

انیمیشن ملی



سیدعلیرضا گلپایگانی

عضو هیئت علمی انیمیشن دانشگاه هنر

مقدمه

بیش از پنجاه سال از ساخت اولین انیمیشن ایرانی به دست اسفندیار احمدیه می‌گذرد و این در حالی است که نقوش به‌جا مانده بر روی یک جام سفالی به‌دست آمده از شهر سوخته‌ی سیستان که برای اولین بار در حدود ۵۰۰۰ سال قبل، یک هنرمند ایرانی فکر و ذهنیت خلق تصاویر دنباله‌دار بر اساس طرح یک داستان کوتاه را ارائه کرده است. آن تصاویر پی‌درپی که تلاش بزی را برای خوردن برگی از یک بوته‌ی گیاه به نمایش گذاشته، احتمالاً اولین نمایش تصویر متحرک و در واقع اولین انیمیشن جهان به حساب می‌آید.

یکی از معضلات انیمیشن ایران فردی و شخصی بودن آن است. به عبارت دیگر، این هنر در ایران بر پایه‌ی توانمندی فرد بنا شده و در سیستم تولید گروهی متبلور نشده است. در دهه‌ی پنجاه هنرمندانی تصویرگر چون مرتضی ممیز، نورالدین زرین‌کلک، علی‌اکبر صادقی، فرشید مثقالی، پرویز نادری و... در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان گرد آمدند و به‌صورت خودجوش دست به تجربیاتی زدند که از آن به عنوان دوران طلایی انیمیشن

ایران نام برده می‌شود. حاصل این فعالیت‌ها فیلم‌های کوتاهی بود که در جشنواره‌های داخلی و بین‌المللی خوش درخشیدند. البته تقریباً همه‌ی آن فیلم‌ها تحت تأثیر فیلم‌های مکتب اروپای شرقی زاگرب بودند که در آن زمان الگوی بیشتر فیلمسازان به‌حساب می‌آمد؛ با این حال، در تار و پود برخی از آن‌ها نشانه‌هایی از فضاسازی و قصه‌گویی به سبک و سیاق ایرانی، که متفاوت از باقی آثار بود، به چشم می‌خورد. فیلم‌هایی چون «زندگی»، «میر حمزه‌ی دلدار و گور دلگیر»، «گلباران» و «رخ» تلاش سازندگانشان در راستای جلوه‌گر ساختن حس و انگیزه‌های شخصی در قالب و هویتی ایرانی بودند و به حق می‌توان از آن به عنوان نمایش گوشه‌ای از گرافیک و قصه‌ی ایرانی نام برد. اما به نظر می‌رسد این گونه تلاش‌ها بازتاب وسیعی در بین هنرمندان دیگر این رشته نداشت، چرا که به‌دلیل انگیزه‌ی حضور در رقابت‌های بین‌المللی، اکثراً انرژی و توان خود را، صرف شبیه‌سازی و الگو قرار دادن فیلم‌های کوتاه انیمیشن به سبک مکتب زاگرب می‌کردند. این تأثیر تا سالیان بعد از آن نیز در شکل داستان‌گویی و گرافیک به کار رفته کاملاً مشهود بود.

وقوع جنگ تحمیلی وقفه‌ای طولانی در مسیر تولید و ساخت انیمیشن به‌وجود آورد، از اوایل دهه‌ی هفتاد تلاش‌هایی برای دوباره زنده کردن این هنر در کانون صورت می‌گیرد که با توجه به محدودیت‌های مالی از کیفیت مطلوبی برخوردار نیست. پس از مدتی با افزایش شبکه‌های تلویزیونی و نیز رونق گرفتن پیام‌های بازرگانی، شرکت‌های کوچک و مستقلی شکل گرفتند که تولیداتشان انیمیشن‌های کوتاه تبلیغاتی بود. این امر باعث شد که نیروهای مستعد و فعال توسط این شرکت‌ها به‌تدریج آموزش دیده و به جامعه‌ی انیمیشن ایران اضافه شوند. این سال‌ها مصادف است با راهاندازی مجدد دوره‌ی کارشناسی ارشد انیمیشن در دانشگاه هنر که با جذب دانشجویانی از رشته‌های مختلف هنری آموزش آکادمیک را در کشور زنده می‌کند و در نتیجه‌ی حضور فارغ‌التحصیلان این رشته در جامعه‌ی هنری کشور است که هر کدام به نوبه‌ی خود از فعالان و تولیدکنندگان فیلم‌های انیمیشن هنری و سریال‌های تلویزیونی به حساب می‌آیند.

در همین سال‌هاست که با راهاندازی شرکت فرهنگی - هنری



✓ طنین و آوای بسیاری از اشعار کهن ایرانی توان و پتانسیل دستیابی به جذب مخاطب داخلی را داراست. موسیقی‌های محلی اگر با سبک و سیاق امروزی ترکیب بشوند برای جوانان که به اقتضای سنشان تنوع پسند هستند مقبول خواهد افتاد

تکامل رساندن و ارتقای شخصیتی افراد نیز کاربرد داشته باشد.

در نگاه اول به تولیدات غیر استاندارد داخلی می‌توان پی برد که این محصولات برای نمایش یک یا چندبار از شبکه‌های داخلی و سپس انتقال نهایی بسیاری از آن‌ها به آرشیو ساخته شده‌اند و کم‌تر سیاست کلانی برای آن‌ها تبیین شده است. بنابراین هرچه زودتر باید این نگاه کوتاه‌مدت به محصولات انیمیشنی اصلاح شده و افق بازتری برای آن در نظر گرفته شود. دعوت از ایرانیانی که در استودیوهای سریال‌سازی خارجی مشغول هستند می‌تواند با انتقال تجربه‌های عینی آنان، کاری مفید در جهت بررسی روش‌های تولید بین‌المللی برای به روز کردن سیستم‌های داخلی و همچنین از دیگر مزایای استفاده از تجربیات این افراد تجهیز استودیوهای داخلی با سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای جدید و کاربردی می‌باشد.

ح. بومی کردن سیستم‌های تولید انیمیشن
برای رسیدن به نقطه‌ای که بتوان هم از نظر کمیت و هم از نظر کیفیت ادعای داشتن صنعتی بنام صنعت - هنر انیمیشن ملی را داشت، وجود سیستم‌های صحیح مدیریتی ضروری است. الگوبری از کشورهایی چون ژاپن، چین و... که در زمینه تولید انبوه انیمیشن موفق بوده‌اند شاید برای شناختن اصول اولیه مناسب باشد اما مطمئناً کافی نخواهد بود. فرهنگ و مکانیسم‌های اجتماعی و مالی در کشورهای مختلف کاملاً

و نبود بودجه و حمایت کافی برای حفظ استانداردهای جهانی هنوز به جایی نرسیده است.

در این عرصه تنها راه پیشنهادی برای موجودیت یافتن انیمیشن ملی و افتخارآمیز، تمرکز بر بازار جهانی است. رسیدن به کیفیت مطلوب برای صدور تولیدات انیمیشن ایران در گرو حمایت‌های مالی داخلی و سیاست‌های منسجم و ادامه‌دار دولتی است. برای برقراری ارتباط نیز باید ابتدا از کشورهای همسایه و منطقه شروع کرد، سپس به سطح کشورهای اسلامی با توجه به همسو بودن فرهنگ دینی رسید و سپس تا سطح شبکه‌های بی‌شمار جهانی که همیشه طالب تولیدات انیمیشن هستند صعود کرد.

ز. موانع تولید انبوه انیمیشن برای صادرات

در همه‌ی استودیوهای بین‌المللی تولید انیمیشن به‌ویژه انبوه‌سازان سریالی، از همان ابتدا مرحله‌ی پایانی که همانا فروش و عرضه‌ی کالا می‌باشد، در دستور کار اصلی گروه قرار می‌گیرد و تا حصول اطمینان از این‌که محصولشان برای مصرف‌کننده‌ی بازارهای جهانی می‌شود به واقع تولید آغاز نمی‌گردد. اصولاً حتی فکر اولیه، نوع داستان‌پردازی و طراحی کاراکترها نیز با توجه و شناخت به نیاز بازار و اشتیاق مخاطب طراحی می‌گردد. در این راه با کمی احساس مسئولیت و تعهد و با شناخت بیشتر از نیاز واقعی مخاطبین، می‌توان محصولاتی تولید نمود که برای به

✓ در ادبیات کهن، قهرمانان ایرانی عمدتاً بسیار درون‌گراتر از شخصیت‌های برون‌گرا و الزاماً خشن خارجی به نظر می‌رسند. این خصیصه با توجه به تفاوت آشکارش با آنچه در شکل‌نمایشی آن در فیلم‌های انیمیشن خارجی وجود دارد، می‌تواند به کمک پرداختی مناسب نقطه قوت اصلی و مهمی به حساب آید و قهرمانان داستانی ما را به شخصیت‌های محبوب و جهانی تبدیل سازد

✓ به علت افزایش متقاضی برای یادگیری فن انیمیشن در بین جوانان، عملاً شرایط مساعد برای راه‌اندازی آموزشگاه‌های تخصصی انیمیشن توجیه اقتصادی پیدا خواهد کرد

و نبود بودجه و حمایت کافی برای حفظ استانداردهای جهانی هنوز به جایی نرسیده است. در این عرصه تنها راه پیشنهادی برای موجودیت یافتن انیمیشن ملی و افتخارآمیز، تمرکز بر بازار جهانی است. رسیدن به کیفیت مطلوب برای صدور تولیدات انیمیشن ایران در گرو حمایت‌های مالی داخلی و سیاست‌های منسجم و ادامه‌دار دولتی است. برای برقراری ارتباط نیز باید ابتدا از کشورهای همسایه و منطقه شروع کرد، سپس به سطح کشورهای اسلامی با توجه به همسوی بودن فرهنگ دینی رسید و سپس تا سطح شبکه‌های بی‌شمار جهانی که همیشه طالب تولیدات انیمیشن هستند صعود کرد.

ز. موانع تولید انبوه انیمیشن برای صادرات

در همه‌ی استودیوهای بین‌المللی تولید انیمیشن به‌ویژه انبوه‌سازان سریالی، از همان ابتدا مرحله‌ی پایانی که همانا فروش و عرضه‌ی کالا می‌باشد، در دستور کار اصلی گروه قرار می‌گیرد و تا حصول اطمینان از این‌که محصولشان برای مصرف‌چند باره راهی بازارهای جهانی می‌شود به واقع تولید آغاز نمی‌گردد. اصولاً حتی فکر اولیه، نوع داستان‌پردازی و طراحی کاراکترها نیز با توجه و شناخت به نیاز بازار و اشتیاق مخاطب طراحی می‌گردد. در این راه با کمی احساس مسئولیت و تعهد و با شناخت بیشتر از نیاز واقعی مخاطبین، می‌توان محصولاتی تولید نمود که برای به

تکامل رساندن و ارتقای شخصیتی افراد نیز کاربرد داشته باشد. در نگاه اول به تولیدات غیر استاندارد داخلی می‌توان پی برد که این محصولات برای نمایش یک یا چندبار از شبکه‌های داخلی و سپس انتقال نهایی بسیاری از آن‌ها به آرشیو ساخته شده‌اند و کم‌تر سیاست کلانی برای آن‌ها تبیین شده است. بنابراین هرچه زودتر باید این نگاه کوتاه‌مدت به محصولات انیمیشنی اصلاح شده و افق بازتری برای آن در نظر گرفته شود. دعوت از ایرانیانی که در استودیوهای سریال‌سازی خارجی مشغول هستند می‌تواند با انتقال تجربه‌های عینی آنان، کاری مفید در جهت بررسی روش‌های تولید بین‌المللی برای به روز کردن سیستم‌های داخلی و همچنین از دیگر مزایای استفاده از تجربیات این افراد تجهیز استودیوهای داخلی با سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای جدید و کاربردی می‌باشد.

ح. بومی کردن سیستم‌های تولید انیمیشن

برای رسیدن به نقطه‌ای که بتوان هم از نظر کمیت و هم از نظر کیفیت ادعای داشتن صنعتی بنام صنعت - هنر انیمیشن ملی را داشت، وجود سیستم‌های صحیح مدیریتی ضروری است. الگوگیری از کشورهای چون ژاپن، چین و... که در زمینه‌ی تولید انبوه انیمیشن موفق بوده‌اند شاید برای شناختن اصول اولیه مناسب باشد اما مطمئناً کافی نخواهد بود. فرهنگ و مکانیسم‌های اجتماعی و مالی در کشورهای مختلف کاملاً



با هم متفاوتند و بسیاری از این برنامه‌ریزی‌ها بر همین اساس طراحی و اجرا می‌گردند و نمی‌توان سیستم اجرا شده و موفق در یک کشور را عیناً در کشور دیگر بازسازی نمود.

روش‌های داخلی موجود در تولید انیمیشن که بر اساس قابلیت‌های فردی شکل گرفته‌اند، اغلب به دلیل استفاده نکردن از شیوه‌های یکسان‌سازی باعث عدم یکنواختی در گرافیک و زمان‌بندی حرکات می‌شوند. جداول مخصوص و راهنمایی که توسط تیم کارگردانی و سرپرست انیمیشن تهیه می‌گردد، کمک بزرگی به رفع این معضل و هماهنگ کردن گروه تولید می‌کنند. سیستم آرشیو کردن حرکات و زمینه‌ها و همچنین کدگذاری دقیق آن‌ها می‌تواند از هزینه‌ی تولید کاسته و در به کارگیری صحیح و برنامه‌ریزی شده‌ی آن‌ها مؤثر باشد. با برگزاری کارگاه‌های آموزشی و دوره‌های کوتاه‌مدت می‌توان شرکت‌های مختلف را در استفاده از این روش‌ها توجیه نمود و در نتیجه به قالبی یکسان برای تولید دست یافت.

ط. نقش آموزش در تولیدات ملی انیمیشن

دستیابی به کیفیت استاندارد برای تولید ملی، نیروها و مجریان کارآموده‌ای را طلب می‌کند. به نظر می‌رسد که نظام آموزش دانشگاهی به تنهایی نمی‌تواند پاسخ‌گوی نیاز بازار کار انیمیشن در ایران باشد. ضمن این‌که آموزش دانشگاهی بویژه در مقطع کارشناسی ارشد به جهت

کوتاه بودن دوره (سه ترم تخصصی و یک ترم پیش‌نیاز) نمی‌تواند تکافوی توقع بازار را برای تربیت نیروهای متخصص تأمین نماید. دانشکده‌ی صدا و سیما نیز ظاهراً برای تکمیل کادر مورد نیاز خود، دانشجویانی را در رشته‌ای با عنوان هنرهای دیجیتال و با گرایش انیمیشن آموزش می‌دهد که بعد از فارغ‌التحصیل شدن با اعزام به مراکز استان‌ها عملاً نیاز سازمانی خود را تأمین می‌کند (گرچه خود مراکز استان‌ها صدا و سیما از کمبود نیرو برای تولید در مضیقه می‌باشند). اما نیاز شبکه‌های تلویزیون (حتی کانال‌های داخلی) خیلی بیش از آن است که هنرمندانی به‌صورت کارمند بتوانند نیاز آن را تأمین کنند.

در کل وقتی بازار سفارش انیمیشن فعال باشد، طبیعتاً سازمان‌ها و مراکزی برای تربیت نیروی انسانی آن رشته نیز فعال خواهند شد، همانند آموزشگاه‌های کنکور که برای سیل عظیم داوطلبان ورود به دانشگاه از تعداد بیرون شده‌اند.

شرکت‌های تولید کننده‌ی انیمیشن در کنار فضای کار خود می‌توانند فضای محدودی را برای تربیت نیروهای مورد نیاز اختصاص داده و حتی به‌صورت کارآموز از آنان در پروسه‌ی تولید استفاده کنند. با برگزاری کلاس‌های فشرده و تمرین‌های متعدد، این افراد به تدریج رشد کرده و خواهند توانست در ابتدا به‌عنوان نیروهای ساده در پروژه‌های همان شرکت - با دستمزد مناسب - مشغول کار می‌شوند و در ادامه بر اساس توانمندی و پشتکار خود به

نیروی متخصص و متبحر بدل گشته و جایگاه ثابتی پیدا نمایند. این نیروها به‌عنوان سرمایه‌های آن شرکت‌ها محسوب می‌شوند چرا که با گذشت زمان توان و قابلیت‌های آن‌ها بالا رفته و سرعت و کیفیت بهتری در کار خود پیدا خواهند نمود. در نهایت این کار به سود دو طرف - فرد و شرکت تولید کننده - خواهد بود.

به‌علت افزایش متقاضی برای یادگیری فن انیمیشن در بین جوانان عملاً شرایط مساعد برای راه‌اندازی آموزشگاه‌های تخصصی انیمیشن برای قسمت‌های مختلف تولید توجیه اقتصادی پیدا خواهد کرد.

نتیجه

ورود به بازارهای جهانی در ملی شدن تولیدات انیمیشن نقش به‌سزایی بازی خواهد کرد. فرهنگ ملی و اسلامی ایران در قالب آثار انیمیشن کوتاه و بلند می‌تواند جلوه‌ی جدیدی از هنر این سرزمین کهن را برای جهانیان به نمایش بگذارد. بهره‌گیری از ویژگی‌های محلی و ملی که اغلب آن‌ها برای جامعه فرهنگی جهانی جذاب و کاربردی است می‌تواند هنرمندان و سرمایه‌گذاران این حیطه را موفق کند، این مقدر نیست مگر با سرمایه‌گذاری محدود کنترل شده‌ی دولتی که جهت صادرات این محصول فرهنگی و صنعتی جهت‌یابی شده است و تشویق بخش خصوصی با انواع تسهیلات بانکی و مالیاتی که برای مستقل شدن و ارتباطات جهانی آنان بسیار مؤثر خواهد بود. این عرصه در منطقه بسیار بکر و قابل مطرح شدن است. این کار ممکن است؛ فقط باید شروع کرد.



می‌گردند. هنر انیمیشن نیز با قدرت و جاذبه‌ی فراوان، ابزار توانمندی است که در کشوری چون ایران با تکیه بر فرهنگ و هویت غنی ملی و اسلامی خود، می‌تواند تصویرگر و توصیف‌کننده‌ی اخلاقیات و اعتقادات مردمی باشد که شایسته‌ی عرض اندام در بین فرهنگ‌های مختلف جهان می‌باشند.

به منظور دستیابی به یک انیمیشن ملی و صادراتی ابتدا باید از جوانب مختلف قابلیت‌ها و موانع نظری و عملی این هدف را بررسی نمود:

الف. افسانه و اسطوره در متون کهن و جدید ایران و به‌کارگیری در انیمیشن ملی

یکی از بهترین سندهایی که توانایی اثبات تولیدات انیمیشن ملی را داراست ادبیات ملی ماست که سرشار از قصه‌ها و افسانه‌های گوناگون با رنگ‌ها و روایح متعدد مناطق وسیع‌مرز و بوم میهنمان می‌باشد. اما اگر ندانیم که هرگونه عینیت دادن صرف و تصویرگری بدون دخل و تصرف داستان‌هایمان ما را از دستیابی به گنجینه‌ی دل‌های مردمان آن سوی آب‌ها باز می‌دارد. زبان سینمایی و شیوه‌ی درام امروزی باید کمک راه‌سازندگان چنین آثاری

می‌توان آینده‌ی مشخص و روشنی را برای انیمیشن ایران پیش‌بینی کرد. البته نباید فراموش کرد که اگر این آینده با سیاست‌های بدون برنامه‌ی کنونی همراه باشد، ما شاهد تولیدات اندکی در زمینه‌ی انیمیشن ایرانی خواهیم بود؛ تولیداتی که بدون در نظر گرفتن نیاز مخاطب شکل می‌گیرد و صرفاً مصرف‌کننده بودجه‌های تخصیص‌یافته است. در کوتاه‌مدت شاید این جریان تولید انبوه کمی مثبت ارزیابی گردد و گروه کثیری از جوانان مستعد و جویای کار کشور را جذب خود نماید اما مطمئناً ارزیابی کیفی و پس از تولید این‌گونه انیمیشن‌ها ضعف تکنیکی و موضوعی اغلب آن‌ها را آشکار کرده و ادامه‌ی راه را جهت تولیدات آتی غیرممکن و غیر اصولی خواهد ساخت.

در سیاست کلان تولیدات انیمیشن هیچگاه انیمیشنی که برای یک جغرافیا و یک زمان خاص ساخته شده باشد مقرون به صرفه نیست. بدین‌منظور اغلب تولیدات باید با انگیزه‌ی مخاطب عام جهانی و سلیق بین‌المللی تولید گردند.

تولیدات هنری در وهله‌ی نخست برای مخاطب داخلی و سپس با دیدگاه و رویکردی جهانی برای مخاطب عام در سرتاسر دنیا عرضه

صبا که موجودیت آن از دل صدا و سیما شکل گرفته است با هدف مرکزیت دادن به تولیدات انیمیشن تلویزیونی و با نیت به‌کارگیری فارغ‌التحصیلان دانشکده‌ی صدا و سیما و دست‌اندرکاران این قشر، شرکتی که بعدها به مرکز تبدیل می‌شود پا به عرصه‌ی ظهور می‌گذارد. این مرکز خیلی زود به بزرگ‌ترین سفارش‌دهنده‌ی انیمیشن در ایران تبدیل می‌شود. در این میان سیاست مدیران ارشد صدا و سیما مبنی بر تهیه‌ی تولیدات ایرانی (انیمیشن ایرانی) برای آنتن تلویزیون و کودکان ایرانی در جهت جلوگیری از تهاجم فرهنگی و به‌انگیزه‌ی دفاع نرم انیمیشن ایران از ۱۰۰ الی ۱۲۰ دقیقه در اوایل سال‌های دهه‌ی هفتاد به ۱۰۰۰ تا ۳۰۰۰ دقیقه در سال‌های اخیر رسیده است و این میزان کم‌اکان در حال افزایش است. در سیاست‌های کوتاه‌مدت و درازمدت مدیران صدا و سیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی حتی سخن از تولید انیمیشن‌های سینمایی و سریال‌های بلندمدت نیز به چشم می‌خورد. شرکت‌های متعدد بزرگ و کوچکی به جمع تولیدکنندگان انیمیشن اضافه شده‌اند.

اینک، از دیدگاهی کارشناسانه،

هنر و وظیفه‌ی هنرمند امروزی است که همگام با به روز کردن تکنیک‌ها و روش تولید، خط ارتباطی خود را با گذشته حفظ کند. بهره‌گیری از آرشیوی نظیر تصاویر و فرم‌های اصیل در هنر ایرانی، دست‌مایه‌ی بسیار مناسبی برای تهیه و تولید انیمیشن ملی خواهد بود، به‌گونه‌ای که در هر کجای دنیا با به نمایش درآمدن آن، حسی از ایرانی بودن تداعی گردد.

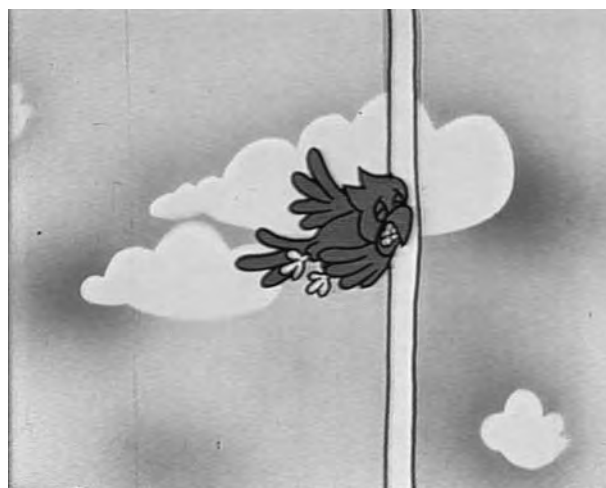
ج. فانتزی از طریق کلام در انیمیشن ملی

فیلم‌های انیمیشن که همگی پر از پیام‌های رفتاری هستند و اوقات فراغت کودکان و نوجوانان ما را پر می‌کند اگر با دقت صورت نگیرد، اثرات سوء و مخربی بر لوح ذهن پاک آنان به‌جا می‌گذارد که عوارض آن در سال‌های آتی مشخص خواهد شد. خلق بیشتر فیلم‌نامه‌های تلویزیونی بر پایه‌ی دیالوگ‌های طولانی پی‌ریزی می‌شود و سریال‌های انیمیشنی نیز از این قاعده مستثنی نیستند. در این‌گونه آثار گفت‌وگوی شخصیت‌ها داستان را به جلو می‌برد و این شاید تفاوت بارز تولیدات تلویزیونی با سینمایی باشد. در سریال‌های انیمیشنی تیپ‌سازی و شخصیت‌پردازی بر محور کلام شکل می‌گیرد و این الفاظ به نوبه‌ی خود از آدم‌های معمولی و خاص پیرامون جامعه الهام‌گرفته می‌شوند و بدین‌گونه برای مخاطب عام قابل باور و دوست داشتنی می‌شوند. اغراق در شکل ظاهری وقایع عینا در کلام نیز جاری می‌شود تا جذابیت بیشتری

باشد. دخل و تصرف هنرمندانه در تبدیل متون ادبی لازمه‌ی این کار خواهد بود. این راهی هموار و سهل‌الوصول نیست و حضور آدم‌های به‌واقع هنرمند و کار آشنا می‌طلبد. اما هنوز چنین افرادی با چنین تخصصی شناخته نشده‌اند و از هم‌اکنون باید به ترتیب و آموزش چنین کسانی همت گماشت تا در آینده‌ای نه چندان دور نویسندگان چیره دستی را در میان خود داشته باشیم که نکات شیرین و لطائف قصه‌ها را به‌صورت فیلم‌نامه‌های جذاب، موجز و دراماتیک درآورند. مطمئناً این میل و کنجکاوی برای آماده شدن از فرهنگ و رسوم و شیوه‌ی زندگی دیگر مردمان در دنیا وجود دارد. فیلم‌هایی از این دست، با ساختاری مناسب، بیگانگان را هم با رضایت کامل به تماشای چنین آثاری خواهد نشانند، بویژه کودکان و نوجوانان که فارغ از سیاست‌های جاری دنیا از مخاطبان پروپا قرص تولیدات انیمیشنی خواهند بود.

ب. طراحی و گرافیک در انیمیشن ملی

هیچ‌چیز مانند یک تصویر نمی‌تواند به درک بشر از محیط اطرافش کمک کند. خوشبختانه در کشور ما هنر تصویرگری قدمتی طولانی دارد و می‌تواند گوشه‌ای از ظرافت‌های هنری ما را به نمایش بگذارد. هنر انیمیشن ملی ما نیز با بهره‌گیری از این هنر در قالب فضا‌سازی و شخصیت‌پردازی داستان‌های خود می‌تواند جلوه‌ی متفاوت و بی‌بدیلی را ایجاد کند. این



✓ در سیاست کلان تولیدات انیمیشن هیچگاه انیمیشنی که برای یک جغرافیا و یک زمان خاص ساخته شده باشد مقرون به صرفه نیست. بدین‌منظور اغلب تولیدات باید با انگیزه‌ی مخاطب عام جهانی و سلايق بين المللی تولید گردند



برای مخاطب پیدا کند. شناخت و درک بیشتر از ارتباطات اجتماعی در باورپذیری اتفاقات و گفت‌وگوها و همچنین در موفقیت هرچه بیشتر اثر موثر می‌باشد.

طنز جاری در ادبیات کهن ما شامل اصطلاحات و مفاهیمی است که به دلیل قدیمی بودنشان برای کودکان و نوجوانان امروزی شاید بیش از حد سنگین است و مطابق با ذائقه ایشان نباشد. بر این اساس محصولات تولید شده، از هدف اصلی خود یعنی برقراری ارتباط با مخاطب، باز مانده و لاجرم پیام‌های معنوی و انسانی این گونه داستان‌ها عقیم می‌ماند. نویسندگان و فیلم‌نامه‌نویسان هنرمند می‌باید قصه‌های قدیمی را بازنویسی کرده و نوشته‌ی خود را چنان از کلام شیرین و طنز کهن با رنگ و لعابی امروزی پر کنند که مخاطب هم از احساس به روز بودن گفت‌وگوها لذت ببرد و هم از محتوای عمیقی که در لابه‌لای کلام گذشتگان است بهره‌مند گردد.

نکته‌ی قابل ذکر دیگر تولید انیمیشن‌هایی است که مختص بزرگسالان می‌باشد بسیاری از فیلم‌های انیمیشن در دنیا برای بزرگسالان تولید می‌گردند که زمان پخش آن‌ها به صورت عام‌درساعت‌های پر بیننده و پر مخاطب است. معادل آن در کشور ما انیمیشن‌هایی است که بیشتر به عنوان تیزرهای آموزشی برای راهنمایی و رانندگی و یا بهینه‌سازی مصرف سوخت و... ارائه می‌گردند. ما مخاطب انیمیشن را عموماً کودکان دیده‌ایم و این امر باعث

می‌گردد که استفاده از کلام و فانتری فقط در سطح قابل درک برای این گروه خاص انجام پذیرد و دیگر گروه‌های سنی از آن بهره‌مند بمانند. قدرت انیمیشن و جذابیت آن به حدی است که به راحتی می‌توان مشکلات اجتماعی و درونی مخاطبان بزرگسال را نیز به شیوه‌ای بسیار خلاقانه و تأثیرگذار مطرح نموده و راهکارهایی را به ایشان ارائه دهد. این محصولات می‌توانند با بهره‌گیری از تصاویر نمادین و ادبیات بزرگسالانه، حتی بدون شوخی و طنز مناسب، محبوبیت داشته و تأثیر فوق‌العاده‌ای بر روی افراد مختلف بگذارند.

تولیدات انیمیشنی در خارج ایران به آنچنان موفقیت و رشدی دست یافته است که عملاً با قدرت، ارائه‌ی یک محصول برای چندین گروه سنی را بر عهده می‌گیرند. بی‌شک کاربرد صحیح، دقیق، آگاهانه و هماهنگ الفاظ و کلمات، یکی از نکات برجسته و اساسی هنرهایی است که صوت و کلام در آن‌ها مؤثر است و مسلماً تجربه و دانش وسیعی را در بخش اولیه‌ی کار، یعنی نگارش متن می‌طلبد.

د. شخصیت‌پردازی در انیمیشن ملی

شخصیت‌های قابل طرح و دراماتیک در لابه‌لای داستان‌ها زندگی می‌کنند و با کمی کاوش قابل تشخیص و تصویر شدن هستند. سن و خصوصیت‌های ظاهری و رفتاری شخصیت‌های داستان را می‌توان از طریق عمل و عکس‌العمل‌های آن‌ها

در داستان تشخیص داد. باید همیشه به این نکته توجه کرد که شکل و بوی امروزی داشتن فضا و شخصیت‌ها برای جذب مخاطب امری حیاتی بوده و وقوع قصه در زمان گذشته نیز نمی‌تواند این اصل را خدشه‌دار کند.

در داستان‌های ملی ایران شخصیت‌های دوست‌داشتنی کم نیستند اما مشکلی که اغلب این شخصیت‌ها دارند بدون عیب و نقص بودن آنان است. آنان کمتر اشتباه می‌کنند و تقریباً همیشه پیروز می‌شوند. این شکست‌ناپذیری شخصیت‌های قصه‌های کهن برای مخاطبان هوشمند امروزی غیرقابل باور است؛ پس در مقابل آن مقاومت کرده و با آن ارتباط برقرار نمی‌کند و آن کاراکنتر مبدل به شخصیت محبوب او نمی‌شود.

این قهرمانان باید به شکلی امروزی‌تر در آمده و تا حد ممکن با مشکلات و مصائب امروزی نیز برخورد کنند. این به‌روز در آمدن و در عین حال بهره‌گیری از عناصری گذشته که بیشتر در مفهوم پیام‌ها نهفته است می‌تواند ما را به ترکیب‌بندی جدیدی برساند که هم برای مخاطب داخلی و هم خارجی قابل‌باور باشد. نگاه صلبی به داستان‌ها با توجیه وفاداری به متن ممکن است فیلم تولید شده را به اثری غیر دراماتیک، خشک و بی‌روح مبدل کند. باید دانست که صرف ارزشی بودن قصه‌ها نمی‌تواند نظرها را به سوی خود جلب کند.

این مدرنیته به‌خوبی در آثار بلند انیمیشن سینمایی کمپانی دیسنی

به چشم می‌خورد. تقریباً اغلب داستان‌های این کمپانی برگرفته از ادبیات کهن اقصی‌نقاط جهان‌اند ولیکن شکل اجرایی آن‌ها کاملاً امروزی و خصوصاً بسیار به فرهنگ امروزی آمریکا نزدیک است. این کاری است که نه از روی تصادف بلکه از روی عمد و به دلایلی که در بالا ذکر شد و نیز نیات و مقاصد دیگر که خارج از حوصله‌ی بحث در این مقاله است، صورت می‌پذیرد. در فرهنگ متنوع ایرانی توان استفاده از گویش‌های مختلف و هم‌چنین تیپ‌های گوناگون که حتی در سیر تاریخ نیز شاخص و قابل استناد می‌باشند امکان داشته و قابلیت باورپذیری و پذیرش را نیز توسط مخاطب پیدا خواهند کرد.

نکته‌ی دیگر آن که شخصیت‌های خیالی زمانی می‌توانند توسط مخاطب پذیرفته شوند که ما به ازای واقعی نیز داشته باشیم. در واقع به گونه‌ای این شخصیت‌های کارتونی هستند که شبیه شخصیت‌های واقعی می‌شوند و نه هنر پیشه‌ها شبیه شخصیت‌های کارتونی.

در ادبیات کهن قهرمانان ایرانی عمدتاً بسیار درون‌گرا تر از شخصیت‌های برون‌گرا و الزاماً خشن خارجی به نظر می‌رسند. این خصیصه با توجه به تفاوت آشکارش با آنچه در شکل نمایشی آن در فیلم‌های انیمیشن خارجی وجود دارد، و می‌تواند به کمک پرداختی مناسب نقطه قوت اصلی و مهمی به حساب آید و قهرمانان داستانی ما را به شخصیت‌های محبوب و جهانی تبدیل سازد.

ه. صدا، موسیقی و افکت در انیمیشن ملی

در پدیده‌ی تصویر متحرک صدا نقش روح را بازی می‌کند، لذا بکارگیری نادرست آن می‌تواند یک اثر موفق را به فیلمی بی‌ارزش تبدیل نماید و برعکس. تقریباً به جرأت می‌توان گفت که هیچ اثر انیمیشن در جهان موفق نبوده مگر به مدد صدا، افکت و موسیقی؛ آن‌هم از نوع بسیار حرفه‌ای در حدی که از نظر تکنیکال با صدا و موسیقی بهترین فیلم‌های سینمایی زنده برابری کند. ترانه‌های چنین فیلم‌هایی تا سال‌های طولانی خیال و رویای کودکان را به خود مشغول می‌کند و یادآور نشاط دوران نوجوانی مخاطبان‌شان می‌گردد.

طنین و آوای بسیاری از اشعار کهن ایرانی توان و پتانسیل دستیابی به جذب مخاطب داخلی را داراست. موسیقی‌های محلی اگر با سبک و سیاق امروزی ترکیب بشوند برای جوانان که به اقتضای سنشان تنوع‌پسند هستند مقبول خواهد افتاد. اصالت ملودی این آهنگ‌ها توان این را دارند که در هر زمان به متد جدید، دوباره تنظیم شوند، و بدین‌گونه هیچ‌گاه به فراموشی سپرده نخواهند شد. ملودی شرقی که همیشه یادآور هویت و اصالت و نیز معنویت آن می‌باشد می‌تواند در ارتباط برقرار کردن با مخاطب جهانی نیز موفق عمل کند. یکی از خصایص بارز انیمیشن ملی ایران، در استفاده از چنین ملودی‌هایی است. این ملودی‌ها می‌توانند با تغییراتی جزئی در قالب امروزی به صورت یک مکمل

بی‌نظیر عمل کرده و جلوه‌ی کار را چندین برابر کنند.

و. تولید انیمیشن ملی در بخش خصوصی و دولتی

پیش از انقلاب کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان و وزارت فرهنگ و هنر تنها مراکز تولید انیمیشن در ایران محسوب می‌شدند. پس از انقلاب اسلامی با فعال تر شدن صدا و سیما و افزایش کانال‌های تلویزیونی، مرکز صبا در دل صدا و سیما شکل می‌گیرد و با مکانیزم انبوه‌سازی دست به تهیه‌ی استودیوهای کوچک و بزرگ برای تولید انیمیشن با تکنیک‌های مختلف - به صورت متمرکز - می‌زند. بالا بودن هزینه‌ی تولید انیمیشن و انحصار در خریداری محصولات انیمیشنی توسط صدا و سیما و حضور صبا به عنوان سفارش دهنده‌ی انحصاری انیمیشن عملاً بخش خصوصی تولیدکننده‌ی انیمیشن را در جایگاه دوم اهمیت قرار می‌دهد. اما به هر حال در سایه‌ی سفارش‌های همین مرکز، شرکت‌هایی شکل گرفته‌اند. این شرکت‌ها در کنار تولید برای مرکز صبا گهگاه دست به تولید نسبتاً مستقل هم می‌زنند؛ به امید آن که با فروش بی‌واسطه‌ی آن به شبکه‌های تلویزیون و یا احیاناً کانال‌ها و شبکه‌های ماهواره‌ای کشورهای منطقه مثل ترکیه، عربستان، امارات عربی و... هزینه‌ی واقعی تولید خود را تأمین نمایند. تلاش‌های دیگری نیز برای جلب اعتماد سفارش دهندگان اروپایی توسط شرکت‌های خصوصی صورت گرفته که به علت عدم