



مخاطبان را دریافت کرده است. امروز، با تجربه موفق «پسر دلفینی»، «بچه زنگ» و «بیعی قهرمان»، وقت آن است که این موج به بستری ماندگار بدل شود؛ تا ۱۶ مهر تنها روزی برای جشن گرفتن کودکان نباشد، بلکه نماد بلوغ یک صنعت فرهنگی پویا و آینده دار باشد.

چهره‌های تأثیرگذار در سینمای کودک ایران

اگر تاریخ سینمای کودک ایران را مثل یک زنجیر ببینیم، حلقه‌های اصلی اش را چند نسل از هنرمندان ساخته‌اند: نسلی که «زبان کودک» را کشف کرد، نسلی که آن زبان را به خاطر جمع می‌تبدیل کرد، و نسل تازه‌ای که از آن خاطره صنعت می‌سازد. اهمیت این چهره‌ها فقط در نام‌هایشان نیست؛ در «روش»‌هایی است که برای روایت، تولید و ارتباط با کودک ابداع کرده‌اند- روش‌هایی که امروز می‌تواند نقشه راه باشد. نسل بنیان‌گذار با کانون پرورش فکری آغاز می‌شود؛ جایی که فیلم‌سازان و انیماتورهایی چون نورالدین زرین لک و فرشید مثقالی استانداردهای زیبایی‌شناسی کودک را بالا بردند و نشان دادند تصویر و ریتم و موسیقی، پیش از «پیام»، باید کودک را جذب کند. هم‌زمان، فیلم‌سازانی مثل عباس کیارستمی و ابراهیم فروزش در همکاری با کانون، زاویه دید کودک را جدی گرفتند: جهان از قَد کودک تعریف می‌شود، قصه با کنجکاو او پیش می‌رود و اخلاق از دل تجربه درمی‌آید نه خطابه. دستاورد این نسل، تثبیت یک «سواد بصری» برای مخاطب خردسال بود؛ سوادى که هنوز هم معیار تشخیص کار خوب از بد است. نسل بعد، زبان کودک را به «خاطره جمعی» بدل کرد. مرضیه برومند با مدرسه موش‌ها و «قصه‌های تا به تا» ثابت کرد شخصیت پردازی عروسکی اگر درست طراحی شود، فراتر از تلویزیون می‌رود و به سرمایه فرهنگی کشور

بازگشت سرمایه، دشواری کار با بازیگران خردسال و فقدان بازار جانبی (مانند اسباب‌بازی و لایسنس). در مقابل، انیمیشن‌هایی که بر پایه کاراکترهای آشنا یا محبوب ساخته می‌شوند- از «شهر موش‌ها» گرفته تا «بیعی»- توانسته‌اند ریسک را کاهش دهند و مخاطب وفادار جذب کنند. چالش‌های ساختاری سینمای کودک همچنان جدی است: کمبود فیلمنامه‌های متناسب با گروه‌های سنی مختلف، ضعف در بازار بای می‌همان برای کودک و والد، فاصله با استانداردهای فنی روز انیمیشن و نبود اکوسیستم درآمد جانبی. تا زمانی که فروش بلیت تنها منبع اصلی درآمد باقی بماند، سرمایه‌گذاری در این حوزه پرریسک خواهد ماند.

با این همه، تجربه‌های اخیر نشان می‌دهد که مسیر روشن است. اگر اقتباس از ادبیات کودک، توسعه IP‌های بومی، حضور مشاوران روان‌شناسی رشد در فرآیند نگارش، معافیت‌های مالیاتی هدفمند و پیوند مستقیم با مدارس جدی گرفته شود، سینمای کودک می‌تواند از «رونق مقطعی» به «صنعت پایدار» تبدیل شود.

سینمای کودک در ایران، هر بار که به زبان واقعی کودکان نزدیک شده و در عین حال دغدغه والدین را نیز در نظر گرفته، پاسخ شگفت‌انگیز

تبدیل می‌شود. کیومرث پوراحمد با «قصه‌های مجید» ادبیات کودک را به درام تصویری قابل لمس برای خانواده‌ها ترجمه کرد و بیژن بیرنگ و مسعود رسام با ترکیب طنز و تربیت، همان تجربه را در قالب سریال محبوب چندنسلی تثبیت کردند. نقطه اوج این رویکرد، کار مشترک ایرج طهماسب و حمید جبلی با «کلاه قرمزی» بود: یک نمونه کلاسیک از «IP بومی» که مرز رسانه را شکست، به سینما آمد، اقتصاد جانبی ساخت را مهم‌تر از همه- اعتماد والدین را به محتوای داخلی برگرداند. دستاورد این نسل، فراتر از محصول است؛ «مدل» ساختن است: اتاق نویسندگان، طراحی کاراکتر، و نگهداری از لحن یک جهان قصه‌گویی در گذر زمان.

نسل سوم، موتور جهش فنی و صنعتی شد: موج انیمیشن سه‌بعدی و استودیوهای خصوصی که نشان دادند اگر روی کیفیت تکنیکی، طراحی شخصیت و بازاریابی خانواده‌گی سرمایه‌گذاری شود، کودک ایرانی فقط مصرف‌کننده پیکسار و دیزنی نیست. هادی محمدیان (با «شاهزاده روم»، «فیلمشاه» و «بچه‌زنگ») و حامد جعفری به‌عنوان تهیه‌کننده، مدل «اکران خانوادگی در کنار کمپین مدرسه‌ای و محصولات جانبی» را تبدیل به قاعده کردند. در سوی دیگر، کارگردان‌هایی مثل محمد خیراندیش با «پسر دلفینی» مسیر دسترسی به بازارهای منطقه‌ای را جدی گرفتند و نشان دادند صادرات محتوا ممکن است. در همین دوره، فیلم‌سازی چون نرگس آبیاری با «نفس» یادآور شدند که «نگاه از قَد کودک» فقط مخصوص انیمیشن نیست؛ در سینمای لیاواکشن هم می‌شود جهان را از چشم کودک دید و خانواده را همراه کرد. دستاورد این نسل، صنعتی کردن تجربه است: از واحدهای رندرینگ و استوری‌بورد تا مدیریت کمپین و فروش لایسنس.

اما تأثیرگذاری فقط به نام‌ها محدود نمی‌شود؛ «فکش‌ها» هم مهم‌اند. عروسک‌سازان و طراحان کاراکتر (مثل تیم‌های پشت «کلاه قرمزی») به ما آموختند که دوام یک دنیا، به اصالت بصری‌اش وابسته است. آهنگسازان کودک نشان دادند گوش تربیت‌شده، نیمی از مسیر ارتباط را می‌سازد. مدیران با سیاست در کانون و جشنواره اصفهان، بستر کشف و شبکه‌سازی استعدادها را فراهم کردند تا پروژه‌ها از «اثر تک‌نفره» به «کار گروهی» برسند. حتی پخش کنندگان و صاحبان سالن وقت سانس‌های خانوادگی را جدی گرفتند، به اندازه

فیلم‌ساز

