، ۹۴/۶/۱۵