



انیمیشن و زندگی روزمره

از دریچه مطالعات فرهنگی

تألیف:

دکتر محمدعلی صفورا

عضو هیأت علمی دانشگاه تربیت مدرس

سرشناسه	صفورا، محمدعلی، ۱۳۴۴
عنوان و نام پدیدآور	انیمیشن و زندگی روزمره: از دریچه مطالعات فرهنگی/تالیف محمدعلی صفورا
مشخصات نشر	تهران: دانشگاه هنر، ۱۳۹۹
مشخصات ظاهری	۲۳۶ ص
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۶۵۱۳-۳۶-۲
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
یادداشت	انیمیشن و نقش آن در زندگی روزمره
موضوع	تلویزیون-ایران-برنامه‌های کارتون
موضوع	Animated television programs-Iran
موضوع	تلویزیون-ایران-برنامه‌ها-جنبه‌های اجتماعی
موضوع	Television programs-Social aspects-Iran
موضوع	تلویزیون-برنامه‌های کارتون
موضوع	Animated television programs
موضوع	تلویزیون-انگلستان-برنامه‌های کارتون
موضوع	Animated television programs-Great Britain
موضوع	متحرک‌سازی-ایران
موضوع	Animation (Cinematography)-Iran
شناسه افزوده	دانشگاه هنر
رده‌بندی کنگره	PN۱۹۹۲/۸
رده‌بندی دیویی	۷۹۱/۴۵۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	۶۱۹۵۷۰۲

نام کتاب	انیمیشن و زندگی روزمره: از دریچه مطالعات فرهنگی
تألیف	دکتر محمدعلی صفورا/ عضو هیأت علمی دانشگاه تربیت مدرس
یونیفرم جلد و صفحات	علی عبدی
صفحه‌آرایی	رامین حکیمی آرا
چاپ اول	۱۳۹۹
بها	۴۸۰۰۰ ریال
شمارگان	۲۵۰ نسخه
قطع	وزیری
شابک	ISBN: 978-600-6513-36-2 ۹۷۸-۶۰۰-۶۵۱۳-۳۶-۲



ناشر

تهران، خیابان حافظ، خیابان شهید سرهنگ سخایی،
بعد از تقاطع ۳۰ تیر، شماره ۵۶

تلفن: ۵۶۸۲ ۷۲ ۶۶ (۰۲۱)

*** کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است.

*** مسئولیت مطالب به عهده نویسنده است و لزوماً دیدگاه‌های دانشگاه هنر را منعکس نمی‌کند.

فهرست مطالب

فصل اول: چشم انداز	
--- ویژگی‌ها و جنبه‌های مختلف انیمیشن تلویزیونی	۳
---- انیمیشن تلویزیونی؛ گستردگی مخاطب	۳
---- انیمیشن تلویزیونی و تولید انبوه (صنعتی)	۴
---- انیمیشن تلویزیونی، آموزش و سرگرمی	۶
---- انیمیشن تلویزیونی و مخاطب خردسال، کودک و نوجوان	۶
---- انیمیشن تلویزیونی و مخاطب بزرگسال	۸
فصل دوم: مطالعات فرهنگی، شیوه‌های قرائت و تحلیل انیمیشن به عنوان متنی اجتماعی	
--- مطالعات انیمیشن	۱۳
---- مطالعات فرهنگی	۱۴
---- مطالعات فرهنگی و زندگی روزمره	۱۶
---- نظریه‌های انتقادی و زندگی روزمره	۱۹
--- مفهوم بازنمایی	۲۰
--- بازنمایی در مطالعات فرهنگی	۲۳
--- از زبان به گفتمان؛ نگاه فوکویی به بازنمایی	۲۵
--- مفهوم «دیگری» در بازنمایی	۲۵
--- راهبرد کلیشه سازی در بازنمایی	۲۶
--- راهبرد طبیعی سازی در بازنمایی	۲۷
فصل سوم: محورهای بازنمایی زندگی روزمره	
--- مقدمه فصل	۳۱
--- محورهای بازنمایی در زندگی روزمره	۳۴
--- بازنمایی انواع شخصیت‌ها و گروه‌ها	۳۵
--- بازنمایی انواع مکان‌ها	۳۶
--- بازنمایی فرهنگ عامه و سبک زندگی	۳۶
--- مفاهیم کلیدی بازنمایی؛ دیگری، کلیشه سازی و طبیعی سازی	۳۷

--- بازنمایی انواع مضامین و درونمایه	۳۷
--- بازنمایی انواع ارزش‌ها	۳۸
--- بازنمایی انواع الگوها	۳۹

فصل چهارم: تحلیل زندگی روزمره در آثار انیمیشن

--- مقدمه فصل	۴۳
--- مجموعه انیمیشن چارلی و لولا	۴۴
----- شناسنامه مجموعه	۴۴
----- کلیاتی درباره مجموعه	۴۴
----- شخصیت‌های مجموعه	۴۵
----- بازنمایی فرهنگ عامه و سبک زندگی در مجموعه چارلی و لولا	۴۶
----- مفاهیم کلیدی بازنمایی؛ دیگری، کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی در مجموعه چارلی و لولا	۵۱
----- بازنمایی انواع مضامین و درون‌مایه در مجموعه چارلی و لولا	۵۳
----- بازنمایی انواع ارزش‌ها در مجموعه چارلی و لولا	۵۶
----- بازنمایی انواع الگوها در مجموعه چارلی و لولا	۵۷
--- مجموعه انیمیشن دنیای شگفت انگیز گامبال	۵۹
----- شناسنامه مجموعه	۵۹
----- کلیاتی درباره مجموعه	۵۹
----- شخصیت‌های مجموعه	۶۰
----- بازنمایی انواع شخصیت‌ها و گروه‌ها در مجموعه گامبال	۶۱
----- بازنمایی انواع مکان‌ها در مجموعه گامبال	۶۴
----- بازنمایی فرهنگ عامه و سبک زندگی در مجموعه گامبال	۶۵
----- مفاهیم کلیدی بازنمایی؛ دیگری، کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی در مجموعه گامبال	۶۷
----- بازنمایی انواع مضامین و درون‌مایه در مجموعه گامبال	۶۸
----- بازنمایی انواع ارزش‌ها در مجموعه گامبال	۷۲
----- بازنمایی انواع الگوها در مجموعه گامبال	۷۲
--- مجموعه انیمیشن پت پستیچی	۷۴
----- شناسنامه مجموعه	۷۴
----- کلیاتی درباره مجموعه	۷۵
----- شخصیت‌های مجموعه	۷۶
----- بازنمایی انواع شخصیت‌ها و گروه‌ها	۷۶
----- بازنمایی انواع مکان‌ها	۷۸
----- بازنمایی فرهنگ عامه و سبک زندگی	۸۰
----- مفاهیم کلیدی بازنمایی؛ دیگری، کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی	۸۲
----- بازنمایی انواع مضامین و درون‌مایه	۸۳
----- بازنمایی انواع ارزش‌ها	۸۴

----- بازنمایی انواع الگوها	۸۵
--- مجموعه انیمیشن شکرستان	۸۶
----- شناسنامه مجموعه	۸۶
----- کلیاتی درباره مجموعه	۸۶
----- شخصیت‌های مجموعه	۸۷
----- بازنمایی انواع شخصیت‌ها و گروه‌ها در مجموعه شکرستان	۸۸
----- بازنمایی انواع مکان‌ها در مجموعه شکرستان	۹۳
----- بازنمایی فرهنگ عامه و سبک زندگی در مجموعه شکرستان	۹۵
----- مفاهیم کلیدی بازنمایی؛ دیگری، کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی	۹۷
----- بازنمایی انواع مضامین و درونمایه در مجموعه شکرستان	۱۰۰
----- بازنمایی انواع ارزش‌ها در مجموعه شکرستان	۱۰۴
----- بازنمایی انواع الگوها در مجموعه شکرستان	۱۰۴
--- مجموعه انیمیشن دانشمندان بزرگ	۱۰۶
----- شناسنامه مجموعه	۱۰۶
----- کلیاتی درباره مجموعه	۱۰۶
----- شخصیت‌های مجموعه	۱۰۷
----- بازنمایی انواع شخصیت‌ها و گروه‌ها در مجموعه دانشمندان بزرگ	۱۰۷
----- بازنمایی انواع مکان‌ها در مجموعه دانشمندان بزرگ	۱۱۰
----- بازنمایی فرهنگ عامه و سبک زندگی در مجموعه دانشمندان بزرگ	۱۱۰
----- مفاهیم کلیدی بازنمایی؛ مفهوم دیگری، راهبرد کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی در مجموعه	۱۱۲
----- بازنمایی انواع مضامین و درونمایه در مجموعه دانشمندان بزرگ	۱۱۳
----- بازنمایی انواع ارزش‌ها در مجموعه دانشمندان بزرگ	۱۱۴
----- بازنمایی انواع الگوها در مجموعه دانشمندان بزرگ	۱۱۶
--- مجموعه انیمیشن قصه‌های گلنار	۱۱۷
----- شناسنامه مجموعه	۱۱۷
----- کلیاتی درباره مجموعه	۱۱۸
----- شخصیت‌های مجموعه	۱۱۸
----- بازنمایی انواع شخصیت‌ها و گروه‌ها در مجموعه قصه‌های گلنار	۱۱۹
----- بازنمایی انواع مکان‌ها در مجموعه قصه‌های گلنار	۱۲۰
----- بازنمایی فرهنگ عامه و سبک زندگی در مجموعه قصه‌های گلنار	۱۲۱
----- مفاهیم کلیدی بازنمایی؛ دیگری، کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی	۱۲۲
----- بازنمایی انواع مضامین و درون‌مایه در مجموعه قصه‌های گلنار	۱۲۳
----- بازنمایی انواع ارزش‌ها در مجموعه قصه‌های گلنار	۱۲۵
----- بازنمایی انواع الگوها در مجموعه قصه‌های گلنار	۱۲۶

فصل پنجم: بررسی تطبیقی بازنمایی «زندگی روزمره» در انیمیشن‌های ایران و انگلیس

--- مقدمه فصل	۱۲۹
--- بررسی تطبیقی بازنمایی انواع شخصیت‌ها و گروه‌ها	۱۲۹
--- بررسی تطبیقی بازنمایی انواع مکان‌ها	۱۳۳
--- بررسی تطبیقی بازنمایی فرهنگ عامه و سبک زندگی	۱۳۷
--- بررسی تطبیقی مفاهیم کلیدی بازنمایی؛ دیگری، کلیشه‌سازی و طبیعی‌سازی	۱۴۰
--- بررسی تطبیقی بازنمایی انواع مضامین و درون‌مایه	۱۴۳
--- بررسی تطبیقی بازنمایی انواع الگوها	۱۴۹
--- سخن پایانی	۱۵۴
پیوست: مروری بر تاریخچه انیمیشن ایران و انگلیس	
--- از منظر مضمون و محتوا	۱۵۹
--- مروری بر تاریخچه انیمیشن ایران از منظر محتوا	۱۶۱
--- زمینه‌ها و توسعه‌ی انیمیشن در ایران	۱۶۱
--- نگاهی به انیمیشن‌های ساخته شده در اداره کل امور سینمایی وزارت فرهنگ و هنر	۱۶۳
--- نگاهی به انیمیشن‌های ساخته شده در کانون پرورش فکری	۱۶۵
--- سینمای انیمیشن پس از انقلاب اسلامی	۱۶۹
--- تولیدات انیمیشن در تلویزیون ایران	۱۷۵
----- خداوند لک‌لک‌ها را دوست دارد (۱۳۷۹)	۱۷۶
----- قصه ما مثل شد (۱۳۸۹)	۱۷۷
----- شنگول‌آباد (۱۳۸۸)	۱۷۷
----- آریو پهلوان کوچک (۱۳۸۳-۱۳۹۰)	۱۷۸
----- پهلوانان (۱۳۸۷)	۱۷۸
--- مروری بر تاریخچه انیمیشن انگلستان از منظر محتوا	۱۸۰
--- زمینه‌ها و توسعه‌ی انیمیشن در انگلستان	۱۸۰
--- استودیو آردمن	۱۹۰
--- شبکه چهار	۱۹۲
--- سی‌بی‌بی‌سی؛ شبکه تلویزیونی ویژه‌ی کودکان	۱۹۹
--- زمزمه گلاکن (۱۹۸۰)	۲۰۱
--- پینگو (۱۹۸۶-۲۰۱۰)	۲۰۲
--- هری و توتو (۲۰۰۸)	۲۰۲
--- شان گوسفند (گوسفند ناقتا) (۲۰۰۹)	۲۰۳
--- آلفا بلاکس (۲۰۰۲)	۲۰۴
--- فهرست منابع	۲۰۷

پیش‌گفتار

ای برادر قصه چون پیمانه‌ای است
معنی اندر وی مثال دانه‌ای است
دانه معنی بگیرد مرد عقل
ننگرد پیمانه را گر گشت نقل^۱

به دنبال مطالعات سینما، مطالعات انیمیشن در سه دهه گذشته همگام با رشد همه جانبه این هنر در جهان گسترش یافته و مباحث و دیدگاه‌های نظری بسیاری را وارد حوزه هنر-رسانه و صنعت انیمیشن کرده است. در ایران نیز، نزدیک به یک دهه است که محافل علمی و آکادمیک انیمیشن، از بحث‌های مقدماتی، تکنیکال و عملی عبور کرده، وارد بحث‌های مختلف نظری در این حوزه شده است. باتوجه به کارکردهای سه گانه انیمیشن (هنر، صنعت، رسانه) که این کارکردها، انیمیشن را به دسته بندی‌ها و انواع مختلفی مانند: انیمیشن تلویزیونی، کوتاه تجربی، سینمایی، وب، نمایش‌های صحنه‌ای و نمایشگاهی و سایر دسته‌بندی‌ها تقسیم می‌کند، و با توجه به رویکردهای نظری مختلفی که در حوزه‌های مختلف علوم انسانی از جمله: جامعه‌شناسی، روانشناسی و نیز فلسفه هنر، به شکل مشترک و بینارشته‌ای وجود دارد، لزوم ورود به موضوعات تازه و جزء نگرانه در مطالعات انیمیشن، بیش از گذشته آشکار می‌گردد.

«مطالعات فرهنگی» از جمله مهم‌ترین رویکرد نظری‌ای به شمار می‌رود که از اواخر دهه هفتاد میلادی به تدریج وارد تحلیل آثار رسانه‌ای و هنری شده و مهم‌ترین جنبه آن، بررسی چگونگی خلق «ساخت معنی» و محتواهایی است که می‌توان از طریق خوانش متون هنری، به آن دست یافت؛ درون‌مایه‌هایی از زندگی روزمره و سبک زندگی ملیت‌ها، اقوام و فرهنگ‌های مختلف که می‌توانند به تفاوت‌ها و اشتراکات فرهنگ بشری در سرتاسر جهان اشاره کرده و به گفت و گویی سازنده منتهی گردد. چگونه گذراندن اوقات فراغت، عبادت کردن، لباس پوشیدن، غذا خوردن، خوابیدن، خود را آراستن، مصرف کردن، سخن گفتن، به جا آوردن مراسم ملی و مذهبی، و همه اعمال روزانه ما و همه جوامع، می‌تواند با فرهنگ دیگری متمایز باشد. تمرکز بر موضوعات فوق، مطالعات فرهنگی را به شکلی، تبدیل به مطالعه «زندگی روزمره و سبک زندگی» کرده است.

در میان گونه‌های مختلف انیمیش، انیمیشن تلویزیونی به دلیل گستردگی و نیز به علت اینکه مخاطب اصلی آن کودک (خردسال، کودک و نوجوان) و البته خانواده است و این گروه‌های سنی، نیازمند تربیت و آموزش هستند، آثار مورد بررسی، برای مطالعه چگونگی بازنمایی مضامین فرهنگی-اجتماعی در زندگی روزمره را تشکیل می‌دهد. همین‌طور بررسی تطبیقی انیمیشن ایران و انگلیس به دلیل وجود شباهت‌ها از منظر ساختار تولید، رویکرد آموزشی و هدف گذاری رسانه‌ای، کمک می‌کند تا بتوانیم معیاری مناسب برای داشته‌ها و نداشته‌های انیمیشن تلویزیونی ایران داشته باشیم. بررسی موضوع زندگی روزمره از منظر مطالعات فرهنگی، خوانندگان را به حیطه‌های تازه‌ای در مطالعه فیلم‌های انیمیشن که خود آغازی بر، گسترش بحث‌های نظری در مطالعات انیمیشن است، وارد می‌کند. در پایان برخورد واجب می‌دانم، از همراهی دکتر کامران افشار مهاجر و دکتر فاطمه حسینی شکیب تشکر نمایم. همین‌طور از معاونت پژوهشی دانشگاه هنر که فضایی پویا در انتشار پژوهش‌های هنری و رسانه‌ای فراهم ساخته است.

محمدعلی صفورا

عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه

انسان از تاریخ ساخت اولین فیلم انیمیشن ایرانی که ۱۳ ثانیه بود (ملا نصرالدین: اسفندیار احمدیه، ۱۳۳۶) و در وزارت فرهنگ و هنر آن زمان ساخته شد بیش از نیم قرن می‌گذرد (جواهریان: ۱۳۷۸، ۲۸). با این وجود به نظر می‌رسد، انیمیشن ایران به پیشرفتی درخور نزدیک به ۶۰ سال سابقه دست نیافته‌است. نگاهی به تولیدات سه دهه اول انیمیشن ایران (دوران شکل‌گیری و رونق اولیه) نشان می‌دهد که این تولیدات فراتر از آثار «هنری-جشنواره‌ای» نرفته، و تولیدات انیمیشن در قالب تولید انبوه و «انیمیشن تلویزیونی» وجود نداشته، بنابراین، آثار تولید شده در انیمیشن ایران تا آن زمان، نقش مهمی در فرهنگ‌سازی و آموزش کودکان از طریق ارائه انواع مضامین، محتوا و درون‌مایه‌های مرتبط با «زندگی روزمره»^۱ آنها، به شکل مستقیم نداشته‌است. پیش از ورود به بحث اصلی لازم به ذکر است، در پیوست کتاب از منظر محتوا و مضامین، مروری بر تاریخچه انواع انیمیشن در ایران و انگلیس صورت پذیرفته، اما به دلیل گستردگی و اهمیت انیمیشن تلویزیونی، که ارتباطی تنگاتنگ با مخاطب کودک و عام دارد، متن کتاب بر انیمیشن تلویزیونی تمرکز دارد.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی (۱۳۵۷)، صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران از سال‌های اولیه دهه شصت شمسی بخش کوچکی را به تولید انیمیشن برای مصارف ساعات بسیار محدود برنامه‌های کودکان و نوجوانان اختصاص می‌دهد. همگام با سینمای رو به رشد کودک و نوجوان در نیمه دوم دهه شصت معدود آثار موفق و پرمخاطب انیمیشن مانند سریال انیمیشن ایرانی «علی کوچولو»^۲ به نمایش درمی‌آید. از اوایل دهه ۷۰ با پایان جنگ تحمیلی، با تشکیل مرکز پویانمایی صبا (۱۳۷۳)، گسترش همه‌جانبه شبکه‌های تلویزیونی، راه‌اندازی مجدد رشته انیمیشن در دانشگاه‌ها (اواخر دهه ۶۰) و همگام با ورود رایانه به عرصه تولیدات، انیمیشن ایران به شکل حرفه‌ای مجالی برای ظهور پیدا می‌کند. از این تاریخ به بعد انیمیشن ایران با وجود مشکلات فراوان تولید، چه از نظر کمی و چه از لحاظ کیفی همواره روندی رو به رشد داشته‌است. در طول بیست سال گذشته، رشد و شکوفایی انیمیشن تلویزیونی ایران به گونه‌ای بوده که توانسته‌است زمان پخش زیادی از ساعات تلویزیون ایران را به خود اختصاص دهد، و با پرکردن ساعات فراغتِ خردسالان، کودکان و نوجوانان (و گاه بزرگسالان) در شبکه‌های

1. Everyday life

۲. مجموعه «علی کوچولو» تولید اوایل دهه شصت تلویزیون، با تکیه بر مضامین اصیل، با تکنیک فتو انیمیشن اثری بسیار ساده و جذاب بود. در این مجموعه قصه قهرمان داستان با تکیه بر نریشن روایت می‌شد؛ قصه پسری به نام علی کوچولو که در دهه شصت ایران زندگی می‌کرد و پدرش یکی از رزمندگانی بود که برای دفاع از کشور به جبهه رفته بود، به همین دلیل علی کوچولو و مادرش تنها بودند. این موضوع و درون‌مایه در قصه هر قسمت از مجموعه به گونه‌ای مطرح می‌شد.

متعدد تلویزیونی، با وجود فاصله داشتن از استانداردهای تولید جهانی، ظهور یک صنعت نوپا و پویا در «انیمیشن تلویزیونی» ایران را نوید دهد. در کنار تولیدات صبا، لازم است به تولیدات انیمیشن در مراکز سی و دوگانه استانی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، که به لحاظ رشد کمی و کیفی به موازات مرکز صبا پیش رفته است، نیز اشاره شود.

علاوه بر سریال‌ها و مجموعه‌های انیمیشن تلویزیونی، استفاده موثر از انیمیشن در تیزرهای تبلیغاتی تلویزیونی، پیام‌های آموزشی برای شهروندان در استفاده از انرژی، بازیافت و یا فرهنگ ترافیک و غیره، جذابیت این رسانه را در سطحی قابل قبول در کشور مطرح کرده است. «انیمیشن ایران در حال حاضر از نظر کمی دوران ویژه‌ای را تجربه می‌کند، اما به دلیل کم توجهی به مقوله کیفیت، اغلب فرآیند تأثیرپذیری بر مخاطبان را از دست می‌دهد» (پسیان: ۱۳۸۸، ۱۸). باتوجه به پیشرفت‌های حاصله، ضعف‌ها و آسیب‌های موجود در بسیاری از تولیدات انیمیشن تلویزیونی ایران به نظر می‌رسد، بسیاری از این آثار (سریال و مجموعه)^۱ بویژه از منظر تنوع «مضامین و محتوا» که مرتبط با نیازها و زندگی روزمره انواع مخاطبان باشد، قابل قیاس با آثار مشابه کشورهای صاحب این صنعت نباشد؛ بنابراین اغلب این تولیدات نتوانسته‌اند به نیازهای واقعی مخاطب داخلی به شکل کامل پاسخ دهد و در ارائه به بازار جهانی نیز (به عنوان یک صنعت) موفق عمل کنند. «بازار کوچک تولید انیمیشن در ایران فاصله قابل توجهی با بازار جهانی و روند تولید آن در سطح بین المللی دارد و این هنر-صنعت در کشورمان کماکان شبیه یک کارگاه کوچک تولیدی باقی مانده است» (سلطانی: ۱۳۸۸، ۷۸). بنابراین، تلاش بر این است با مقایسه تولیدات انیمیشن ایران با تولیدات مشابه یکی از کشورهای صاحب نام (انگلیس) در این صنعت، به شباهت‌ها و تفاوت‌های این تولیدات اشاره شود.

در این مسیر ابتدا لازم است به مهم‌ترین دلایل انتخاب کشور انگلیس از میان کشورهای صاحب صنعت انیمیشن مانند آمریکا و ژاپن، که برای مقایسه انتخاب گردیده اشاره شود. اول، با وجود آنکه انیمیشن در کشور انگلستان از قدمت و ریشه‌ی عمیقی برخوردار است، اما شیوه‌های تولید، به تولیدات ایران نزدیک است؛ اکثر آثار تولید شده، تولید استودیوهای کوچک خصوصی مانند «آردمن»^۲، است که برای شبکه‌های تلویزیونی دولتی مثل «بی‌بی‌سی» و «کانال چهار» تولید می‌شوند. بنابراین از شیوه تولید انبوه، در نظام استودیوهای بزرگ آمریکایی مانند انیمیشن‌های شرکت دیزنی و برادران وارنر که بازاری در مقیاس بسیار بزرگ دارند و تنها خاص آن کشور است، فاصله دارد. گل محمدی (۱۳۸۵) در ارتباط با سیر تحول صنعتی شدن انیمیشن در آمریکا اشاره می‌کند: «در این رویکرد تلاش‌های هنری-فردی به سوی شکل‌گیری استودیوهای بزرگ صنعتی همچون استودیو برادران وارنر و استودیو دیزنی تغییر جهت داد» (گل محمدی: ۱۲۱، ۱۳۸۵). به لحاظ محتوایی نیز انیمیشن در آمریکا با تقویت شیوه‌های عامه‌پسندانه در جهت ایجاد یک فرهنگ سنتی عظیم حرکت کرد. محتوای آثار دیزنی نیز که بر کلیت آثار انیمیشن این کشور تأثیر می‌گذارد، بازنمایی جهانی آرمان‌گرایانه (با فاصله از زندگی روزمره) است. «بدون شک یکی از رموز موفقیت والت دیزنی، تلاش او برای ساخت فیلم‌هایی برای خانواده‌ها و با کاراکترهایی با اخلاق، معیارهای ایده آل و موضوعاتی خوش فرجام بود. در دنیای دیزنی جایی برای موضوعات و کاراکترهایی که منشأ هرگونه بداندیشی و شر باشند نیست و احترام به اخلاقیات و آموزش فرهیخته و ساده بودن، جزء لاینفک این دنیاست» (حُسَنایی، ۱۳۸۸، ۳۴). بنابراین باتوجه به

۱. در این کتاب از میان انواع «انیمیشن تلویزیونی»، تنها تحلیل سریال‌ها و مجموعه‌های انیمیشن مدنظر است و انواع دیگر انیمیشن تلویزیونی مانند: انیمیشن‌های تک قسمتی، تیزرهای بازرگانی و غیره مورد نظر نمی‌باشد.

رویکرد اصلی این مکتوب (بازنمایی محتوای زندگی روزمره) محتوای انیمیشن آمریکا مورد مناسبی برای مطالعه و تطبیق به شمار نمی‌رود.^۱

یکی دیگر از شباهت‌های تولید آثار انیمیشن تلویزیونی ایران و انگلیس، وجود «رویکرد آموزشی» در آثار این دو کشور است. تولیدات انیمیشن تلویزیونی کشور انگلستان نیز مانند ایران در عین توجه به جنبه سرگرمی‌سازی، بیشتر آموزش محور است. شبکه تلویزیونی «سی‌بی‌سی»^۲ و «سی‌بی‌بی»^۳ برای دنیا انیمیشن‌هایی با رویکرد آموزشی- تربیتی با توجه به مخاطبین هدف (خردسال، کودک و نوجوان) تولید کرده و درونمایه‌ها و پیام‌های آموزشی مرتبط با آن‌ها را در انواع تولیدات انیمیشن انعکاس می‌دهند. به نظر می‌رسد، مهم‌ترین دلیل موفقیت این آثار از جنبه مضامین و محتوا، به انعکاس مسائل، نیازها و روابط جاری در زندگی روزمره مخاطبان هدف بازمی‌گردد.^۴ براساس اهداف و سیاست‌گذاری‌های سازمان صدا و سیما،^۵ انیمیشن‌های تلویزیونی ایران نیز به عنوان یکی از انواع تولیدات تلویزیونی، رویکردی کاملاً آموزشی و تربیتی دارند و برنامه‌های صرفاً سرگرم‌کننده، جزء سیاست‌های تولیدات انیمیشن تلویزیونی ایران نمی‌باشد.^۶ اما برخلاف تولیدات انیمیشن تلویزیونی ایران که اغلب این آثار جذابیت زیادی برای مخاطبان داخلی و خارجی ندارد، بیشتر تولیدات انیمیشن تلویزیونی کشور انگلیس از جنبه تکنیک و تنوع مضامین، در سطحی است که اغلب این آثار علاوه بر اقبال مخاطب داخلی، در تلویزیون‌های سراسر جهان نیز پخش می‌شوند و ضمن معرفی فرهنگ این کشور، چرخه اقتصادی مناسبی نیز برای صنعت انیمیشن انگلیس، بوجود آورده است. به نقل از سایت رسمی بی‌بی‌سی، هم اکنون در جمهوری ایرلند، سنگاپور، هنگ کنگ، لهستان، اندونزی، مکزیک، آفریقا، استرالیا و ایالات متحده در دسترس است. شبکه‌های بین‌المللی، بسیاری برنامه‌های این شبکه را خریداری و نمایش

۱. علاوه بر کشور آمریکا و انگلیس که درباره آنها اشاره شد، از میان کشورهایی که انیمیشن تلویزیونی در آن به عنوان یک صنعت توسعه یافته وجود دارد، می‌توان به کشور ژاپن اشاره کرد که مضامین و محتوای موجود در انیمیشن تلویزیونی این کشور با وجود قصه‌ها و مضمون‌های فراوان در فرهنگ ژاپنی، همیشه دوستدار ساخت مجموعه‌ها و فیلم‌هایی بوده که قصه‌هایشان اقتباسی از آثار کلاسیک بین‌المللی و خارجی است. «مجموعه «تئاتر شاهکار جهان/World Masterpiece Theater» (۱۹۹۶) مجموعه‌ای از انیمیشن‌های تلویزیونی ژاپن است که داستان‌های کلاسیک دنیا را به تصویر کشیده است. داستان‌هایی مانند «هایدی، دختر آلپ»، «خانواده‌ی دکتر ارنست»، «باخاندان»، «بابا لنگ‌دراز» و آثاری از این دست، اصطلاح «واقعی» را به خاطر محتوای واقع‌گرایانه خود، وارد ادبیات انیمیشن تلویزیونی نمودند. اکثر این داستان‌ها زندگی کودکی یتیم که در جستجوی خوشبختی (خانواده، مادر یا سطح بهتری از زندگی) هستند را روایت می‌کنند» (امینی: ۱۳۹۲، ۳۰، به نقل از animenewsnetwork.com). بنابراین، به دلیل اینکه بسیاری از آثار تلویزیونی کشور ژاپن براساس محتوا و مضامین فرهنگی- اجتماعی و زندگی روزمره مردم ژاپن نیست، آثار این کشور نیز مورد مناسبی برای مقایسه به شمار نمی‌رود. لنگرودی (۱۳۹۱) به نقل از بخش اقتصادی ژاپن/ Japanese Economy Division می‌نویسد: «بازهم این نکته جای تامل دارد که با توجه به آن که انیمیشن ژاپن این محصولات را به کلیه شبکه‌ها و مخاطبان عرضه می‌کند، ولی موضوعات مورد استفاده در آثار خود را از اروپا و آمریکا می‌گیرد» (بخش اقتصادی ژاپن، ۲۰۰۵، ۷).

2. CBBC

3. CBeebies

۴. «طبق بررسی انجام گرفته توسط پروفیسور مایر مسنجر داویز، خروجی برنامه‌های سی‌بی‌بی‌ز نسبت به رقبایش، از لحاظ کیفی، ارتقای سطح علمی خانواده‌ها، ارزش‌های آموزشی به عنوان یک موفقیت و پیروزی شناخته شده است که دارای ارزش‌های روشن اجتماعی است» (قربانی: ۱۳۹۱، ۱۵۴).

۵. عزت‌الله ضرغامی رئیس وقت سازمان صدا و سیما، در کتاب منشور رسانه (۱۳۸۷) که براساس نظرات امام خمینی و آیت الله خامنه‌ای (رهبران جمهوری اسلامی ایران) جزئیات سیاست کلی سازمان صدا و سیما، در آن تدوین گردیده است، می‌گوید: «در نظام جمهوری اسلامی، صدا و سیما در حکم دانشگاه عمومی، به منزله امین نظام و مردم، حامل پیام انقلاب اسلامی است که از سویی موظف به تعمیق و ارتقای معرفت دینی، ایمان روشن‌بینانه، اخلاق فاضله و رفتار خالصانه‌ی احاد جامعه با حفظ و اعتلای فرهنگ و هویت ایران اسلامی است و از سویی دیگر، رسالت ابلاغ پیام جانفزا و بیدارکننده انقلاب اسلامی را برای جهان تشنه عدالت و معنویت امروز بر عهده دارد.» (از کتاب منشور رسانه، انتشارات سازمان صدا و سیما، ص ۱)

۶. در کتاب منشور رسانه به تقدم نقش آموزشی صدا و سیما با استناد به سخنان امام خمینی به شکل مشخص اشاره می‌شود. «صدا و سیما خیلی مسئولیت دارد. رادیو و تلویزیون یک دستگاه سرگرم‌کننده نیست؛ یک دستگاه آموزنده است. امروز تمام دنیا دارند از رادیو و تلویزیون برای آموزش، در همه‌ی شکل‌های آن، استفاده می‌کنند» (۹۸/۱۵ دیدار با پزشکان و پرستاران).

می‌دهند. به عنوان نمونه مجموعه انیمیشن «پپا پیگ»^۱ با مخاطب کودک در ۱۸۰ کشور جهان پخش می‌شود. اقبال از برنامه‌های این شبکه که توجه کودکان جهان را به خود جلب کرده است باعث شده صاحب این کانال‌ها اکثر شرکت‌های آمریکایی باشند. بنابراین، علاوه بر شباهت‌های یادشده، وجود استانداردهای بالا، در اختیار داشتن بازار جهانی، توجه به مضامین فرهنگی-اجتماعی و زندگی روزمره براساس نیازهای واقعی مخاطب، در آثار انیمیشن تلویزیونی انگلیس، باعث گردید، آثار انیمیشن این کشور، به عنوان نمونه‌ای هدفمند برای مقایسه انتخاب گردد.^۲

براساس نظرات فردریک تیلور در (۱۹۱۰ تا ۱۹۱۵)^۳ در خصوص سیستم تولید انبوه صنعتی، از حدود دهه سوم قرن بیستم، ویژگی‌های تولید انبوه در شکلی محدود ابتدا وارد سینما و سپس وارد انیمیشن شد و تولید انبوه انیمیشن کم‌کم در برخی از کشورها مانند آمریکا و با فاصله (بعد از جنگ دوم جهانی) در ژاپن گسترش یافت (فرنس: ۱۳۸۴، ۳۷ و ۳۸). زمینه‌های گسترش تولید انبوه انیمیشن در وحله اول به پیشرفت و گسترش تلویزیون در دهه پنجاه میلادی برمی‌گردد. دلیل آن نیز نیاز مبرم تلویزیون به پخش برنامه‌های مختلف از جمله انیمیشن در طول روز می‌باشد. اما تولید انبوه انیمیشن در شکل وسیع و صنعتی همزمان با گسترش شبکه‌های تلویزیونی و نیز گسترش استفاده از رایانه در ابتدای دهه هشتاد میلادی صورت گرفت.^۴ در سال‌های بعد به تدریج استفاده از رایانه در مراحل مختلف تولید انیمیشن، باعث سرعت گرفتن تولیدات انیمیشن و رشد کمی قابل توجهی در زمینه انیمیشن صنعتی در بسیاری از کشورها از جمله ایران گردید.

انیمیشن تلویزیونی ایران، امروزه درحد لزوم به انواع نرم‌افزارها، سخت افزارها و ابزار تولید دسترسی دارد. تهیه امکانات فنی، صرف بودجه و هزینه‌های بسیار طی دو دهه گذشته، تولید کمی آثار فراوان (تولید تنها بیش از ۳۰۰ سریال و مجموعه انیمیشن در مرکز صبا و سیمای استان‌ها)^۵، عدم برقراری ارتباط موثر مخاطب با اغلب این آثار و مهمتر از همه توفیق اندک در موضوع فرهنگ‌سازی به اهمیت موضوع اشاره می‌کند. «ما شاهد تولیدات کمی در زمینه انیمیشن ایرانی هستیم، تولیداتی که بدون در نظر گرفتن مخاطب شکل گرفته و صرفاً مصرف‌کننده بودجه تعیین شده خواهد بود... اما مطمئناً ارزیابی کیفی و پس از تولید این گونه انیمیشن‌ها، ضعف تکنیکی و موضوعی اغلب آن‌ها را آشکار کرده و ادامه راه را جهت تولیدات آتی ناممکن خواهد ساخت» (گلپایگانی: ۱۳۸۸، ۱۱۸). توجه به نکات فوق می‌تواند بر روند فعلی سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های مرتبط با تولید انیمیشن تلویزیونی ایران به‌ویژه از جنبه محتوا تاثیر بگذارد.

1. Peppa Pig

۲. در مقاله «مردم معمولی ایران، و تاثیر فرهنگی بریتانیا» (۱۳۸۱) در فصل‌نامه تاریخ روابط خارجی، ضمن توجه به زبان‌های حضور استعمار دراز مدت انگلیس به لحاظ سیاسی و فرهنگی در ایران، به تاثیرات مثبت فرهنگی و دیگر حیطه‌های تحت نفوذ در این حضور طولانی پرداخته و به مواردی مانند، ایجاد پارلمان، موسسات دولتی، ایجاد آموزشگاه‌های فنی و گسترش آموزش زبان انگلیسی که نقش مهمی در نوسازی ایران داشت اشاره می‌شود. همچنین از بعد فرهنگی به پارک سازی، سینما، بازی فوتبال و چرخ خیاطی سنرگر (کارآفرینی زنان) که توسط انگلیسی‌ها گسترش یافت اشاره می‌شود. این موضوعات مسلماً در سبک زندگی روزمره مردم دو کشور قربت‌هایی را به‌وجود آورده است (نورایی، ۱۳۸۱).

۳. Fredrick Taylor: تیلور بیستم بین سال‌های ۱۹۱۰ تا ۱۹۱۵ به ویژه بعد از انتشار کتاب تیلور، به نام «اصول مدیریت علمی» در سال ۱۹۱۱ نه تنها بر حرفه سینما، بلکه بر سرتاسر صنعت آمریکا تاثیر به سزایی داشت (فرنس: ۱۳۸۴).

۴. «در اوایل دهه‌ی (۱۹۸۰) لوکاس فیلم جای خود را به عنوان پیشگام در توسعه‌ی جلوه‌های خاص گرافیک رایانه‌ای باز کرد» (فرنس: ۱۳۸۴، ۲۷۸) شعبه پویانمایی لوکاس فیلم بعداً به نام پیکسار (۱۹۸۶) ثبت شد و بدین ترتیب اولین فیلم‌های انیمیشن رایانه‌ای ساخته و به تدریج این نوع تولیدات در اغلب کشورهای صاحب صنعت انیمیشن، گسترش یافت.

۵. با توجه به دسترسی نگارنده به آمار آرشو مرکز صبا و سیمای استان‌ها تعداد ۲۲۰ سریال در مرکز صبا و حدود ۸۰ سریال در مراکز سیمای استان‌ها تا ابتدای سال ۱۳۹۱ ثبت شده است.

مطالعه فرهنگ عامه و زندگی روزمره از جمله مهم‌ترین موضوعات در مطالعات فرهنگی است. نظریه‌پردازان زندگی روزمره، اصلی‌ترین جایگاه تولید معنی و شناخت و در عین حال جایگاهی که امکان تغییر و تحول در شکل زندگی وجود دارد را، توجه به کلیت زندگی روزمره می‌دانند (لاجوردی: ۱۳۸۸، ۳۹)، بنابراین به نظر می‌رسد، از آنجا که مخاطب بیشتر تمایل دارد، موضوعات زندگی روزمره خود را در آثار رسانه‌ای ببیند. بازنمایی اشکال مختلف فرهنگ عامه و ابعاد مختلف زندگی روزمره در شکل واقع‌گرایانه^۱، به عنوان جایگاه مهم تولید معنی و فرهنگ‌سازی، می‌تواند به مهم‌ترین موضوعات مورد علاقه مخاطب انیمیشن تلویزیونی اشاره داشته باشد؛ مضامینی که به نظر می‌رسد در تولیدات انیمیشن تلویزیونی ایران کمتر به آنها توجه و پرداخت شده و به این دلیل ارتباط مخاطب را با آثار مخدوش کرده است. به نظر می‌رسد، سیاست نانوشته انیمیشن تلویزیونی ایران، قرار گرفتن در جایگاه «قطب انیمیشن دینی» است، که براساس زمینه فرهنگی-اجتماعی و ایدئولوژیک (ایران با فرهنگ اسلامی-انقلابی) از سوی سازمان‌های سیاست‌گذار (صدا و سیما) طراحی گردیده است.^۲ از سویی اساسنامه تلویزیون کودکان تلویزیون «بی‌بی‌سی» کشور انگلستان، که در اولین اجلاس جهانی تلویزیون و کودکان در (۱۹۹۵) در ملبورن استرالیا ارائه شد، به سیاست‌گذاری انیمیشن تلویزیونی انگلستان اشاره دارد. محور اصلی این اساسنامه «توجه به نیازهای واقعی مخاطب» بیان می‌گردد.^۳ بنابراین، از جمله دلایل احتمالی وجود مشکل مطرح شده در آثار انیمیشن تلویزیونی ایران، شاید به همین تفاوت میان اهداف و سیاست‌گذاری‌ها برمی‌گردد، که باعث شده موضوعات و نیازهای واقعی انواع مخاطب در آثار انیمیشن تلویزیونی ایران کمتر حضور داشته باشد. بنابراین بررسی چگونگی بازنمایی، ضعف و یا غیبت مضامین فرهنگی-اجتماعی، موضوعات و درون‌مایه‌های مرتبط با زندگی روزمره مخاطب، در انیمیشن تلویزیونی که می‌تواند تأثیر زیادی در ایجاد ارتباط با مخاطب داشته باشد، مورد تحلیل قرار می‌گیرد. برای ورود به فصل‌های بعدی، ابتدا لازم است به ویژگی‌های انیمیشن تلویزیونی در شکل مختصر اشاره شود.

۱. در اینجا مراد از واقع‌گرایی، توجه به موضوعات و نیازهای متنوع و واقعی انواع مخاطب هدف مانند: نمایش توانایی‌ها، روابط اجتماعی، انعکاس فرهنگ بومی، سبک زندگی، آشنایی با فرهنگ‌های دیگر و غیره می‌باشد، و منظور از واقع‌گرایی، سبک رئالیستی و یا مفاهیم و بحث‌های فلسفی درخصوص واقع‌گرایی نمی‌باشد.

۲. رئیس وقت مرکز پویانمایی صبا (دکتر ساری): ایران اسلامی همه امکانات بالقوه از حیث منابع محتوایی، انسانی، مالی و... را برای یک جهش بزرگ در پویانمایی دارد؛ بنابراین تبدیل ایران به قطب پویانمایی دینی آرزوی دست‌نیافتنی نیست (ساری: جام‌جم، ۱۳۹۰).

۳. در بخشی از این اساسنامه آمده است کودکان باید ببینند، بشنوند و خودشان، فرهنگشان، زبان و تجربه‌های زندگیشان را از طریق برنامه‌های تلویزیونی مطرح کنند به طوری که معرف احساس آنها نسبت به خودشان، جامعه و محل زندگیشان باشد. برنامه‌های کودکان باید به ترویج آگاهی، درک و پذیرش فرهنگ‌های دیگر به موازات زمینه‌های فرهنگی خود کودک بپردازد (فون فی لیتزن و بوکت، ۱۳۸۴).