



دنیای کودک بیگانه. این در حالی است که نمونه‌های موفق جهانی نشان می‌دهند ترکیب هوشمندانه روان‌شناسی رشد با درام سینمایی می‌تواند هم سرگرم‌کننده باشد و هم آموزنده. شکاف نسلی میان تولیدکنندگان و مخاطبان نیز بُعد دیگری از ماجراست. امروز کودکان بیش از هر زمان دیگری در معرض محتوای جهانی قرار دارند؛ از یوتیوب و نتفلیکس گرفته تا بازی‌های ویدئویی. طبیعی است که سطح توقع آن‌ها از کیفیت بصری و قصه‌گویی بسیار بالا رفته باشد. در چنین شرایطی، تولیدات داخلی که از نظر بودجه، تکنیک و بخش جهانی عقب‌تر هستند، کمتر می‌توانند رقابتی جدی داشته باشند. نتیجه آن است که کودک ایرانی بیشتر به سمت قهرمانان و قصه‌های وارداتی جذب می‌شود تا شخصیت‌های ساخته‌شده در سینمای ملی. در نهایت باید به اقتصاد شکننده تولید نیز اشاره کرد. سرمایه‌گذاران خصوصی کمتر به این ژانر وارد می‌شوند، زیرا بازگشت سرمایه نامطمئن است. بازار داخلی کوچک، صادرات محدود و ضعف در دوبله و بازاریابی بین‌المللی، همه دست‌به‌دست هم داده‌اند تا سینمای کودک بیش از هر بخش دیگری به بودجه‌های دولتی وابسته باشد. این وابستگی نه تنها آزادی عمل فیلمسازان را کاهش می‌دهد، بلکه گاه باعث می‌شود آثار بیش از آنکه با نیاز واقعی مخاطب ساخته شوند، در چارچوب سیاست‌های سفارشی شکل بگیرند.

در مجموع، سینمای کودک ایران در شرایطی قرار دارد که بیش از هر چیز به یک نگاه استراتژیک و ملی نیازمند است. اگر قرار است این ژانر از محدوده جشنواره‌ها و پروژه‌های مقطعی فراتر رود، باید سیاست‌گذاری منسجم، حمایت اقتصادی پایدار، توجه به فیلمنامه و محتوای خلاقانه و نهایتاً ایجاد چرخه توزیع حرفه‌ای در دستور کار قرار گیرد. در غیر این صورت، همچنان میان رؤیا و واقعیت سرگردان خواهد ماند و فرصت‌های بزرگ فرهنگی و اقتصادی آن از دست خواهد رفت.

شکل دادن به عادت تماشای کودک سهم داشتند. جمع‌بندی این مسیر روشن است: هر بار که سینمای کودک ایران به یکی از این سه اصل وفادار بوده: (۱) نگاه از قَد کودک، (۲) کاراکتر ماندگار و جهان‌روایی قابل توسعه، (۳) اکوسیستم حرفه‌ای تولید و پخش، هم محبوب شده، هم پایدار مانده. چهره‌های اثرگذار این حوزه، در واقع حاملان همین سه اصل‌اند. اگر امروز بخواهیم رونق مقطعی ۱۴۰۲ تا ۱۴۰۴ را به رشد پایدار تبدیل کنیم، باید از این میراث‌الگو بگیریم: اتاق نویسندگان با مشاور رشد، توسعه IP‌های بومی، و زنجیره تولید.

چالش‌های سینمای کودک در ایران؛ میان رؤیا و واقعیت

سینمای کودک در ایران، اگرچه همواره به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ژانرهای فرهنگی و تربیتی شناخته شده، اما هیچ‌گاه نتوانسته جایگاه پایدار و قدرتمندی در صنعت سینمای کشور پیدا کند. این ژانر در چهار دهه گذشته بیشتر میان دو قطب «همیت فرهنگی» و «غفلت صنعتی» در نوسان بوده و همین وضعیت متناقض، موجب شده که سینمای کودک اغلب به تولیدات پراکنده و مقطعی محدود شود. نبود سیاست‌گذاری منسجم و حمایت پایدار، نخستین مانع جدی در این مسیر است؛ در حالی که دهه‌های گذشته کانون پرورش فکری و تلویزیون نقش مهمی در تولید مستمر آثار داشتند، امروز تولیدات کودک عمدتاً به اراده‌های فردی یا پروژه‌های سفارشی وابسته است. جشنواره بین‌المللی فیلم‌های کودکان و نوجوانان اصفهان نیز که باید موتور محرک این جریان باشد، بیشتر به یک رویداد نمادین بدل شده و نتوانسته زنجیره تولید، توزیع و مصرف را به هم متصل کند.

اما اگر نبود سیاست‌گذاری ریشه‌ای‌ترین مشکل بدانیم، بحران اکران و توزیع را می‌توان بزرگ‌ترین مانع عملی بر سر راه این ژانر دانست. سالن‌داران به دلیل سود تضمینی، ترجیح می‌دهند پرده را به کمدی‌های عامه‌پسند اختصاص دهند و فیلم‌های کودک را به سانس‌های صبحگاهی یا شهرهای کوچک محدود کنند. همین مسئله باعث شده حتی آثاری که توان بالقوه جذب خانواده‌ها را دارند، هرگز به چرخه رقابت واقعی وارد نشوند. تجربه‌هایی مثل فیلم‌ها یا بچه‌زنگ نشان داد که وقتی شرایط تبلیغ و اکران مناسب فراهم باشد، کودکان و خانواده‌ها استقبال می‌کنند؛ اما فقدان چنین برنامه‌ای، مانع از تداوم این موفقیت‌ها می‌شود. از سوی دیگر، سینمای کودک ایران با چالش‌های محتوایی نیز دست‌به‌دست است. بسیاری از آثار به دلیل نگاه بیش از حد آموزشی یا شعارزدگی، برای کودکان جذابیت ندارند. نبود اتاق‌های نویسندگی حرفه‌ای، مشاوران روان‌شناسی رشد و قصه‌پردازان خلاق، سبب شده فیلمنامه‌ها یا ساده و سطحی باشند یا به‌طور کامل با

سرمایه‌ای برای آینده

با وجود همه چالش‌ها، سینمای کودک در ایران ظرفیت‌هایی دارد که اگر به‌درستی به کار گرفته شود، می‌تواند هم به رشد فرهنگی نسل آینده کمک کند و هم به‌عنوان صنعتی سودآور عمل کند. نخستین و مهم‌ترین فرصت، بازار گسترده مخاطب داخلی است. بیش از یک‌سوم جمعیت کشور را کودکان و نوجوانان تشکیل می‌دهند و همراهی طبیعی خانواده‌ها در تماشای آثار کودک باعث می‌شود هر فیلم در این ژانر، پتانسیل جذب چندبرابری تماشاگر نسبت به آثار بزرگسال داشته باشد. تجربه‌های موفق مثل شهر موش‌ها (۱۳۹۳) و فیلیشاه (۱۳۹۶) نشان داد که این ظرفیت نه تنها در تئوری بلکه در عمل وجود دارد و می‌تواند گیشه را متحول کند. فرصت دوم، پتانسیل بالای داستان‌های بومی و ادبیات غنی ایران است. از شاهنامه فردوسی و قصه‌های عامیانه گرفته تا افسانه‌های محلی و قهرمانان تاریخی، منابعی وجود دارد که می‌توانند به تولیدات جذاب و ماندگار بدل شوند. متأسفانه بسیاری از این گنجینه‌ها هنوز به زبان سینما ترجمه نشده‌اند، در حالی که نمونه‌های جهانی مثل مونا (با الهام از افسانه‌های

فرصت دوم، پتانسیل بالای داستان‌های بومی و ادبیات غنی ایران است. از شاهنامه فردوسی و قصه‌های عامیانه گرفته تا افسانه‌های محلی و قهرمانان تاریخی، منابعی وجود دارد که می‌توانند به تولیدات جذاب و ماندگار بدل شوند. متأسفانه بسیاری از این گنجینه‌ها هنوز به زبان سینما ترجمه نشده‌اند

