

مطالعه اقتصاد تهیه و تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران با مطالعه موردی دو انیمیشن داخلی و خارجی (شکرستان و خانواده سیمپسون)

ناصر گل محمدی*

عبدالرضا صالحی**

چکیده

امروزه انیمیشن به عنوان رسانه‌ای قدرتمند و صنعتی پول‌ساز در کشورهای بزرگ جهان به شمار می‌آید و در طول یک قرن توانسته به سرعت روند رشد و تکامل را سپری کند. در ایران تهیه و تولید انیمیشن تلویزیونی نتوانسته آن گونه که باید به یک صنعت تبدیل شود. هدف این پژوهش بررسی آسیب‌های اقتصادی پیش روی تهیه و تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران و ارائه راه کارهای مناسب برای حل این مشکلات می‌باشد.

در این مقاله نقاط ضعف مسیر اقتصاد تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران از طریق مصاحبه با دست اندرکاران این عرصه مشخص شده و تأثیر سیستم دولتی تولید بر انیمیشن تلویزیونی در ایران و انحصار بازار خرید و پخش یعنی رسانه ملی مورد مطالعه قرار گرفته است. فرآیند تهیه و تولید یکی از سریال‌های پریننده ی انیمیشن در ایران «شکرستان» با یکی از الگوهای موفق سریال انیمیشن تلویزیونی در آمریکا «خانواده ی سیمپسون» مقایسه شده است. این مقوله دارای موانع و آسیب‌هایی است؛ موانعی که مجموعه ی مرکز مطالعات و تولیدات فیلم انیمیشن حوزه ی هنری تلاش کرده تا با الگوگیری از یک سریال موفق انیمیشن خارجی یعنی «خانواده ی سیمپسون» و گذر کردن

* استادیار دانشگاه صدا و سیما (نویسنده مسئول)، golmohammadi.naser@gmail.com
** کارشناس ارشد تهیه‌کنندگی تلویزیون، دانشگاه صدا و سیما، agrand2001@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۱۱، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۲/۱۰

از آن موانع، وارد صنعت حرفه‌ای تولید انیمیشن تلویزیونی شود و با تولید مجموعه‌ی «شکرستان» از بخش صرفاً هنری انیمیشن تلویزیونی خارج شده و با حضور در بخش‌های مختلفی از قبیل بازار جانبی و ارائه‌ی خارجی، به وجوه اقتصادی و صنعتی آن کمک نماید.

کلیدواژه‌ها: «خانواده‌ی سیمپسون»، «شکرستان»، «تولید»، «بخش تلویزیونی»، «بخش بین‌المللی»، «محصولات جانبی»

۱. مقدمه

صنعت تولید انیمیشن به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های کلان صنعت سینما، بی شک یکی از مهم‌ترین و سودآورترین صنایع هنری شناخته می‌شود. پیشرفت فناوری و مصنوعات دست بشر و ورود به دنیای دیجیتال، چنان چشم اندازی فرا روی این هنر صنعت قرار داده است که نمی‌توان حد و مرزی برای آن در نظر گرفت.

«انیمیشن تلویزیونی» (television Animation) مخصوصاً در آمریکا، هنری است که مخاطبان زیادی دارد و سریال‌های تلویزیونی بی‌شماری به شیوه‌ی انیمیشن تولید می‌شوند؛ از جمله‌ی این سریال‌ها «خانواده‌ی سیمپسون» (The Simpsons) یکی از پربیننده‌ترین سریال‌ها در آمریکا و سایر کشورهای جهان است که از گونه «انیمیشن برای بزرگسالان» (Adult Animation) به شمار می‌رود. این مجموعه به لحاظ جذب مخاطب و همچنین عناصر اجرایی در میان سریال‌های با شخصیت انسانی از کیفیت بالایی برخوردار است (Perlmutter, 2010, p37).

در ایران به رغم توانایی‌های بالقوه و تجربیات ارزنده‌ای که طی سال‌های اخیر صورت گرفته است، به این قالب کم‌تر به عنوان رقیبی جدی برای درام‌های انسانی توجه شده است. مجموعه‌ی انیمیشن تلویزیونی شکرستان از معدود تجربیات موفق است که در سال‌های اخیر تولید و پخش شده و پس از اتمام آن، پروژه‌ی دیگری با این مضمون ارائه نشده است.

از مهم‌ترین علل کم‌کاری در زمینه‌ی تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران می‌توان به فقدان دانش فنی و تکنیکی تولید کنندگان ما در حوزه‌ی فیلمنامه و عناصر زبانی و بیانی این قالب اشاره کرد اما بیش از آن تولید انیمیشن تلویزیونی درگیر مشکلات اقتصادی در بخش صنعتی آن است.

تقریباً در بیشتر استودیوهای بین المللی تولید انیمیشن، بویژه انبوه سازان سریالی، مرحله فروش و عرضه از همان ابتدا در دستور کار اصلی گروه قرار می گیرد و تا حصول اطمینان از اینکه محصولشان برای مصرف چند باره راهی بازارهای جهانی می شود تولید را به واقع آغاز نمی کنند (گلپایگانی، ۱۳۸۸، ص ۱۲۵).

در ایران دو بخش تولید خصوصی و دولتی انیمیشن تلویزیونی به صورت همزمان مشغول به فعالیت هستند. بخش دولتی متعلق به سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران است که اغلب به صورت کارفرما و سفارش دهنده ظاهر می شود و بخش خصوصی که مجری طرح سفارش های آن هستند. مرکز پویانمایی صبا به صورت یک شرکت وابسته به سازمان صدا و سیما، مهم ترین بخش دولتی به شمار می رود. مرکز مطالعات و تولیدات فیلم انیمیشن حوزه ی هنری، مرکز سینمای مستند و تجربی از دیگر ارگان های دولتی تولید انیمیشن هستند که در کنار کانون فکری پرورش کودکان و نوجوانان و سایر مراکز سینمایی به تولید انیمیشن مشغول می باشند؛ اما به دلیل این که تلویزیون تنها بستر پخش انیمیشن در ایران است، تمامی این مراکز اعم از دولتی و غیردولتی، برای پخش آثارشان ناگزیر به داشتن تعامل و ارتباط تنگاتنگ با صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران هستند.

تلویزیون به عنوان صدا و سیما چند مجموعه ی تلویزیونی دارد که برودکستر یعنی پخش کننده ی برنامه ها هستند و دو مرکز تولیدی؛ یک مرکز تولیدی متولی تولید نمایش های رئال است و نامش سیما فیلم است و دیگری کارش تولید کارهای انیمیشنی است و همین صباست. پس مکانیزم تولید در مرکز صبا کاملاً برون سپاری است و بر اساس نیازهایی است که مرکز صبا ایجاد می کند و یا از شبکه ها می گیرد. صبا با برنامه ریزی هایی که ایجاد می کند، فراخوانی را طرح می کند و همه را دعوت به همکاری می کند و شرکت های تولیدی پیشنهادشان را می دهند و مرکز صبا آن ها را بررسی، تصویب، تأمین اعتبار و نظارت می کند. ناظران کیفی که همکاران مرکز صبا هستند بر تولید نظارت می کنند و مراحل تولید در خارج از مجموعه ی صدا و سیما انجام می شود ولی بر طبق ویژگی ها و استانداردهای مورد نظر صدا و سیما (ساری، ارتباط شخصی، ۳ آذر ۱۳۹۳)

تهیه کننده ی انیمیشن تلویزیونی به صورت استاندارد دارای مسئولیت ها و وظایفی است: تهیه کننده رابطی است میان اداره ی سفارش دهنده ی پروژه با هنرمندان و وظیفه ی پالایش ایده ها را بر عهده دارد. تهیه کننده باید مخارج مالی پروژه را مدیریت کند و به

سرمایه‌گذاران اطمینان دهد که هنرمندان و انیماتورهای او قابلیت تولید مطلوب و با کیفیت را دارند و نهایتاً می‌توانند پروژه را به سرانجام برسانند: «وظیفه‌ی وی برنامه‌ریزی، بودجه‌بندی، انتخاب گروه تولید، یافتن استودیوهای پیمانکاری فرعی و فراهم آوردن گروه پس از تولید است» (ویندر، دولت‌آبادی، ۱۳۹۰، ص ۳۰).

تهیه‌کننده با همکاری کارگردان اثر را به مسیر تولید می‌افکند و پس از آن، با مشاورانی که در گروه‌های مختلف دارد، جهت ارائه‌ی اثر برای پخش تلاش می‌نماید. توجه به امور مالی وابسته به فیلم یا ویدیوی تولید شده، از ابتدا تا انتها و هم‌چنین ارتباطات گسترده جهت ارائه و یافتن بازار مناسب برای انیمیشن با توجه به مدیریت و نظارت وی صورت می‌گیرد تا این که در نهایت پروژه تحویل کارفرما یا بازار شود.

با عنایت به موارد فوق، در ایران با توجه به شرایط خاص تولید و پخش، تهیه‌کنندگی انیمیشن تلویزیونی به گونه‌ای بومی شده است. بزرگ‌ترین دلیل این بومی‌سازی شرایط اقتصادی و شیوه‌ی اداره‌ی مالی و جایگاه تهیه‌کننده در مقام مجری طرح و هم‌چنین سفارش دهنده و سرمایه‌گذار در مقام تهیه‌کننده است که تولید و پخش انیمیشن تلویزیونی را با مشکلات و شرایط ویژه‌ای مواجه کرده است.

از این رو فرضیات پژوهش به این ترتیب است:

۱. اقتصاد انیمیشن تلویزیونی در ایران یک اقتصاد متکی به خود نیست و این موضوع باعث به وجود آمدن آسیب‌های زیادی در این مسیر تولید گشته است.

۲. نبود دانش کافی مدیریت تولید و اقتصاد تولیدکنندگان و تهیه‌کنندگان انیمیشن تلویزیونی مانع از رفع آسیب‌های اقتصادی پیش روی این صنعت گشته است.

۳. الگوپذیری از نظام تهیه و تولید انیمیشن آمریکا می‌تواند راهگشای مشکلات اقتصادی تهیه و تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران باشد.

از آنجایی که تاکنون چنین مطالعه‌ای در ایران با نگاه مطالعه‌ی اقتصاد تهیه تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران و ارائه راه کارها از طریق مقایسه آن با یک نمونه موفق خارجی انجام نگرفته بود، با بهره‌گیری از نظرات دست‌اندرکاران این رشته از طریق مصاحبه و مطالعه‌ی منابع مکتوب داده‌های تحقیق جمع‌آوری گردید و با بررسی، مقوله‌بندی، مقایسه و تحلیل این داده‌ها نتایج پژوهش به دست آمد.

این تحقیق با هدف تبیین راه کارهایی برای رفع مشکلات اقتصاد تهیه و تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران انجام شده است.

۲. روش شناسی

روش تحقیق حاضر مصاحبه عمیق و مطالعه موردی و از نوع کیفی می باشد. رسالت روشهای تحقیق کیفی در این است که:

- تجربه بر پایه درک و آگاهیهای است که منحصر به فرد بوده و در طول زمان تغییر می کند.

- آگاهی در نتیجه وضعیت خاص و در محیط زندگی معنی پیدا می کند.

گرچه روشهای تحقیق متفاوتی وجود دارد ولی معمولاً روشهای تحقیق کیفی بر تعامل بین محقق و مشارکت کننده تاکید می کنند و مشارکت کننده را به عنوان آگاه ترین شخص نسبت به تجربیات خود و تنها شریک محقق می شناسد. تحقیقات کیفی دارای رویکرد استقرایی با هدف کشف یا گسترش دانش است.

این مقاله نتیجه مطالعه ای است که در دو مرحله پیرامون اقتصاد تهیه و تولید انیمیشن تلویزیونی انجام شده است. روش مطالعه در هر دو مرحله کیفی است. مرحله نخست شامل مصاحبه عمیق با دست اندرکاران تهیه و تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران می باشد؛ که هدف آن تبیین آسیب های اقتصاد تهیه و تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران است. در مرحله بعد از طریق مصاحبه با تهیه کننده انیمیشن شکرستان و مراجعه به انواع گوناگون متون چاپی و الکترونیک، تهیه و تولید انیمیشن «شکرستان» و «خانواده ی سیمپسون» به عنوان دو نمونه انیمیشن موفق داخلی و خارجی مورد مطالعه قرار گرفت تا راه کارهای مناسب جهت مشکلات اقتصادی انیمیشن تلویزیونی در ایران به دست آید.

در خصوص علت انتخاب مجموعه ی تلویزیونی «خانواده ی سیمپسون» باید عنوان کرد که این مجموعه به عنوان یکی از نمونه های موفق سریال های انیمیشن در آمریکا برای بزرگسالان شناخته شده است. نکته ی مهم علت انتخاب این نمونه و این مقایسه ی تحلیلی میان انیمیشن های کشور آمریکا با ایران است. شاید بتوان سبب را میزان موفقیت بالای صنعت انیمیشن در آمریکا دانست؛ هر چند که انیمیشن ژاپن نیز در نوع خود دارای موفقیت های ارزشمندی است اما آن چه مسلم است، رویکرد واقع گرایانه ی پویانمایی ایرانی با تکنیک های انیمیشنی که در شرق دور استفاده می شود، تفاوت بسیار دارد و از این روی، انتخاب یک مجموعه ی تلویزیونی انیمیشن آمریکایی بهترین گزینه برای تحلیل خواهد بود. از سوی دیگر مجموعه ی تلویزیونی انیمیشن شکرستان یکی از معدود موارد

موفق در این زمینه در ایران بوده است و به همین دلیل این دو سریال با هم به لحاظ تولید بررسی می‌شوند.

انتخاب نمونه مناسب اثر قابل توجهی بر کیفیت پژوهش دارد بنابراین در پژوهش کیفی، معمولاً واحدهای نمونه براساس نیاز پژوهش انتخاب می‌شوند تا اطلاعات غنی و عمیق از آنها بدست آید. این نوع نمونه گیری را نمونه گیری هدفمند می‌نامند. در این روش افراد شرکت کننده بر اساس دانش و اطلاعات خاصی که در مورد یک پدیده دارند، و با هدف در میان گذاشتن این اطلاعات انتخاب می‌گردند. منطق و قدرت نمونه گیری مبتنی بر هدف در انتخاب افراد غنی از اطلاعات به منظور مطالعه عمیق نهفته است. محقق باید آنها را بیابد، با آنها تماس برقرار نماید و قبل از محاسبه آنها را برای جلسه مصاحبه اصلی و پاسخ دهی به سؤالات اساسی تحقیق آماده سازد. در جلسه مقدماتی محقق ممکن است از آنها برای شرکت در تحقیق و نیز اجازه ضبط صدا و تصویر رضایت آگاهانه کسب نماید. حجم نمونه معمولاً کمتر از ده نفر است با این حال این مسئله به عوامل مختلفی مانند متون و منابع، زمینه و شرایط افراد مورد بررسی، و رفتار یا پدیده هایی که می‌خواهیم بررسی کنیم بستگی دارد. نکته مهم در آنست که توجه نماییم که در واقع حجم نمونه تعداد تجربیاتی است که مورد بررسی قرار می‌گیرد، از این رو کافی بودن و مناسب بودن تعداد این تجربیات باید مورد توجه باشد. جدول پیوست مشارکت کنندگان در این پژوهش را معرفی می‌کند.

در بخش اول پژوهش ۶ نفر از دست اندر کاران تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران با نمونه گیری هدفمند انتخاب شده اند که سه نفر از آنها در بخش خصوصی و سه نفر دیگر در بخش دولتی مشغول به کار بوده و یا هستند. شرایط و جایگاه کاری هر کدام از آنها متفاوت از دیگری انتخاب شده است.

در بخش دوم پژوهش دو مجموعه ی تلویزیونی «خانواده ی سیمپسون» و «شکرستان» انتخاب شده اند.

شیوه ی گردآوری اطلاعات و ابزار پژوهش در بخش اول مصاحبه ی نیمه ساختارمند با پرسشهای باز و در بخش دوم مطالعه ی کتابخانه‌ای و اسنادی بود.

رونوشت مصاحبه‌ها، از طریق طبقه بندی و تفکیک مفاهیم و ایده‌های برآمده از آنها مورد تحلیل و مقایسه مداوم این مفاهیم قرار گرفتند تا سرفصلهای مشترک مشخص شوند. پس از هر مصاحبه، یک فرم جمع بندی مصاحبه تهیه شد تا مطالب، متغیرها و سایر نکات برآمده را که در مصاحبه‌های بعدی مطرح می‌شدند، مشخص و تفکیک نماید.

۳. گزارش یافته‌ها

آسیب‌های تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران که از طریق مصاحبه با کارشناسان و کادگذاری و مقوله بندی انجام گرفته است، به شرح ذیل می باشد.

جدول ۱- مؤلفه‌ها و شاخصه‌های وابسته به آسیب‌شناسی انیمیشن تلویزیونی در ایران

مؤلفه‌ها	شاخص
منابع مالی	تخصیص ندادن منابع کافی مالی دولتی برای تولید انیمیشن تلویزیونی
	ورشکسته بودن سازمان صدا و سیما و نبود امکان تولید با سرمایه‌های مناسب
	نبود ارزش‌گذاری مناسب مالی برای تولیدات تهیه شده در شرکت‌های خصوصی
	نبود سرمایه‌گذار خصوصی برای تولیدات خصوصی و فروش به تلویزیون
	نبود بازگشت مالی از طریق فروش در بازارهای خانگی
ارتباط صبا و بخش خصوصی	نبود مجوزهای مناسب برای تولید محصولات جانبی
	نبود ارتباط مناسب میان مدیران و تولیدکنندگان خصوصی
	نبود تأمین مالی و پرداخت‌های نامناسب به تولیدکنندگان خصوصی
	ناآشنایی مدیران با روش مناسب تولید انبوه، راهبردهای پخش و بازاریابی
	نبود برنامه‌ریزی صحیح و ارزیابی تکنیکی و اعمال نظر سلیقه‌ای
	نبود طرح و برنامه‌ی بلندمدت جامع در صبا به مثابه واحد سفارش دهنده
مدیریت و تولید در بخش خصوصی	کمبود استودیوهای توانمند و تخصصی
	برنامه‌ریزی نامناسب تولید
	نبود تیم ورک و نظام‌های منسجم و صنعتی تولید
	کمبود منابع مالی
	نبود نیروی متخصص برای هر شاخه و استفاده از یک نیرو برای چند فعالیت
نیروی انسانی و تربیت نیروی متخصص	تجهیزات و امکانات استودیویی قدیمی
	کمبود نیروی متخصص در قسمت‌های مختلف پروژه
	نبود آموزش علمی و تکنیکی صحیح متناسب با علم روز
	نبود امکانات مناسب آموزشی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی
	کمبود مراکز آموزشی انیمیشن در کشور
بازار، عرضه و تقاضا	ضعف اصول تولید در تمامی حوزه‌ها اعم از نویسندگی، کارگردانی و انیماتور
	نبود بازار متنوع و رقابتی
	انحصار سرمایه‌گذاری در مراکز محدود دولتی

نیود کانال‌های تلویزیون خصوصی در کشور	
ارتباط محدود با بازارهای جهانی و فروش محصولات	

با بررسی این شاخصه‌ها می‌توان آنها را وابسته به دو عامل کلی دانست:

۱. نظام دولتی حاکم بر تولید انیمیشن تلویزیونی
۲. ضعف دانش مدیریت تولید و اقتصاد تولیدکنندگان و تهیه کنندگان انیمیشن

جدول ۲- تقسیم بندی کلی شاخصه‌های وابسته به آسیب شناسی انیمیشن تلویزیونی

تخصیص ندادن منابع کافی مالی دولتی برای تولید انیمیشن تلویزیونی	نظام دولتی حاکم بر تولید انیمیشن تلویزیونی
ورشکسته بودن سازمان صدا و سیما و نبود امکان تولید با سرمایه‌های مناسب	
نیود ارزش‌گذاری مناسب مالی برای تولیدات تهیه شده در شرکت‌های خصوصی	
نیود آموزش علمی و تکنیکی صحیح متناسب با علم روز	
نیود امکانات مناسب آموزشی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی	
نیود مجوزهای مناسب برای تولید محصولات جانبی	
نیود ارتباط مناسب میان مدیران دولتی و تولیدکنندگان خصوصی	
نیود تأمین مالی و پرداخت‌های مناسب به تولیدکنندگان خصوصی	
کمبود مراکز آموزشی انیمیشن در کشور	
نیود برنامه‌ریزی صحیح و ارزیابی تکنیکی و اعمال نظر سلیقه‌ای	
نیود طرح و برنامه‌ی بلندمدت جامع در صبا به مثابه واحد سفارش دهنده	
نیود بازار متنوع و رقابتی	
انحصار سرمایه‌گذاری در مراکز محدود دولتی	
نیود کانال‌های تلویزیون خصوصی در کشور	ضعف دانش مدیریت مدیریت تولید و اقتصاد تولیدکنندگان و تهیه کنندگان انیمیشن
برنامه‌ریزی نامناسب تولید	
نیود سرمایه‌گذار خصوصی برای تولیدات خصوصی و فروش به تلویزیون	
نیود تیم ورک و نظام‌های منسجم و صنعتی تولید	
کمبود منابع مالی	
نیود نیروی متخصص برای هر شاخه و استفاده از یک نیرو برای چند فعالیت	
تجهیزات و امکانات استودیویی قدیمی	
کمبود نیروی متخصص در قسمت‌های مختلف پروژه	
نیود بازگشت مالی از طریق فروش در بازارهای خانگی	

ناآشنایی مدیران با روش مناسب تولید انبوه، راهبردهای پخش و بازاریابی	
کمبود استودیوهای توانمند و تخصصی	
ضعف اصول تولید در تمامی حوزه‌ها اعم از نویسندگی، کارگردانی و انیماتور	
ارتباط محدود با بازارهای جهانی و فروش محصولات	

۴. ارائه راه کارها با مطالعه موردی تهیه و تولید شکرستان و خانواده

سیمپسون

در این بخش با مطالعه تهیه و تولید یک نمونه انیمیشن موفق خارجی و یک نمونه داخلی به بیان راه کارهای ممکن برای حل آسیب‌های اقتصاد تهیه و تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران می‌پردازیم.

الف. راه کار برای نظام دولتی حاکم بر تولید انیمیشن تلویزیونی

شاید بتوان مهم‌ترین آسیب تهیه و تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران را دولتی بودن سیستم تولید و پخش آن دانست که رفع آسیب‌های دیگر وابستگی به رفع این مشکل دارد و یا رفع مشکلات دیگر می‌تواند این آسیب را برطرف سازد. استقلال شرکت‌های تولید کننده انیمیشن و عدم وابستگی آن‌ها به تلویزیون دولتی ایران می‌تواند این آسیب‌ها و مشکلات را حل کند. این استقلال از طریق ایجاد بازارهایی به غیر از صدا و سیما، تولید محصولات جانبی و کاهش هزینه‌های تولید به دست می‌آید.

اگر تولید کننده انیمیشن استقلال مالی داشته و اثری با کیفیت و استاندارد تولید نماید آنگاه در مذاکرات با سفارش دهنده می‌تواند بر حق خود اصرار کرده و در قراردادهای حقوق خود را استیفا کند.

در ۱۹۸۹، گروهی از شرکت‌های تولیدی خانواده ی سیمپسون را به سریالی نیم ساعته برای پخش در شبکه ی فاکس، تغییر دادند. خانه ی انیمیشن کلاسیکی سوپو نیز جزء این شرکت‌ها بود. بروکز خواستار اضافه کردن بندی به قرارداد با فاکس شد که مانع دخالت این شرکت در محتوای برنامه می‌شد. (Groening, 1997, p 20)

در تولید انیمیشن شکرستان هم این اتفاق صورت گرفته است. تولیدکنندگان شکرستان به دلیل حمایت حوزه هنری از استقلال مالی برخوردار بوده و اثری با کیفیت تولید کرده‌اند، آن‌ها به همین سبب در مذاکرات با سازمان توانسته‌اند تا حدی از حقوق خود به عنوان

مؤلف دفاع کرده و بسیاری از امتیازات مانند حق راییت و تولید محصولات جانبی را بگیرند.

انیمیشن تلویزیونی در ایران به صدا و سیما وابستگی کامل دارد و این ارگان دولتی تنها مشتری انیمیشن تلویزیونی می‌باشد. به همین دلیل بعد از تحریم‌های به وجود آمده بر علیه ایران و کاهش درآمدهای دولت، صدا و سیما دچار کمبود بودجه گردید و به همین علت درخواست برای تولید انیمیشن کاهش یافت و همین امر باعث ورشکستگی بسیاری از شرکت‌های تولید انیمیشن گردید. از این رو برای برون رفت از این بحران باید به دنبال بازارهایی جدا از صدا و سیما برای انیمیشن تلویزیونی گشت. شرکت‌های تولید کننده انیمیشن تلویزیونی باید طوری برنامه‌ریزی کنند که اثر آن‌ها هم قابلیت تبدیل شدن به نسخه سینمایی و هم مناسب برای عرضه به کشورهای دیگر باشند.

اوایل سال ۲۰۰۶ بود که زمزمه‌ی ساختن فیلمی سینمایی بر اساس سریال انیمیشن «خانواده‌ی سیمپسون» بر سر زبان‌ها افتاد؛ سریالی که به عنوان دیرپاترین سریال انیمیشن شناخته شده است. سرانجام، فیلمی سینمایی با عنوان «فیلم سیمپسون‌ها» بر اساس فیلمنامه‌ای که تعدادی از نویسندگان سریال «خانواده‌ی سیمپسون» نوشته بودند و توسط دیوید سیلورمن، تهیه‌کننده‌ی سریال ساخته شد.

برنامه به بسیاری زبان‌های دیگر مانند، ژاپنی، آلمانی، اسپانیایی و پرتغالی دوبله شده است. هم‌چنین یکی از محدود برنامه‌هایی است که هم به زبان فرانسه‌ی استاندارد و هم فرانسه‌ای که در کبک، کانادا صحبت می‌شود، دوبله شده است. هم‌چنین؛

خانواده‌ی سیمپسون به زبان عربی نیز پخش شده، البته بنا به برخی موازین اسلامی، زوایای بی‌شماری از سریال تغییر کرده است. برای مثال، هومر به جای مشروبات الکلی، سودا می‌نوشد و یا جای هات‌داگ، سوسیس گوساله‌ی مصری می‌خورد. به دلیل این قبیل تغییرات، نسخه‌ی عربی شده سریال، واکنش‌های منفی طرفداران جدی برنامه در منطقه را، در پی داشته است (Turner, 2004, p 323).

پخش مجموعه شکرستان از اردیبهشت ماه سال ۱۳۹۲ در شبکه‌ی سینمای خانگی آغاز شد. هرچند پیش از آن در آبان ۱۳۹۰ اعلام شده بود که این مجموعه در سینمای خانگی هم توزیع می‌گردد.

«پس از استقبال مخاطبان از مجموعه ی تلویزیونی «شکرستان»، مقرر شد برای کسانی که علاقه مند به تماشای مجدد این برنامه هستند یا امکان دیدن آن را در ایام نوروز نداشته‌اند، نسخه ی ویدئویی آن وارد بازار شود» (رضایی، ۱۳۹۰، ص ۵).

به منظور ارائه به بازار بین‌المللی، مجموعه ی انیمیشن «شکرستان» به زبان عربی دوبله شده است. تلاش ما این بوده تا دوبله مجموعه شبیه به نسخه ی فارسی باشد، به همین دلیل موسیقی تیتراژ هم به عربی ترجمه شده و شعر آن روی موسیقی خوانده می‌شود. به نظر من طنزی که در این مجموعه موجب خنده ی مخاطب می‌شود، برای سایر کشورها نیز جذاب است، اما بسیاری از کمدها فاقد چنین خصلتی هستند، به همین دلیل قابلیت صدور به کشورهای دیگر را ندارند؛ اما «شکرستان» ضمن حفظ ریشه ی ایرانی خود، برای عرب‌ها هم جالب و خنده‌دار خواهد بود. ضمن این که کشورهای اروپایی این انیمیشن را برای نمایش و اکران در سینماهای اصلی شان خریداری کرده‌اند و چهار قسمت از این مجموعه به صورت یک نسخه ی سینمایی در فرانسه اکران شده است. این موضوع نشان می‌دهد که خارجی‌ها با داستان‌های ایرانی و شخصیت‌های آن‌ها همراه شده‌اند؛ بنابراین می‌توان مجموعه‌ای مانند «شکرستان» را در کشورهای دیگر هم به نمایش گذاشت و امیدوار بود که انیمیشن ایران نیز به زودی جایگاه جهانی خود را پیدا کند. هم‌چنین «شکرستان» سال (۱۳۹۰) در بازار جشنواره ی فیلم کن حضور پیدا می‌کند و برای این مجموعه در کن غرفه‌ای بسیار شکیل آماده شده است (رضایی، ۱۳۹۰، ص ۵).

ب. راه کارها برای ضعف دانش مدیریت تولید و اقتصاد تولیدکنندگان و تهیه کنندگان انیمیشن

یکی از مشکلات اساسی در تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران نداشتن ساختار و نظام تولید است که باعث افزایش زمان تولید و بالطبع افزایش هزینه و اتلاف سرمایه می‌شود. یکی از راه کارهایی که این پژوهش برای رفع این مشکل به آن رسیده است الگوبرداری از نظام و ساختار تولید شرکت‌های موفق تولیدکننده ی انیمیشن در دنیا و تغییر و بومی سازی آن مطابق با شرایط تولید در کشورمان می‌باشد.

انیمیشن شکرستان دومین تولید مرکز تازه تأسیس انیمیشن حوزه ی هنری بود و با آغاز کار این مرکز تیم تولید این انیمیشن هم گرد هم جمع شدند و این کار انجام شد. در تولید این مجموعه ی تلویزیونی از نمونه‌های خارجی الگوبرداری شده است و همین به موفقیت کار کمک کرده است: «ما در آغاز الگوری تولیدی «سیمپسون‌ها» مد

نظرمان بود. البته آن سریال به لحاظ محتوا و فرم خیلی متفاوت بود ولی ما تلاش کردیم که از آن الگو پیروی کنیم (صفوی، ۱۳۹۰).

در پژوهش‌هایی که انجام دادیم، دیدیم مدیریت گروه نداریم و نمی‌توانیم بچه‌ها را کنار هم جمع کنیم و پایپ لاین هم نداریم. در ایران خط تولید به مفهوم صنعتی کلمه نداریم. این جا بود که مرکز انیمیشن هدف اصلی‌اش را اینجا گذاشت که خط تولید چه در سینما و چه در سریال یا مجموعه با زمان‌بندی دقیق و نیروی انسانی طراحی کند. اگر یک زمانی از من پرسند که تفاوت انیمیشنی که در مرکز انیمیشن حوزه ی هنری ساخته می‌شود با دیگر انیمیشن‌ها چیست؟ می‌گویم در حوزه ی هنری صنعتی دیدن ماجرا و خط تولید متصور شدن برای انیمیشن اتفاق افتاد. اتفاقی که در «شکرستان» افتاد این بود که پایپ لاین در مجموعه‌سازی طراحی کردیم. (صفوی، ۱۳۹۰).

تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران به دلیل آن که شکل صنعتی به خود نگرفته، هزینه ی بالایی دارد و چون تنها خریدار آن صدا و سیماست، بودجه‌ای مناسب با آن در نظر گرفته نمی‌شود. بهترین راه حل برای این مشکل کاهش هزینه‌های تولید با استفاده از تکنیک‌های مختلف و افزایش درآمد از طریق تولید محصولات جانبی است.
صفوی تهیه کننده شکرستان می‌گوید:

در بخش سخت افزاری و تکنیکی هم چند دنیای انیمیشنی را با هم ترکیب کردیم؛ دنیای تصویرسازی و گرافیک را با دنیای سه بعدی تلفیق کردیم و از کات اوت و نقاشی دوبعدی هم بهره گرفتیم. تقریباً مشکلی در زمینه ی سخت افزار و امکانات نداشتیم، از همان امکانات موجود استفاده نموده و سعی کردیم ایده‌ها را در قالب قابلیت‌های فنی موجود تعریف کنیم (رضایی، ۱۳۹۰، ص ۵).

در یک محصول فرهنگی مانند محصولات اقتصادی باید یک پکیج در نظر گرفت. سؤال این است که چرا هزینه ی تولید شکر در ایران از هزینه ی خرید آن بیش تر می‌شود. به دلیل این که در مزرعه ی نیشکر فرآیند این است که قصد دارند از علوفه‌ای که گاوها می‌خورند یک اسیدی تولید کنند. در اصل می‌خواهند آن اسید را تولید کنند و محصول جانبی آن شکر است. در حقیقت به شکل یک پکیج به ماجرا نگاه می‌شود. حالا از این پکیج یکی سود کمتری می‌کند، یکی ضرر می‌کند و یکی خیلی سود می‌کند؛ و این تراز یک شرکت در آخر سال می‌شود. به همین دلیل در «شکرستان» بازار جانبی در نظر گرفته

می‌شود. سیستمی که کارها را شکل داد به همه‌ی امور فنی و تکنیکی فکر کرد اما مسئله‌ی برندینگ هم بسیار اهمیت داشت: (ارتباط شخصی، ۲ دی ۱۳۹۳).

مدیریت زمان برای کاهش هزینه بسیار مهم است. اگر زمان بندی درست نباشد، خطا در پیش تولید و نداشتن تصمیم در پیش تولید، همه‌ی این‌ها هزینه را بالا می‌برد. اگر پیش تولید و استوری برد درست باشد، در بخش انیمیت سرعت بالاتر است. پیش تولید را باید قوی کرد هر چند در بعضی از موارد پیش تولید هنگام تولید انجام می‌شود اما این همیشگی نیست. دیدگاه فوق صفوی را تشویق کرده که در مرحله‌ی پیش تولید با پژوهش‌های اصولی به کاهش هزینه‌ها کمک کند:

به همین دلیل مرکز مطالعات درست کردیم چون روی سیستم پژوهش کردیم که بینم هر کجا چه چیزی می‌خواهد. حتی کاراکترها را در دبستان‌ها می‌بردند، قصه را نشان می‌دادند و برای بچه‌ها تعریف می‌کردند. برای این که آزمون و خطا می‌کردند که آیا کودک می‌پسندد و یا خیر. پژوهش کاری است مانند پیش تولید.

استودیوهای آمریکایی و بین‌المللی متعددی، مجموعه سیمپسون‌ها را انیمیت می‌کنند. در زمان پخش سریال به صورت بخش‌های کوتاه در برنامه‌ی «تریسی یولمن»، کار به شکل داخلی و در استودیوی «کلکسی سوپو» تهیه می‌شد. با آغاز پخش جدی سریال، به دلیل حجم بالای کاری، فاکس با استودیوهای متعددی در کره‌ی جنوبی قرارداد بست. (Groening, 2014, p 56).

کارشناسان آمریکایی، در دهه‌ی هشتاد، برنامه‌های انیمیشن را تنها برای کودکان مناسب می‌دانستند و هزینه‌ی تولید یک برنامه‌ی انیمیشن، با کیفیتی که قابلیت پخش در ساعات پربیننده‌ی تلویزیون را داشته باشد، بسیار زیاد بود. «خانواده‌ی سیمپسون» این طرز فکر را تغییر داد:

استفاده از استودیوهای کره‌ای برای طراحی پزهای میانی، رنگ آمیزی و فیلمبرداری، هزینه‌ی تولید را پایین آورد. موفقیت سریال و هزینه‌های پایین‌تر تولید، شبکه‌های تلویزیونی آمریکایی را ترغیب کرد تا شانس خود را روی دیگر سریال‌های انیمیشن امتحان کنند (Groening, 1997, p 35).

یکی از راه‌های فروش تولیدات انیمیشن به بازارهای خارجی استفاده از کارگزار برای انجام این معاملات می‌باشد که واسطه‌ای بین تولیدکننده‌ی داخلی و خریدار خارجی است.

صفوی درباره ی راه حل برای فروش انیمیشن در بازارهای خارجی می گوید:

همین طور که در تولید، پایپ لاین آن‌ها به درد ما نمی‌خورد، در عرضه نیز روش آن‌ها به درد ما نمی‌خورد چون آن‌ها امکانات بسیاری دارند که ما نداریم. ولی گرفتن پارتنر و کارگزار از سوی دیگر یکی از روش‌های مناسب است چون او بازار را در دست دارد و می‌تواند با آن کار کند. چون پول و سرمایه محدود است و کسی که ما را شناسد نمی‌تواند با ما کار کند اما وقتی ما کارگزاری داشته باشیم که سرمایه‌گذار او را بشناسد به تبعیت از او ما را خواهد شناخت؛ مانند همه ی روابط تجاری و بازاری. الان زمان پیدا کردن بازارهای جدید است و تولید کارهای با کیفیت بسیار بالاست که در حال تولید شدن هستند. الان زمان پیدا کردن شریک از آن سوی آب‌هاست (صفوی، ارتباط شخصی، ۲ دی ۱۳۹۳).

همچنین راه حل دیگر برای فروش تولیدات انیمیشن داخلی با وجود تحریم‌ها عرضه آن به کشورهای است که با آن‌ها از نظر معاملات اقتصادی مشکلی نداریم مانند کشورهای همسایه با ایران و کشورهای عربی.

تولیدکنندگان هردو انیمیشن مورد مطالعه در این پژوهش برای ساخت و تولید محصولات جانبی اهمیت ویژه‌ای قائل بوده‌اند و در این راه به موفقیت‌های زیادی دست یافتند.

پس از استقبالی که از مجموعه ی شکرستان شد عروسک‌هایی به شکل شخصیت‌های این مجموعه با حمایت سازمان تبلیغات اسلامی و به همت مرکز نشر الکترونیک و با همکاری مرکز انیمیشن حوزه هنری، توسط دو شرکت «آیس تویز»^۱ و «پالیز» ساخته و در بازار ایران به فروش رفت؛ این عروسک‌ها هم مورد استقبال قرار گرفتند و بیش‌ترین استقبال از عروسک‌های ننه قمر و اسکندر صورت گرفت. هم‌چنین در سال ۱۳۹۰ خبرهایی از تولید یک بازی رایانه‌ای بر اساس مجموعه شکرستان منتشر شد.

صفوی در خصوص سیاست‌هایی برای طراحی بازارهای جانبی انیمیشن «شکرستان» می گوید:

انیمیشن در ایران تولیدات جانبی ندارد ما این همه محصول انیمیشن در ایران داریم اما هرگز به تولیدات جانبی حتی کتاب آن هم فکر نکرده‌ایم. مثلاً لوازم التحریر و اسباب بازی. در «شکرستان» عروسک‌ها، لوازم التحریر و... ساخته شد. شهربازی‌هایی هم قرار است طراحی شود. این شهربازی کاراکتر و قصه می‌خواهند. باید از یک سریال و

مجموعه‌ای شروع می‌شد و این اهداف از ابتدا در «شکرستان» طراحی شده بود (صفوی، ۱۳۹۰).

صفوی در مورد گرفتن مجوز برای تولید محصولات جانبی می‌گوید:

شکرستان ظرفیت‌های صنعت سرگرمی ناشناخته را بررسی کرد. بعد از شکرستان «کلاه قرمزی» و «مدرسه ی موش‌ها» به صنایع جانبی روی آوردند. درست است که سازمان صدا و سیما در زمینه ی صنایع جانبی مجوزهایی نمی‌داد اما ما موفق شدیم که این مجوزها را از آن بگیریم. در حقیقت کسی پیش از ما فکر نکرده بود که از سازمان حقهش را برای صنایع جانبی بگیرد. بعد از ما تصمیم گرفتند که حق و حقوقشان را بگیرند (صفوی، ارتباط شخصی، ۲ دی ۱۳۹۳).

تعداد بی‌شماری کتاب‌های مصور مربوط به خانواده ی سیمپسون طی سال‌های گذشته منتشر شده‌اند. نخستین کتاب مصور بر اساس خانواده ی سیمپسون در سال ۱۹۹۱ در مجله ی سیمپسون‌های مصور پدیدار شد.

در سال ۲۰۰۷ رسماً اعلام شد که «جاده ی خانواده ی سیمپسون» (The Simpsons Ride) در استودیوهای یونیورسال اورلاندو و هالیوود، اجرا خواهد شد و این پارک تفریحی در ۱۵ و ۱۹ می ۲۰۰۸ در فلوریدا و هالیوود گشایش یافت که شامل ۲۴ شخصیت سریال «خانواده ی سیمپسون» و هم‌چنین صدای صدای پیشگامان اصلی به همراه «پاملا هیدن» (Pamela Hayden)، «راسی تیلور» (Russi Taylor) و «کلسی گرامر» (Kelsey Grammer) می‌شود.

بازی‌های بی‌شماری بر اساس سریال تولید شده‌اند. یکی از نخستین بازی‌ها «خانواده ی سیمپسون: بارت علیه جهش‌های فضایی» (The Simpsons: Bart vs. the Space Mutants) بود که در سال ۱۹۹۱ تولید شد. هم‌چنین نمونه‌های جدیدتر مانند: «خانواده ی سیمپسون: خشم جاده» (The Simpsons: Road Rage) (۲۰۰۱)، «خانواده ی سیمپسون: بزن و در رو» (The Simpsons: Hit & Run) (۲۰۰۳) و «بازی خانواده ی سیمپسون» (The Simpsons Game) (۲۰۰۷) بودند. شرکت «الکترونیک آرتز» (Electronic Arts) که بازی‌ها را تولید می‌کند، از سال ۲۰۰۵ تا کنون، صاحب حقوق ساخت بازی بر اساس سریال است.

محبوبیت «خانواده ی سیمپسون» آن را تبدیل به صنعت بلیون دلاری «تولید محصولات جانبی» (Merchandising) کرده است. عنوان خانوادگی و شخصیت‌ها بر همه‌چیز، از تی‌شرت تا پوستر ظاهر می‌شوند. «خانواده ی سیمپسون» به‌عنوان تم بسیاری از

بازی‌های معروف فکری مانند «کلو» (Clue) «اسکرابل» (Scrabble)، «مونوپولی» (Monopoly) و «بازی زندگی» (The Game of Life) استفاده شده‌اند. بسیاری از قسمت‌های سریال به صورت دی‌وی‌دی و نوار ویدئو (وی اچ اس) طی سال‌های گذشته روانه بازار شده است. وقتی دی‌وی‌دی فصل نخست در سال ۲۰۰۱ منتشر شد، به سرعت تبدیل به پرفروش‌ترین دی‌وی‌دی تلویزیونی تاریخ شد. هم‌چنین «در سال ۲۰۰۳ نزدیک به ۵۰۰ شرکت در سراسر جهان، مجوز استفاده از شخصیت‌های «خانواده ی سیمپسون» در تبلیغاتشان را دریافت کردند.» (Wikipedia)

یکی از راه‌کارها برای جبران کمبود نیروهای متخصص، انجام بخش‌های مختلف تولید به صورت گروهی است. از این طریق توانایی افراد باهم ترکیب شده و نقاط ضعف آن‌ها از این طریق از بین می‌رود.

تهیه‌کننده ی مجموعه، اهمیت دادن به کار گروهی را از دلایل موفقیت در امر تولید می‌داند:

این انیمیشن تلاش جمعی یک گروه جوان اما حرفه‌ای است. در واقع در کنار انیماتورهای حرفه‌ای تعداد بالای از بهترین‌های هر رشته هنری چون نویسنده، طنزنویس، طراح شخصیت و طراح فضا و... جمع بزرگی در تولید و تولد انیمیشن شکرستان حضور داشتند. یکی از ویژگی‌های خوب یک همکاری تیمی موفق این بود که از روز اول هر یک از اعضای گروه ساز خودش را نزد، یعنی این‌گونه نبود که یک نفر قصه بنویسد، دیگری استوری برد بکشد و یا یکی دیگر شخصیت‌پردازی کند، بلکه یک جمع حرفه‌ای در هر رشته‌ای که می‌توانست به ما کمک کند دورهم نشستیم و یک کار تولیدی انجام دادیم. حتی نام‌گذاری عنوان «شکرستان» تصمیم جمعی گروه بود و شاید حاصل این همکاری همان پدیده‌ای است که سایرین آن را به جان‌بخشی تعبیرش می‌کنند (صفوی، ۱۳۹۱).

در مورد انیمیشن «خانواده ی سیمپسون» هم همین روش انجام گرفته است.

نخستین گروه نویسندگان به سرپرستی سم سیمون (Sam Simon)، متشکل از جان سوآرتزولدر (John Swartzwelder)، جون ویتی (Jon Vitti)، جورج می‌یر (George Meyer)، جف مارتین (Jeff Martin)، آل ژان (Al Jean)، مایک ریسی (Mike Reiss)، جی کُگن (Jay Kogen) و والس ولودارسکی (Wallace Wolodarsky) بود. گروه‌های جدیدتر

نگارش سریال، معمولاً از شانزده نفر تشکیل شده که در آغاز هر دسامبر، ایده‌های هر قسمت را مطرح می‌کنند. نویسنده اصلی هر قسمت، طرح نخستین را می‌نویسد. سپس گروه نویسندگان در جلسات بازبینی، با حذف و اضافه‌ی شوخی‌ها و دعوت از صدایشگان برای بازخوانی صحنه‌ها، نسخه‌ی نهایی را تنظیم می‌کنند (Tucker, 1993, p 48).

راه‌حل دیگر برای مشکل کمبود نیروهای متخصص، آموزش به نیروهای موردنیاز است. صفوی در این باره می‌گوید:

ما روی پژوهش و آموزش کار می‌کردیم. ما نیروی تحصیل‌کرده را در کلاس‌های پیشرفته می‌فرستادیم. ما سرمایه‌گذاری روی آموزش و پژوهش انجام دادیم چون هزینه را بی‌اندازه پایین می‌برد. کشف بازار را توسط نیروی پژوهش انجام می‌دادیم. ما هیچ‌وقت آموزش از صفر نداشتیم. نیروهای تحصیل‌کرده‌ای را داشتیم که آن‌ها را به سطح بالاتر در کلاس‌های مستر خود حرفه‌ای‌تر می‌کردیم (صفوی، ارتباط شخصی، ۲ دی ۱۳۹۳).

۵. نتیجه‌گیری

در این پژوهش اقتصاد تهیه و تولید انیمیشن تلویزیونی در ایران مورد مطالعه قرار گرفت. به این ترتیب آسیب‌های موجود در بخش اقتصاد انیمیشن تلویزیونی در ایران از طریق مصاحبه عمیق با دست‌اندرکاران این صنعت بیان شد. بر اساس نتایج به دست آمده از این مصاحبه‌ها مهم‌ترین آسیب اقتصاد انیمیشن تلویزیونی در ایران دولتی بودن سیستم تولید و پخش بیان شد که خود باعث پدیدار شدن آسیب‌های دیگر در این حوزه شده است. دولتی بودن پخش انیمیشن تلویزیونی باعث شده که تولیدکنندگان استقلال خود را از دست داده و وابستگی کامل به رسانه‌ی ملی داشته باشند. به این ترتیب تنها منبع درآمد انیمیشن تلویزیونی تنها همان پولی است که صدا و سیما برای پر کردن زمان آنتن خود به تولیدکنندگان می‌پردازد که آن‌هم از بودجه کشور تأمین می‌شود. با کاهش درآمدهای کشور به دلیل تحریم‌ها، صداوسیما دچار کمبود بودجه شده در نتیجه هم تولید انیمیشن تلویزیونی کاهش پیدا کرده و هم تولیدکنندگانی که با صداوسیما قرارداد داشتند در دریافت‌های مالی خود دچار مشکل شدند. همین دو عامل باعث ورشکستگی و یا در آستانه ورشکستگی قرار گرفتن اکثر شرکت‌های تولید انیمیشن در ایران شده است. آسیب اصلی دیگر نبود

دانش مدیریت تولید و اقتصاد تولیدکنندگان و تهیه‌کنندگان انیمیشن است. از این‌رو با مطالعه تولید دو انیمیشن موفق ایرانی و خارجی راه‌کارهای مقابله با آسیب‌های مطرح‌شده بیان گردید.

تولید محصولات جانبی، تولید نسخه برای پخش در سینمای خانگی و طراحی و تولید انیمیشن به‌گونه‌ای که قابلیت فروش به کشورهای بی‌جز ایران را داشته باشد به عنوان راه‌حل‌های نبود بازارهایی جز صداوسیما بیان گردید. کاهش هزینه‌های تولید از طریق تکنیک‌های مختلف و صنعتی کردن تولید انیمیشن راه‌حلی برای نبود توازن میان بودجه و هزینه‌ی تولید است. تولیدکنندگان انیمیشن در ابتدا باید استقلال مالی خود را به دست آورند و با تولید محصولات باکیفیت و استاندارد در مذاکرات با صدا سیما برای گرفتن حقوق خود و مجوزهای لازم برای تولید محصولات جانبی پافشاری کنند. راه‌کار به‌دست‌آمده برای کمبود نیروهای متخصص ایجاد بخش آموزش در مراکز تولید انیمیشن برای ارتقای سطح علمی و عملی نیروها و انجام قسمت‌های مختلف تولید به‌صورت کار گروهی است. تولیدکنندگان ما باید با استفاده از تولیدکنندگان موفق انیمیشن دنیا و با در نظر گرفتن شرایط خاص و بومی کشور ساختار تولید مناسب را برنامه‌ریزی و اجرا کنند.

۶. پیشنهادها

بخشی از پیشنهادهایی که در جهت ارتقای انیمیشن تلویزیونی ایران به ذهن متبادر می‌شود و به آسیب‌شناسی انیمیشن ایران در بخش تهیه و تولید مرتبط است، در سطح سیاست‌های کلان کشوری است که پژوهشگر امیدوار است با تکرار این مطالب و انتقال آن به مسئولین، گامی در جهت ارتقای این فرآیند برداشته شود. این پیشنهادها در قالب سه بند ۱-۳ ارائه می‌شوند.

- حمایت مالی از تولید داخلی با رویکرد اهمیت دادن به مقوله‌ی انیمیشن تلویزیونی
- حمایت معنوی از حقوق مؤلف در جهت ارائه‌ی اثر به بازارهای خارجی
- حمایت از بازار جانبی انیمیشن نظیر کتاب، عروسک‌ها، لوازم‌التحریر، ساخت بازی و ...
- تربیت نیروی متخصص در بخش‌های متفاوت تولید

- بورسیه کردن دانشجویها در شرکتهای خصوصی تولیدی و انجام کارآموزی به جهت هماهنگی آموزش و صنعت
- تقویت بازار خصوصی و ایجاد شبکههای خصوصی انیمیشن در رقابت
- آشنایی بیش تر با سیستم تولید انیمیشن صنعتی در دنیا و سامانند کردن استودیوهای انیمیشن کشور
- اهمیت بیش تر به بخش پیش تولید به عنوان مرحله ای بسیار مهم که سبب کاهش هزینه ها در بخش تولید می شود. مرحله ی پیش تولید می تواند شامل ایده و متن و هم چنین پژوهش باشد.

۷. دشواری های تحقیق

در این پژوهش با رویکرد مطالعه بر شیوه ی تولید معاصر در انیمیشن تلویزیونی برای دشواری های دستیابی آسان به منابع مکتوب خارجی در بخش مطالعه روی «خانواده ی سیمپسون» مواجه بود. از این جهت که به دلیل تحریم ها امکان خریداری کتاب های انگلیسی به سادگی فراهم نبود و تنها بخش اندکی از دریای بیکران منابعی که در خصوص «خانواده ی سیمپسون» نگاشته شده است، به دست نگارنده رسید.

علاوه بر این مشکلات زیادی در جهت یافتن راه های ارتباطی با تولیدکنندگان آن سریال و مصاحبه با ایشان وجود داشت که در نهایت به بن بست رسید و امکان برقراری ارتباط با گروه تولید انیمیشن «خانواده ی سیمپسون ها» میسر نشد و پژوهشگر ناگزیر به بررسی منابع مکتوب در این خصوص بسنده کرد.

هم چنین در بخش انیمیشن تلویزیونی ایرانی، نبود منابع مکتوب به جهت پژوهش به دلیل تازگی موضوع و کمبود پژوهش های انجام شده، به چشم می خورد. از این روی پژوهشگر نیاز به انجام مصاحبه هایی با مدیران و کارشناسان متخصص در این حوزه داشت که این امر نیز به سادگی میسر نبود.

پیوست

مشارکت کنندگان در بخش اول پژوهش (آسیب شناسی اقتصاد انیمیشن)

سمت	نام	
رئیس اسبق مرکز صبا	آقای حسین ساری	۱
مدیر تولید اسبق مرکز صبا	آقای اسماعیل شرعی	۲
کارمند و کارگردان در مرکز صبا	خانم نگین طاهری	۳
رئیس شرکت حور. از تولید کنندگان مطرح انیمیشن تلویزیونی که دچار مشکلات اقتصادی تولید هستند.	آقای شهاب کسرابی	۴
رئیس شرکت پویا رسانه سبز. از تولید کنندگان انیمیشن تلویزیونی که به علت مشکلات اقتصادی تولید قادر به ادامه فعالیت نیستند.	آقای شهرام حاجی میرصادقی	۵
رئیس مرکز مطالعات و تولید انیمیشن حوزه هنری. از تولید کنندگان موفق انیمیشن تلویزیونی.	آقای مسعود صفوی	۶

کتابنامه

- رضایی، لیلی (۱۳۹۰). «انیمیشن شکرستان چرا موفق شد؟» (گفتگو با مسعود صفوی) در: روزنامه رسالت. ش ۷۳۱۵، بیست و هشتم تیر، ص ۵.
- صفوی، مسعود (۱۳۹۰). «شکرستان نماینده‌ی فرهنگ ایرانی است» در: وبسایت سوره سینما. ۸ خرداد، تاریخ بازیابی: ۱۳ آذر ۱۳۹۳.
- <http://old.sourehcinema.ir/articleview.php?cat=۱&id=۱۱۵۴۷۷>
- صفوی، مسعود (۱۳۹۱). «اهالی «شکرستان» شناسنامه دارند/ یک انیمیشن کاملاً ایرانی» (گفتگو با مسعود صفوی) در: خبرگزاری مهر. ۰۷ فروردین، تاریخ بازیابی: ۱۳ آذر ۱۳۹۳.
- <http://www.mehnews.com/news/۱۵۵۷۵۷۴/>
- گلپایگانی، علیرضا (۱۳۸۸). انیمیشن ملی. مجموعه مقالات همایش ملی انیمیشن ایران، تهران: انتشارات دانشگاه صدا و سیما.
- ویندر، کترین، دولت‌آبادی، زهرا (۱۳۹۰). تولید انیمیشن. (ترجمه: ناصر گل محمدی). تهران: دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

- Groening, Matt (1997). *The Simpsons: A Complete Guide to Our Favorite Family*. (Richmond, Ray & Coffman, Antonia: editors.) New York: HarperPerennial.
- Groening, Matt (2014). *The Simpsons Family History*. California: Harry N. Abrams.
- Tucker, Ken (1993). "Toon Terrific", in: *Entertainment Weekly*. p. 48(3). No 3, 12th March.
- Turner, Chris (2004). *Planet Simpson: How a Cartoon Masterpiece Documented an Era and Defined a Generation*. Toronto: Random House Canada.