

بررسی و تحلیل بازار تولید هنر - صنعت انیمیشن در ایران و موانع توسعه آن (براساس مدل سوات)

محمدعلی صفورا^{۱*}، زهرا عرب^{۲**}

۱- استادیار، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس

۲- کارشناسی ارشد پژوهش هنر

(تاریخ دریافت مقاله: ۹۴/۸/۵، تاریخ پذیرش نهایی: ۹۴/۱۲/۲۵)

چکیده:

انیمیشن به عنوان هنر-صنعت، یکی از دریچه های مهم برقراری ارتباط با دنیای معاصر و منظری برای نمایش هنر و فرهنگ ملی هر کشور است. هنری که بی شک نیازمند دیده شدن از منظر صنعت است؛ انیمیشن ایران به دلیل عوامل مختلفی نتوانسته است به یک تولید صنعتی منتهی گردد و ایران از ظرفیت های وجودی این رسانه ی قدرتمند در بخش انیمیشن صنعتی، بسیار کم بهره مانده است. هدف از این پژوهش بررسی و تحلیل بازار تولید هنر-صنعت انیمیشن در ایران و موانع توسعه آن است؛ این هدف با استفاده از مدل مدیریتی سوات محقق خواهد شد تا با مطالعه ی قوت ها و ضعف ها، فرصت ها و تهدیدها به بیان عوامل عدم توسعه انیمیشن در ایران پرداخته شود، با این هدف، جامعه ی آماری در نظر گرفته شده و پرسش نامه های بین متخصصان انیمیشن مطرح گردید؛ سوال اصلی پژوهش این است که، اصلی ترین آسیب های موجود در جامعه آماری کدامند و چگونه می توان آن ها را مرتفع ساخت؟

روش تحقیق بکارگرفته شده در این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ جمع آوری اطلاعات، توصیفی پیمایشی است. براساس نتایج این پژوهش بالاترین رتبه در بُعد تهدیدات خارجی مربوط به آسیب عدم حمایت دولت و تخصیص اعتبار است و بالاترین رتبه در بُعد نقاط ضعف داخلی مربوط به عدم مدیریت واحد، بر تولید انیمیشن است.

واژه های کلیدی:

انیمیشن، تولید انیمیشن صنعتی، ایران، مدل سوات.

مقدمه:

هدف تمامی کشورهای در حال توسعه دستیابی به اشتغال، رفاه اجتماعی و توسعه پایدار به منظور برطرف کردن فقر، بیکاری و سعادت انسانی آن جوامع است؛ از این رو دولت‌ها با توجه به شرایط زمانی و مکانی موجود، نظریات و الگوهای مختلفی از رشد و توسعه را در دستور کار خود قرار می‌دهند. در این راستا الگوی کارایی و گسترش تولید انیمیشن از جمله الگوهای مورد استفاده این کشورها در زمینه سازی برای ایجاد اشتغال و جهت گیری در مسیر توسعه پایدار محسوب می‌شود. شرکت‌های تولید انیمیشن از آغاز پیدایش خود در اواسط قرن نوزدهم تاکنون، مسیر پر فراز و نشیبی را گذرانده و توانسته‌اند با تکیه بر اصول عدالت جویی و مردم‌سالاری، نظر عموم مردم را به خود جلب نمایند و امروزه نقش سازنده انیمیشن در عرصه‌های اقتصادی اجتماعی، به خصوص در جوامعی که در این زمینه دارای تشکیلات منسجم تری هستند، بیش از پیش احساس می‌شود. صاحب‌نظران کشورهای در حال توسعه نیز گسترش و نهادینه کردن فرهنگ ساخت انیمیشن را در باورهای اقلشار گوناگون جامعه به شکلی جدی مورد توجه و مطالعه قرار داده‌اند.

با توجه به تحولات هزاره سوم میلادی، مدیریت مؤسسات انیمیشنی باید براساس تفکرات توسعه پایدار، با ایجاد نوآوری و ابتکاراتی جدید در زمینه توسعه فعالیت‌های بازرگانی، تنوع محصولات، جذب مشتری، درآمدزایی، جذب و افزایش درآمدها و تصمیم‌گیری سریع و بموقع، شیوه و الگوی مدیریت سنتی خود را به سوی مدیریت نوین متحول سازند، (Crop Robert, 2005) با وجود عرایض فوق و صرف نظر از اطلاق صنعت یا سنت به سیستم‌های فعال و موجود در انیمیشن ایران، تولید کنونی و رو به توسعه‌ی این حرفه قابل اغماض نیست. بدیهی است که برای حضور در عرصه‌ی صنعتی شدن، استفاده از الگوهای توسعه یافته، برنامه ریزی مدون و سیستم‌پذیری ضروری است (اشتغال‌زایی در صنعت انیمیشن). با توجه به توفیق اندک در صادرات و از آن ناگوارتر، ناتوانی در تامین نیاز داخلی، می‌توان گفت بخش مهمی از این نقصان، حاصل بی‌توجهی به مسائل مالی و نیز بازار عرضه و تقاضا در روند تولید آثار انیمیشنی است (لنگرودی و صفورا، ۱۳۹۲: ۱۶۹).

صنعت انیمیشن به عنوان یکی از زیر مجموعه‌های کلان صنعت سینما، بی‌شک از مهم‌ترین و سودآورترین صنایع هنری شناخته می‌شود. با پیشرفت فناوری و مصنوعات دست بشر و ورود به دنیای دیجیتال، چنان

چشم‌اندازی فرا روی این هنر صنعت قرار گرفته است که نمی‌توان هیچ حد و مرزی برای آن در نظر گرفت. البته باید توجه داشت که از تولید انبوه سرگرمی، بدون پشتوانه قدرتمندی از هنرمندان چیره‌دست و اندیشمند، آثار پرطرفدار و سودآور حاصل نمی‌شود؛ از آن سو نیز، هنرانیمیشن بدون بستر صنعتی مناسب، به تولید گاه و بی‌گاه آثار هنری منحصر خواهد شد و هیچ‌گاه در حد هنر-صنعتی قدرتمند، سودآور و تاثیرگذار نخواهد شد (عابدی، ۱۳۸۱: ۱۳۰).

روش تحقیق:

روش تحقیق بکارگرفته شده در این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ جمع‌آوری اطلاعات توصیفی-پیمایشی است که بدین منظور به توصیف و تحلیل متغیرهای آماری تحقیق پرداخته شده است.

پیشینه تحقیق:

پژوهش در اغلب حوزه‌های انیمیشن محدود و ناکارآمد است؛ کتاب‌های موجود بیشتر آموزشی هستند تا آثاری پژوهشی و دربردارنده‌ی نکات کاربردی در جهت ارتقاء وجه صنعتی انیمیشن ایران، البته در این میان منابع قابل توجهی در ساختار تحلیلی و تدبیری موجود است که از آنها به عنوان پیشینه استفاده شده است. در پژوهشی با عنوان مدیریت سنتی؛ محدودیت‌ها و فرصت‌ها، به این نتیجه رسیده است که هر چند ایران توانسته در زمینه‌ی تولید مواد به خودکفایی دست یابد، اما در تولید انیمیشن هنوز یک مصرف‌کننده صرف هست (فهیم، ۱۳۸۸: ۱۳۰)، همچنین گلپایگانی، در مقاله‌ای با عنوان انیمیشن ملی تنها راه پیشنهادی جهت موجودیت یافتن و توسعه انیمیشن ملی را تمرکز بر بازار جهانی می‌داند و بر این باور است که برقراری ارتباط ابتدا باید از کشورهای همسایه آغاز و پس از آن تا سطح شبکه‌های بی‌شمار جهانی که همیشه طالب تولیدات انیمیشن هستند صعود کرد و یکی از موانع تولید انیمیشن برای صادرات را دولتی بودن سفارش دهنده می‌داند و از این گونه تولیدات پُرکننده آنتن نام می‌برد که این خود می‌تواند بیانگر یکی از نقاط ضعف در تولید محصول این صنعت باشد (گلپایگانی، ۱۳۸۸: ۱۱۳).

حسین ملایمی، نگارنده‌ی مقاله کمیک استریپ؛ حلقه مفقوده در زنجیره صنعت انیمیشن ایران معتقد است تا زمان بلوغ کامل صنعت انیمیشن ایران، کمیک استریپ می‌تواند تا حدی وسیله‌ی پُر کردن خلاء این صنعت در ایران باشد (ملایمی، ۱۳۸۸: ۵۰).

از آن جایی که مدلی مدون برای بررسی بازارهای تولید صنعتی انیمیشن در دهه گذشته وجود نداشت، در این پژوهش روش سوات برگزیده شده تا بتوان با در نظر گرفتن فرصت‌ها و تهدیدها، همچنین ضعف‌ها و قدرت‌های این صنعت، مدلی کاربردی جهت یافتن آسیب‌های این هنر-صنعت ارائه گردد.

مدل سوات (SWOT)

در مدل سوات با جمع‌آوری ضعف‌ها و قدرت‌ها که ناشی از عوامل داخلی سازمان است و فرصت‌ها و تهدیدها که از خارج سازمان ناشی می‌شود، پرسش نامه تهیه می‌شود و با توجه به آن می‌توان به ایجاد راه حل‌هایی در جهت پیشرفت آن صنعت دست یافت. همان طور که در بالا نیز اشاره شد، شاخص‌های این مدل شامل ضعف و قدرت، تهدید و فرصت می‌شود که به بررسی هر یک به صورت مجزا در این هنر-صنعت پرداخته می‌شود.

قوت‌های تولید انیمیشن

صنعت پویانمایی یا سینمای انیمیشن در طول دهه‌های اول و دوم قرن بیستم در اروپا و سپس در آمریکا و ژاپن متداول گردید. این رسانه‌ی هنری، فرهنگی و آموزشی به سرعت در جوامع مختلف گسترش یافت و چشمان خیل عظیمی از مردم جهان را مجذوب خود ساخت؛ به طوری که در زمانی کم‌تر از یک قرن، با رشد و توسعه‌ی چشم‌گیری بازارهای جهان را تسخیر کرد. این پدیده‌ی نوین در حالی که با نیم قرن تأخیر به ایران رسید، می‌تواند در دهه‌های اخیر جایگاه امیدوارکننده و افق روشنی بیابد.

پویانمایی پدیده‌ای چندمنظوره مولتی‌مدیا (Multimedia) است که ظرفیت‌های هنری، صنعتی و حرفه‌ای دارد. به تعبیر دیگر، پویانمایی به اعتبار استفاده از خلاقیت و توانمندی‌های هنری شاغلین خود، می‌تواند بستری برای بالندگی هنرمندان باشد؛ از طرفی دیگر، به اعتبار گنجایشی که برای پذیرش فناوری‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری دارد و از حیث به خدمت گرفتن تجهیزات روزآمد صنعتی، در این زمینه می‌تواند دارای کاربرد صنعتی باشد، و بالاخره به اعتبار نقش کارآفرینی و ظرفیت جذاب نیروی انسانی و اشتغال‌زایی که در جامعه می‌تواند ایفا نماید، به عنوان یک حرفه‌ی جذاب و مفید، قابل طرح و توسعه در سطح کلان است.

با وجود این که از پویانمایی به عنوان نوعی خاص از فناوری‌های صنعت سینما نام برده می‌شود، برخی از

آن به مثابه مادر سینما و یا حداقل همزاد با صنعت سینما یاد کرده‌اند. ویژگی‌های عمده‌ای که پویانمایی را از سینما جدا و مشخص می‌سازد عبارتند از:

• در سینمای واقعیت‌گرا از صحنه‌های طبیعی و ابزارهای واقعی در چشم‌اندازها و صحنه‌آرایی استفاده می‌شود و همچنین بازیگران واقعی در آن نقش‌آفرینی می‌کنند، در حالی که در پویانمایی، هنرمندان پویانما (انیماتورها)، صحنه و شخصیت‌های کارتون (بازیگران) را خلق می‌کنند.

• در پویانمایی بر عکس سینما، محدودیت و ناممکن وجود ندارد، لذا به جهت امکانات تکنیکی خاص انیمیشن می‌توان به موضوعات تخیلی و ایده‌های فانتزی پرداخت. در این مدیای ویژه تصور کردن اتفاقات غیر ممکن و تصویربرداری از موضوعات دور از دسترس کاملاً ممکن می‌گردد، بنابراین با عنایت به این که پرسوناژهای فیلم‌های پویانمایی زوال‌ناپذیر هستند، می‌توان برخی مفاهیم کودکانه، طنز، فکاهی و یا موضوعات آموزشی، تربیتی و حتی سیاسی را که در هیچ قالب بیانی دیگر نمی‌گنجد در قالب تولیدات پویانمایی عرضه کرد.

انیمیشن در جهان مدرن، یکی از ابزارهای مهم آموزشی کودکان محسوب می‌شود؛ کودکان عاشق شخصیت‌های کارتون هستند و آن‌ها را الگوی خویش قرار می‌دهند. در لوای این الگوپذیری بسیاری از آموزه‌های تربیتی، اخلاقی و آموزشی را می‌توان بر آن‌ها پیاده ساخت همچنین منجر به شادابی و فرح‌زایی برای کودکان می‌شود.

ضعف‌های تولید انیمیشن

انیمیشن ایران در حال حاضر از نظر کمی دوران ویژه‌ای را تجربه می‌کند، اما به دلیل کم‌توجهی به مقوله‌ی کیفیت، فرآیند تأثیرپذیری بر مخاطبان را غالباً از دست می‌دهد. از طرف دیگر بیشتر شرکت‌های خصوصی که رشد محدودی نیز داشته‌اند، فعالیت‌های خود را به صورت غیرمتمرکز، سفارشی و مقطعی پیش می‌برند. بنابراین با وجود این حرکت‌های نامنسجم و شرایط دشوار تولید، افق رسانه‌ی انیمیشن ایران همچنان درهاله‌ای از ابهام باقی خواهد ماند. این رسانه شرایط لازم جهت توسعه به ویژه در مقیاس جهانی را در شرایط فعلی دارا نیست؛ چرا که توسعه در دنیای پیچیده‌ی امروزی متکی بر مدیریت تخصصی و برنامه‌ریزی منسجم، دقیق و نظارت ویژه است.

در شرایط فعلی، خواسته یا ناخواسته، بار توسعه در این حوزه بردوش تولیدکنندگان به شدت سنگینی می‌کند و با سیاست‌های مقطعی و سلیقه‌ای شرایط، به هدف توسعه‌ی صنعتی روز به روز نمودی عینی‌تر می‌یابد.

در اوضاع کنونی که جهان صنعتی انیمیشن در حال گذر از تولید انبوه به تولید ناب است، به دلیل مسامحه و عدم برنامه ریزی تخصصی و مدون، تولیدکنندگان ایرانی شرایط دشوار همه جانبه ای را تحمل می کنند و این وضعیت، باعث انزوای اجباری حرکت های جدی برخی از تولیدکنندگان حرفه ای انیمیشن ایران خواهد شد.

در کشورهای منطقه ای (آسیا) نظیر هند، گردش سرمایه قریب ۸۰۰ میلیون دلار در سال جاری میلادی پیش بینی شده است. این میزان در ایران با احتساب کلیه ی بودجه های دولتی به حداکثر ۳۰ میلیون دلار می رسد؛ با این مقایسه آماری به خوبی روشن می شود که فعلاً اراده ای قوی و عملی جهت سرمایه گذاری صنعتی در این حوزه فرهنگی در ایران پیش-بینی نشده است و این درحالی است که توان بالقوه ی تولید از نظر نیروی انسانی چشمگیر است؛ اما جهت به فعلیت رسیدن این نیروی بالقوه، آموزش های کاربردی، عملی و تخصصی منسجمی پیش بینی نشده است و نظارت دقیق و کارشناسانه بر فرآیند آموزش صورت نمی پذیرد (پسیان، ۱۳۸۸: ۱۸).

اما در این بین قاطعانه می توان ادغان کرد که شمار قابل توجه ای از تولیدکنندگان ایرانی به صورت یک جانبه می کوشند حرکت آرام و مداوم خود را استمرار ببخشند تا از نظام حرکت جهانی عقب نمانند. اینان بدون توجیه اقتصادی همچنان به پیش روی ادامه می دهند ولی در عین حال این قبیل تحرکات و تلاش ها در نظام تبادلات جهانی چشمگیر نیست و در اغلب موارد به دلیل فقدان بازاریابی تخصصی، به مرور زمان کم رنگ شده و به فراموشی سپرده می شوند. با توجه به این که فرایند تولید و همچنین رشد انیمیشن، فرایندی تدریجی است، برنامه ریزی ها و اعمال نظارتی دراز مدت را طلب می کند. جهت رسوخ به نظام بین المللی تولید و بازار انیمیشن، باید استراژی های کارکردی متناسب با موقعیت جغرافیایی و اجتماعی و اقتصادی تدوین گردد تا در دراز مدت شاهد جریان و پویایی مقوله ی فرهنگ از طریق این محمل (انیمیشن) باشیم.

فرصت های تولید انیمیشن

از جمله مواردی که می توان به عنوان راهبردهای توسعه و در حقیقت فرصت های رشد این صنعت اشاره کرد عبارتند از:

ایجاد اشتغال

با اجرای این طرح فرصت های فراگیر اشتغال برای

کلیه ی نیروهای مستعد و داوطلب رشته ی انیمیشن فراهم می شود. از آنجا که تولید یک اثر انیمیشنی نیاز به گروه گسترده ای دارد و جدا از کادر تخصصی تولید که شامل کارگردان، نویسنده، انیماتورها، طراح بک گراند، صداگذار، تدوین گر و غیره است؛ برای دانش آموختگان جویای کار در رشته های هنری، ادبی، علوم انسانی، رایانه و زبان های خارجی نیز فرصت شغلی فراهم می شود؛ به طوری که تعداد شاغلین این صنعت در سراسر کشور در مدتی کم تر از پنج سال به بیش از صد برابر یعنی ده ها هزار نفر بالغ می شود. قابل توجه است که با عنایت به اهمیت فوق العاده ی سرمایه ی انسانی در کشور ژاپن طی آمار سال های گذشته در این کشور بیش از ۵۰۰ نفر به تولید پویانمایی مشغول گشتند، که یقیناً با توجه به کیفیت و کمیت بالای تولیدات امروزی این کشور در حال حاضر تعداد به مراتب بیشتری در این صنعت فعالیت می کنند (رویای بیداری، ۱۳۷۷: ۲۵)؛ همچنین تنها در یک شعبه از شرکت تایوانی ونگ فیلم که در چین و تایلند نیز شعبه دارد، بیش از ۹۰۰ هنرمند فعالیت می کنند. این شرکت فقط با ۳۳۰۰۰۰ دلار سرمایه ی اولیه بیش از ۳۰ میلیون دلار درآمد سالانه دارد (Alent: ۲۰۰۱: ۷). این مثال ها نشان از اهمیت اشتغال زایی در این حوزه و تاثیر مثبت آن در باوری اقتصاد یک کشور است.

تثبیت هویت و صیانت فرهنگی

بحران بی هویتی و آسیب پذیری های فرهنگی جامعه ی جوان امروز، نشان از ضعف برنامه ریزی رسانه های دیروز در بخش کودکان و نوجوانان دارد. تولید سرانه ی فیلم های ویژه کودکان و نوجوانان در کشور ما کمتر از ده دقیقه برای یک سال هر کودک ایرانی است.

این در حالی است که بیش از ۸۰٪ از برنامه های مربوط به کودک و نوجوان صدا و سیما از محصولات خارجی و وارداتی است. انی برنامه ها دارای بار ۳۰٪ خشونت هستند، یعنی به طور متوسط در یک ساعت شش برابر برنامه های بزرگسالان، توسط این برنامه های خشن برای نسل نوجوان و آینده ساز کشور قهرمان سازی و الگوپردازی می کنند. قابل توجه این که نیمی از جمعیت کشور ما زیر بیست و دو سال هستند و همه ساله نیز بیش از یک میلیون کودک پا به کلاس اول می گذارند. این جمعیت حدود یازده هزار ساعت را در کلاس درس و بیست و دو هزار ساعت را پای تلویزیون سپری می کنند. جهت درک بهتر عمق خطری که متوجه آینده ی فرهنگی کشور است باید بدانیم که بیش از ۹۷٪ این

جمعیت انبوه برنامه کودک و نوجوان تلویزیون را با اوصافی که گذشت تماشا می کنند (۹۲٪ آن ها برنامه های کار تونی و پویانمایی بخش کودک و نوجوان را دوست دارند (مجموعه مقالات، ۱۳۸۴: ۸۹).

همین برنامه ها است که منشا شکل گیری شخصیت کودک می شود و متعاقباً رفتارهای دوران بعدی یعنی جوانی و بزرگ سالی آن ها را شکل می دهد.

ارزآوری و تولید ثروت

فرهنگ و هنر ایرانی مهم ترین دلیل وجهه ی بین المللی و عامل نفوذ و پذیرش ما در جوامع دیگر جهان است؛ بنابراین در صورتی که با پشتوانه ی فرهنگ و هنر کشور موفق به تولید کلان و کیفی محصولات پویانمایی شویم، با توجه به این که زبان اصلی پویانمایی اساسا رنگ، تصویر، حرکت و نمادها است و این زبان نیز یک زبان بین المللی است، یقیناً بستر مناسبی برای صدور آن به بازارهای بزرگ و متعدد در سطح جهان خواهیم یافت و پیش بینی می شود که صدور تولیداتی از این دست از صدور نفت و منابع تمام شدنی طبیعی دیگر، ارزآوری و تولید ثروت بیشتری خواهد داشت.

کاهش تصدی گری دولت

گسترش خصوصی سازی بالاخص در عرصه های فرهنگ و هنر کشور از جمله راهبردهای مهم و کارکرد های اساسی اجرای کاهش تصدی گری دولت است. از این طریق بستر مناسبی جهت تعامل دست اندرکاران دولتی و بخش خصوصی در این زمینه فراهم می شود، به طوری که ضمن نزدیکی بیش از پیش سیما و سینما، سایر ارگان های دولتی و نهادهای مدنی اعم از استانداردها، شهرداری ها، حوزه ی هنری سازمان تبلیغات، کانون های فرهنگی مساجد و محلات، گروه های تولید خانگی، آموزش و پرورش و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در کنار سیما و سینما قرار می گیرند و عملاً زمینه هایی جهت اجرای بسیاری از مواد برنامه ی چهارم و همچنین چشم انداز بیست ساله ی کشور فراهم می شود.

جلوگیری از فرار مغزها

با عنایت به این که سرمایه های ارزشمندی از هم وطنان هنرمند و کارشناسان صاحب نظر و مجرب در شرکت های بزرگ تولیدات پویانمایی خارج از کشور فعالیت می کنند و همواره در پی فرصت مناسبی برای بازگشت به کشور خدمت به بالنگی فرهنگ و مفاخر آب و خاک خویش هستند؛ با اجرای این طرح، حداقل

در این حوزه از روند رو به رشد مهاجرت و فرار مغزها جلوگیری می شود و بستر بازگشت هم وطنان متخصص، با کوله باری از علم، تجربه و دانش فنی فراهم می گردد (امامزاده، ۱۳۸۸: ۱۰).

تهدید

انیمیشن ایران اگرچه در پنجاهمین سالگرد پیدایش خود به سر می برد، از آفت مدیریتی خاصی مبتنی بر اعمال سلیقه های شخصی که غالباً در دوره های زمانی مختلف با تغییر مدیران به شدت دستخوش تغییر و تحول های بنیادین می شود رنج می برد و پیش از همه چیز نیازمند یک نظام سلسله مراتبی و پایدار است تا سیستم های اجرایی با تکیه به آن قابلیت اجرای قوامین توسعه را بیابند. به عنوان مثال، گاه مدیران تولیدکنندگان را ترغیب به ساخت فیلم سینمایی انیمیشن می کنند و بدون برنامه ریزی مدون، تولید آغاز می گردد؛ غافل از این که انیمیشن سینمایی و تلویزیونی در اساس از نقطه نظر زیبایی شناسی، دامنه ی مخاطبان و مسایل فنی، تفاوت های بنیادین دارند و صرفاً مدت نمایش فیلم (غالباً ۸۰ دقیقه) تعیین کننده ی نوع ساختار نیست. لذا پس از تولید و پشت سر نهادن شرایط دشوار، اثر در یک بلا تکلیفی خاصی می ماند، چرا که انتظار مخاطب را پاسخ نمی دهد و فاقد توان لازم جهت بازگرداندن سرمایه است. همچنین از نظر فنی و تکنولوژی یک دچار مشکلات عدیده ای است و در نهایت این که فقدان اصول زیبایی شناسی مختص سینما یا تلویزیون، به طرز فاحشی در آن آشکار می شود. بنابراین فرآیند این عمل از مرحله ی تولید تا نمایش ابتر می ماند و آرام آرام جوی از بی اعتمادی از نظر سرمایه گذاری را سبب می شود که در درازمدت مانع تعاملات ملی و فراملی شود و نتیجه ای جز هدر رفتن زمان بودجه و انرژی نخواهد داشت. واضح است که تولید برای سینما زبان تصویری و صوتی توسعه یافته ای را می طلبد و بدون تحصیل مباحث بنیادین مخاطب شناسی و اصول زیبایی شناسی و فنی فرآیند ارتباط و چرخه ی اقتصادی عقیم می ماند (پسیان، ۱۳۸۸: ۲۰).

هزینه های تولید انیمیشن هر روز روند صعودی را طی می کند و به طور قطع هر منبع مالی نیازمند تضمینی است که در ایران به دلیل این که غالب آثار به سفارش مراکز دولتی صورت می گیرند بازگشت سرمایه و مخاطب بی اهمیت تلقی می شود. از طرف دیگر اغلب شرکت های خصوصی مجری سفارش های دولتی هستند، لذا برای ادامه داشتن این همکاری ها، سعی می

کنند بدون توجیه مالی در سریع‌ترین زمان ممکن آثار انیمیشنی تولید نمایند. به واسطه‌ی وابستگی به مراکز خاص دولتی، کوچکترین خللی در روند مالی متقابل، فعالیت این شرکت‌ها را به مخاطره می‌اندازد و عملاً پویایی و تولید کیفی مفاهیمی دست‌نیافتنی می‌شوند. در کل، فقدان تبادلات و تعاملات فراملی دلیل اساسی ضعف و آفت سینمای انیمیشن ایران محسوب می‌شود؛ چرا که در صورت برقرار نشدن این داد و ستدهای فرهنگی و اقتصادی، که شرایط ویژه‌ای را می‌طلبد، فرآیند تولید انیمیشن از فرم صنعتی خارج شده و به دلیل عدم چرخش متناسب مالی در دراز مدت توقف جریان تولید را سبب می‌شود. در صورت برقراری ارتباطات تولیدی با ملل توسعه‌یافته، آموزش، تولید و مدیریت انیمیشن‌های ملی به ناچار باید فرآیند پیشرفت را طی کنند. در جهان امروز هر پدیده فرهنگی - ملی به شرطی به توسعه و حیات خودش ادامه می‌دهد که در نظام تبادلات وسیع فراملی و جهان حضور یابد و این ارتباط در حقیقت تضمینی قابل اعتماد و پایدار جهت ارزش‌های ملی است.

امروزه اطلاعات، منبع قدرت در آینده هست؛ اطلاعات و دانش صحیح در تدوین استراتژی مناسب جهت حرکت‌های ملی، ضرورتی انکارناپذیر دارد. باید در نظر داشته باشیم در عرصه‌ی جهانی سیاست انبوه‌سازی جای خود را به تولید ناب واگذار کرده است. بنابراین تمام کنش‌های صنعتی و فرهنگی در این راستا به حرکت خود ادامه می‌دهند.

با توجه به مطالب بیان شده در ارتباط با چهار عامل استراتژی سوات یعنی قوت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و فرصت‌ها، به بررسی راه‌هایی جهت شناسایی علل و عوامل عدم توسعه تولید انیمیشن در ایران خواهیم پرداخت.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

انیمیشن به عنوان هنری مدرن فاقد جنبه‌های پژوهشی کارآمد و قوی در ایران است؛ این هنر - صنعت قدرتمند نه تنها در عرصه تولید موفقیتی کسب نکرد است؛ بلکه در زمینه‌ی پژوهشی نیز عاری از تفکر است و شاید همین امر باعث عقب‌افتادگی آن شده است؛ در این پژوهش با رویکردی کاملاً علمی و در قالب یافته‌های آماری به بررسی بازار بیمار انیمیشن پرداخته می‌شود تا شاید بخش کوچکی از فقدان پژوهشی در این زمینه جبران گردد. هدف از تحقیق حاضر عبارت است از بررسی و تحلیل بازار تولید هنر - صنعت انیمیشن در ایران و

موانع توسعه آن با استفاده از ماتریس سوات و تحلیل سلسله‌مراتبی داده‌ها. بدین منظور ابتدا با استعانت از ادبیات نظری و پیشینه تحقیق ۵۴ آسیب‌شناسایی و استخراج گردید؛ سپس با استفاده از ۳۵ پرسش‌نامه توزیعی میان نمونه آماری این آسیب‌ها پالایش گردید و ۱۹ آسیب فیلتر شده وارد پرسش‌نامه مقایسات زوجی شده و توسط ۳۵ نفر از متخصصین و صاحب‌نظران صنعت انیمیشن، ماتریس اولیه اثرات شاخص‌ها بر روی یکدیگر به دست آمد؛ سپس با بکارگیری تکنیک AHP به اولویت‌بندی این عوامل پرداخته شده است.

از آنجا که در فرآیند آسیب‌شناسی، نقاط فرصت و قوت در نظر گرفته نمی‌شود لذا در ذیل به ۱۹ آسیب استخراج شده از پرسش‌نامه ۱ که توانسته‌اند، میانگین امتیاز بالای ۳ را از سوی پاسخ‌گویان کسب کنند، اشاره می‌گردد.

همانطور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود از ۱۹ آسیب پالایش شده ۱۴ آسیب مربوط به تهدیدات خارجی و ۵ آسیب مربوط به ضعف‌های داخلی است.

تحلیل نتایج به دست آمده از روش AHP

تذکر: به منظور انجام مقایسات زوجی بهتر دو آسیب عدم استفاده از نیروهای متخصص و فقدان آموزش‌های لازم در سطح اعضاء را در قالب یک آسیب فقدان آموزش‌های لازم در سطح اعضاء آورده شده است و بی‌توجهی و عدم حمایت از شرکت‌های تولید انیمیشن و فقدان نظارت کافی بر کار شرکت‌ها نیز در قالب یک آسیب بی‌توجهی و عدم حمایت از شرکت‌های تولید انیمیشن آورده شده است؛ بنابر این مقایسات زوجی میان ۱۲ آسیب به جای ۱۴ آسیب در بخش تهدیدات صورت گرفته است.

نتایج تکنیک AHP نیز حاکی از آن است که طبق نظر متخصصان و صاحب‌نظران تولید انیمیشن مبنی بر پُر کردن جدول مقایسات زوجی ماتریس اوزان به دست آمده برای هر یک از عوامل به شرح جدول (۲) است. همانطور که مشاهده می‌کنید بیشترین وزن و بنابراین بالاترین رتبه مربوط به آسیب عدم حمایت دولت و تخصیص اعتبار و پایین‌ترین رتبه مربوط به آسیب ساختار نامناسب نهادهای مرتبط با بخش تولید است. همچنین میانگین وزنی آسیب‌های مربوط به تهدیدات خارجی «۰/۰۸۳» است.

همان‌طور که مشاهده می‌کنید بیشترین آسیب‌های مربوط به نقاط ضعف داخلی مربوط به عدم مدیریت واحد بر تولید انیمیشن و کمترین آسیب‌ها در این

جدول ۱- آسیب های استخراج شده از پرسش نامه ۱، (منبع: نگارندگان).

ابعاد ماتریس	ردیف	آسیب های تولید انیمیشن
تهدید	۱	عدم استقرار مدیر عامل در شرکت ها به دلیل بومی نبودن
	۲	عدم بازاریابی مناسب
	۳	مشکلات مالی، کمبود سرمایه و نقدینگی
	۴	عدم ساختار سازمانی مناسب شرکت های تولیدی به منظور مشارکت با دیگر ارگان ها
	۵	عدم فرهنگ یکپارچه سازی
	۶	عدم استفاده از نیروهای متخصص
	۷	فقدان آموزش های لازم در سطح اعضا
	۸	فقدان آموزش در سطح مدیران
	۹	بی توجهی و عدم حمایت از شرکت های تولید انیمیشن
	۱۰	عدم هماهنگی بین صدا و سیما و شرکت های تولید انیمیشن
	۱۱	عدم مدیریت واحد بر تولید انیمیشن
	۱۲	عدم وجود تجهیزات
	۱۳	مشخص نبودن وظایف و مسئولیت ها
	۱۴	عدم استفاده از نیروهای دانشگاهی
ضعف	۱۵	ضعف مدیریت در شرکت های تولیدی
	۱۶	فقدان نظارت کافی بر کار شرکت ها
	۱۷	ساختار نامناسب نهادهای مرتبط با بخش تولید
	۱۸	عدم وجود تفکر و فرهنگ تولید انیمیشن
	۱۹	عدم حمایت دولت و عدم تخصیص اعتبار به آنان ضعف

جدول ۲- رتبه بندی آسیب های مربوط به تهدیدهای خارجی، (منبع: نگارندگان).

رتبه	وزن هر یک از آسیب ها	آسیب ها
۱	۰/۲۱	عدم حمایت دولت و عدم تخصیص اعتبار به آنان
۲	۰/۲۰	عدم استقرار مدیر عامل در شرکت ها به دلیل بومی نبودن
۳	۰/۱۳	مشکلات مالی، کمبود سرمایه و نقدینگی
۴	۶۰/۰۸	عدم بازاریابی مناسب
۵	۲۰/۰۸	عدم ساختار سازمانی مناسب شرکت های تولیدی به منظور مشارکت با دیگر ارگان ها
۶	۰/۰۶	فقدان نظارت کافی بر کار شرکت ها
۷	۰۸/۰۵	عدم فرهنگ یکپارچه سازی
۸	۵۰/۰۵	عدم وجود تفکر و فرهنگ تولید انیمیشن
۹	۰۰/۰۳	عدم هماهنگی بین صدا و سیما و شرکت های تولید انیمیشن
۱۰	۲۰/۲۸	فقدان آموزش های لازم در سطح اعضا
۱۱	۱۰/۰۲۸	فقدان آموزش در سطح مدیران
۱۲	۰۰/۰۲۵	ساختار نامناسب نهادهای مرتبط با بخش تولید

جدول ۳- رتبه بندی آسیب های مربوط به ضعف های داخلی، (منبع: نگارندگان).

رتبه	وزن هر یک از آسیب ها	آسیب های مربوط به نقاط ضعف داخلی
۱	۲/۴۵	عدم مدیریت واحد بر تولید انیمیشن
۲	۱/۲۹	ضعف مدیریت در شرکت های تولیدی
۳	۰/۵۹۹	عدم استفاده از نیروهای دانشگاهی
۴	۰/۵۵	مشخص نبودن وظایف و مسئولیت ها
۵	۰/۳۶۵	عدم وجود تجهیزات

امر از شرکت های انیمیشن، واحدهای تولیدی می سازد با همان ضعف ها و قدرت ها و بایدها و نبایدها؛ در این پژوهش نیز از این منظر بدان نگریسته شده است تا راه حل های کاربردی برای مشکلات آن یافته شود. عدم استفاده از نیروهای متخصص مشکل اصلی تولید است. علل شکست اکثر تولیدکنندگان را می توان در سه مقوله ضعف مدیریت، فقدان نظم سازمانی و ضعف بنیه مالی جستجو نمود. مهمترین آسیب تولیدکنندگان در ساختار سازمانی و مسائل مدیریتی است؛ در این پژوهش نیز ضعف بنیه مالی تولیدکنندگان، ساختار و مدیریت شرکت ها و پروژه ها از دسته آسیب های ضعف داخلی نام برده شد.

مسائل درون و برون سازمانی از اصلی ترین مشکلات شرکت های تولیدکننده است. هدف تمامی کشورهای در حال توسعه دستیابی به اشتغال، رفاه اجتماعی و توسعه پایدار به منظور برطرف کردن فقر، بیکاری و سعادت انسانی آن جوامع است؛ از این رو دولت ها با توجه به شرایط زمانی و مکانی موجود، نظریات و الگوهای مختلفی از رشد و توسعه را در دستور کار خود قرار می دهند. در این راستا الگوی کارایی و گسترش شرکت های تولیدکننده از جمله الگوهای مورد استفاده این کشورها در زمینه سازی برای ایجاد اشتغال و جهت گیری در مسیر توسعه پایدار محسوب می شود. تجربیات کشورهای گوناگون نشان داده است که تولیدکنندگان در این میان دچار بحران شده و تعداد زیادی از آن ها توان رقابت با شرکت های خصوصی را نداشتند و بصورت راکد درآمده اند. متأسفانه در سال های اخیر نیز با وجود تزریق منابع مالی، هنوز این بخش نتوانسته است جایگاه واقعی خود را در اقتصاد کشور پیدا کند. لذا به نظر می رسد منابع مالی تنها بخشی از مشکلات تولیدکنندگان است و ریشه مشکلات را باید در جای دیگر جستجو نمود. مطالعه ما نیز این نتایج را تایید می کند.

بخش مربوط به عدم وجود تجهیزات است. همچنین میانگین وزنی آسیب های مربوط به ضعف های داخلی «۰/۹۴» است.

بنابراین چنین نتیجه گیری می شود، که علی رغم آن که تعداد آسیب های مربوط به تهدیدات خارجی ۷ مورد بیشتر از تعداد آسیب های مربوط به ضعف های داخلی است؛ اما میانگین وزنی آسیب های مربوط به ضعف های داخلی «۰/۸۵» بیشتر از میانگین وزنی مربوط به تهدیدات خارجی است.

نتیجه گیری:

هنر ایران همواره موجبات فخر و اقتدار آن در جهان است و از دیرباز جهانیان مردمان این دیار را با هنر و فرهنگشان می شناسند و از این رو است که هنرهای سنتی و صنایع دستی در ایران از جایگاه خاصی برخوردار است و مورد حمایت ویژه از سوی نهادهای دولتی قرار داد و همواره موجبات پیشرفت دائمی آن را فراهم می نمایند که خود حاصل پیشینه ی پژوهشی غنی و پرباری است؛ اما در وادی هنرهای مدرن، خبری از این همه تدبیر، اندیشه و فراهم سازی امکانات نیست. انیمیشن به عنوان یک هنر مدرن که به اندازه ی صنایع دستی می تواند جنبه های صنعتی و اشتغال زایی و فرهنگی کارآمدی داشته باشد، بی هیچ عنایتی راه پُرمشقت خویش را با وجود معدودی علاقمند حرفه ای طی می کند. این در صورتی است که ظرفیت های وجودی رسانه ای انیمیشن می تواند از آن یک سلاح قدرتمند بسازد در راه مبارزه با خیلی از مسائل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی. عدم اقتدار این حوزه باید مورد ریشه یابی قرار گیرد تا بتوان از آن به نحو احسن در جهت رشد اقتصادی و فرهنگی ایران بهره برد.

باید توجه داشت که ساخت یک اثر انیمیشنی مستلزم داشتن یک گروه حرفه ای است و همچنین دانش شناخت بازار، چالش ها و نیازهای آن که این

فهرست منابع:

- پسیان، ساسان (۱۳۸۹)، تولید ناب انیمیشن، ضرورت جهانی، مجموعه مقالات نخستین همایش ملی انیمیشن ایران، ۱۸.
- تاثیر تلویزیون بر کودکان (۱۳۸۴)، روزنامه همشهری، صفحه رسانه، شماره ۲۲.
- عابدی، امین (۱۳۸۱)، بررسی موانع تولید انبوه انیمیشن در ایران، اداره کل مطالعات رسانه و ارتباطات سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، استاد راهنما: دکتر اکبر عالمی، سعید توکلیان، تهران.
- فهیم، محمد تقی (۱۳۸۹)، مدیریت سنتی؛ محدودیت ها و فرصت ها، مجموعه مقالات نخستین همایش ملی انیمیشن ایران، ۱۳۰.
- گلپایگانی، علیرضا (۱۳۸۹)، انیمیشن ملی، مجموعه مقالات نخستین همایش ملی انیمیشن ایران، ۱۱۳.
- لنگرودی، احمد؛ صفورا، محمدعلی (۱۳۹۲)، بررسی موانع اقتصاد مالی و هزینه ای تولید انیمیشن ایران دهه ۹۰-۱۳۸۰، مجله پژوهش های ارتباطی، شماره ۲، ۱۶۹.
- مجموعه مقالات رویای بیداری (۱۳۷۷)، انتشارات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان.
- ملایمی، حسین (۱۳۸۹)، بررسی عوامل جذابیت در کمیک استریپ و تصویر متحرک و عملی، مجموعه مقالات نخستین همایش ملی انیمیشن ایران، ۵۰.
- A lent، John(2001), Animation in Asia and Pacific.
- Crop, R. (2005), Cooperative Leadership, UWCC, Bulletin No. 9, July Cooperatives in Wisconsin, Lynn Pitman, UWCC.