

سبد مخاطب انیمیشن ایران خالی است

محمدحسین سلطانی
سینساز گروه فرهنگ

درباره سهم انیمیشن از سینمای جهان همین بس که امسال دومین سالی است که یک انیمیشن صدر جدول پر فروش های سینمای جهان را تصاحب می کند. سال ۲۰۲۴ درون و بیرون ۲ با بیش از ۱٫۵ میلیارد دلار همه را در شوک فرو برد و حالا چینی ها با انیمیشن نوا بیش از ۲٫۲ میلیارد دلار فروخته اند. با این همه، طی سه سال اخیر هیچ کدام از انیمیشن های ایرانی در میان اثر پر فروش سینمای ایران قرار نگرفتند. البته این خبر نا امیدکننده در کنار یک امیدواری هم وجود دارد. با بررسی سینمای ایران روی یک خط زمانی از سال ۱۴۰۰ تاکنون، سینمای ایران رشد نسبتاً محسوسی در صنعت انیمیشن داشته است، هر چند همین رشد هم در سال های مختلف نوسان داشته و فرایند ثابتی را طی نکرده است. سینمای ایران در سال ۱۴۰۰ به دلیل شرایط نابسامان کشور و همه گیری کرونا نتوانست انیمیشنی را روی پرده اکران ببرد و سهم این هنر-صنعت از سبد اکران صفر درصد بود. این در حالی است که در مدت مشابه چینی ها حدود ۳۲ اثر و آمریکایی ها نزدیک به ۲۱ اثر انیمیشن را روی پرده های سینمایشان اکران کردند. با این همه، سال ۱۴۰۰ هنوز داستان آغاز نشده و همه چیز از ۱۴۰۱ در نقطه پس از صفر قرار می گیرد.

۱۴۰۱؛ شروع مسیر سینمای انیمیشن در ایران

هر چند تاریخ سینمای انیمیشن در ایران پیشینه ای طولانی دارد، اما ورود این تولیدات به اکران، آن هم به صورت سبازمان یافته و با چند اثر، عمر چندانی ندارد. پس از شوک کرونا و فلج شدن سینما در ایران و تمام جهان، اوضاع تولیدات به هم خورد و نامتوازن شد. کمپانی های آمریکایی به دلیل هزینه بالا بسیاری از تولیداتشان را لغو کردند و سینمای انیمیشن در آمریکا، همانند تمام جهان، شکست خورد. با این همه، یک استثنا وجود داشت و آن هم چین بود. چینی ها به جای اینکه از تولیدات انیمیشنی شان بکاهند، میزان تولید را ثابت نگه داشتند و خلأ نبرد فیلم برای اکران را با اکران مجدد انیمه و انیمیشن های پر فروش سال های قبل جبران کردند؛ استراتژی ای که با اقبال مخاطبان هم مواجه شد. به عنوان مثال، چینی ها در سال ۲۰۲۰ نیمه ژاپنی پوپرینوی صخره کنار دریا (محصول سال ۲۰۰۸) را مجدداً روی پرده ترقای بردند.

از سال ۱۴۰۱ به بعد، توجه ها به سینمای انیمیشن در ایران جلب می شود و به مرور زمان و با عبور از شرایط کرونا، بازار انیمیشن هم در جهان گسترده می شود و دود انیمیشن پسر دلفینی و لوپتو وارد جریان اکران می شوند و در جایگاه پنجم و هشتم جدول قرار می گیرند و آمار خیره کننده ۱۰ درصد از کل فروش سینما را به خود اختصاص می دهند. پسر دلفینی حتی پا را فراتر از بازار ایران می گذارد و فروشی میلیون دلاری را در بازار جهانی رقم می زند. لوپتو و پسر دلفینی در مجموع ۱٫۲ میلیون دلار در بازار ایران (بر اساس ۳۵ هزار تومانی) فروختند. و این در حالی است که سینمای ایران در همان بازه زمانی تنها ۱۲٫۸ میلیون دلار فروخته است. با توجه به این اعداد و ارقام، به نظر می رسد سال بعد، سال خوش سینمای ایران باشد و تعداد تولیدات از ۴ درصد افزایش پیدا کند.

۱۴۰۲؛ هنوز کسی انیمیشن را به رسمیت نشناخته

با آغاز سال ۱۴۰۲ و افزایش تولیدات سینمایی، به نظر می رسد تولیدات انیمیشنی هم به سمت افزوده شدن برود. با این حال، سینمای انیمیشن بیشتر از آنچه بر آورد می شدد از کرونا آسیب دید. به عنوان مثال، همین انیمیشن یوز به عنوان یکی از تولیدات نسبتاً موفق از نظر تکنیکی و گرافیکی، به دلیل کرونا دچار سکنه شد و ساخته شدنش با وقفه ای جدی مواجه شد.

در این سال، حدود ۶٫۶ درصد از سهم فروش کل سینما به انیمیشن می رسد و ۳٫۴ درصد سهم انیمیشن کاهش پیدا می کند، هر چند که میزان فروش ۲۰۰ هزار دلار افزوده شده است. از آن طرف، سهم سینمای انیمیشن از تعداد کل آثار به حدود ۳٫۵ درصد کاهش پیدا کرد و به دو اثر بچه زرنگ و مسافری از کانورا محدود شد. بچه زرنگ در جدول فروش آثار در جایگاه ششم قرار گرفت و مسافری از کانورا در رتبه سیزدهم. فیلم هایی که در مجموع ۱٫۴ میلیون دلار (با دلار ۵۲ هزار تومان) فروختند.

۱۴۰۳؛ از نظر تعداد افزایش پیدا می کند

سال ۱۴۰۳ اوج دوران انیمیشن (از نظر تعداد اکران) در تاریخ سینمای ایران است. چهار تولید روی پرده اکران می روند و سهم انیمیشن از نظر تعداد به ۶٫۶ درصد می رسد. این در حالی است که به دلیل موفقیت کمندی ها، سهم باقی گونه ها کاهش پیدا می کند و سهم سینمای انیمیشن به حدود ۵ درصد از کل سینما می رسد. البته این موضوع تنها مربوط به رشد کمندی ها نیست؛ سینمای ایرانی از نظر قصه در بسیاری از آثار ضعیف عمل می کند و توان رقابت با تولیدات خارجی را ندارد. در همین دلیل، سهم سینمای انیمیشن از سال ۱۴۰۲ تا ۱۴۰۳ فقط ۱۰۰ هزار دلار افزایش پیدا می کند و به فروش ۱٫۵ میلیون دلاری (با دلار ۶۸ هزار تومان) می رسد.

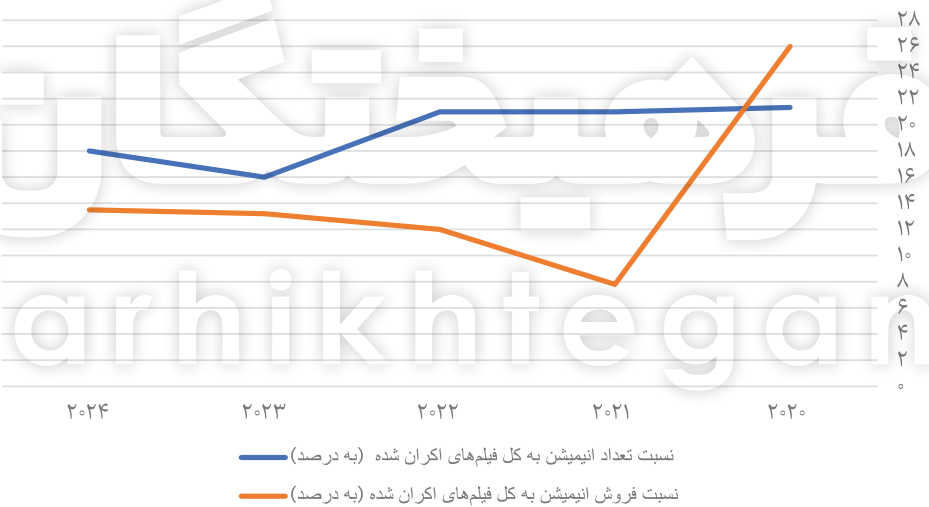
بیعی قهرمان، شنگول و منگول، ساعت جادویی و ایلیا؛ جستجوی قهرمان (ایلیا) در جستجوی قهرمان ترکیبی از انیمیشن و تولیدات رئالیتی است) چهار تولید انیمیشنی هستند که در سال ۱۴۰۳ اکران شدند و از این بین تنها بیعی قهرمان در ۱۰ اثر پر فروش قرار می گیرد و باقی آثار در رتبه های پایین تر جا پیدا کرده اند. این موضوع نشان می دهد تولیدات با کیفیتی که قابلیت عرضه جهانی داشته باشند آن قدری نیستند و این خود مسئله اصلی صنعت انیمیشن ایران، به عنوان مهم ترین امید کنونی سینمای ایران در جهان است.

انیمیشن ایران در سال ۱۴۰۳ به موفقیت قابل توجهی در اسکار رسید و در جشنواره فجر هم اوضاع نسبتاً خوبی داشت، با این حال برآیند کلی باز هم به نسبت شرایط جهانی وضع جالبی ندارد. شرایط نسبتاً مطلوب سینمای ایران را بگذارد کنار قدرت گرفتن انیمیشن ها در باکس آفیس جهانی. اوج گیری درون و بیرون ۲ و شروع نوا ۲ در پایان سال ۱۴۰۳ از اتفاقات مهم سال ۱۴۰۳ بود.

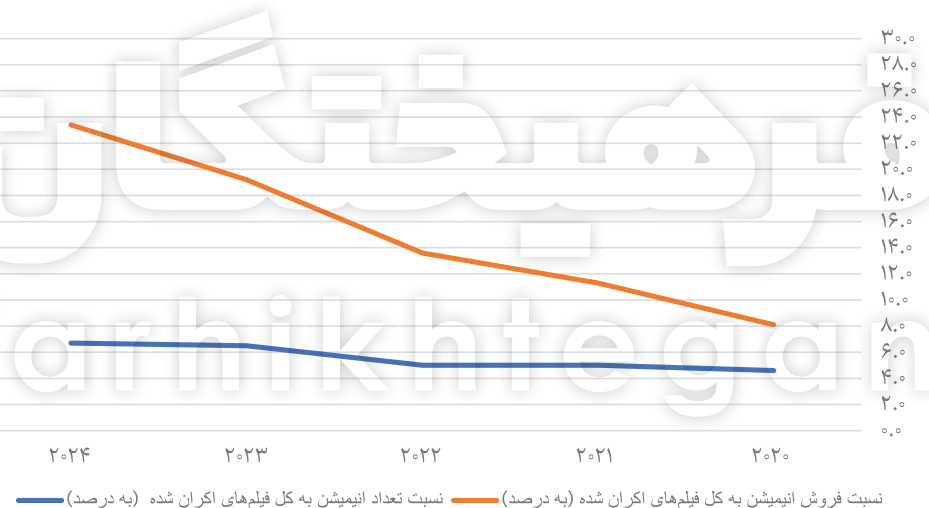
۱۴۰۴؛ وضعیتی که می تواند بهتر شود

سینمای ایران در سال ۱۴۰۴ تا اینجا کار ۴ فیلم را در اکران دارد و می تواند شرایط بهتری را هم تجربه کند و وضعیتش نسبت به آینده سینمای ایران بهتر شود. با این حال، در نسبت با سینمای چین و آمریکا، هنوز فاصله ای جدی دارد. پر فروش ترین اثر اکنون جهان با ۲٫۲ میلیارد دلار نوا ۲ و نماینده سسینمای چین است. پسر دلفینی ۲ با قرار گرفتن در رده دهم جدول سینمای ایران تاکنون موفق ترین اثر است و پس از آن رویشا شهر، فرمانروای آب و یوز قرار دارند. فیلم هایی که در مجموع به ۱۰ درصد از فروش سینمای ایران در اکران نرسیدند و از نظر تعداد هم چنین وضعیتی را تجربه کردند. حالا این اعداد و ارقام را بگذارید کنار آمارهای چین و آمریکا که حالا دارند به بیش از ۲۰ درصد از حجم بازار می رسند. چین در سال ۱۳۰۲۴ درصد از اکرانش از نظر فروش و ۱۸ درصد تعداد فیلم های اکران شده را به انیمیشن ها اختصاص داده و آمریکا در سال ۲۴۰۲۴ درصد فروش و ۷ درصد تعداد را به انیمیشن اختصاص داده است. به نظر می رسد سینمای انیمیشن اگر می خواهد بازار جهان را بگیرد، هم از نظر کیفیت و هم از نظر تعداد تولیدات باید وضعیت بهتری پیدا کند؛ شرایطی که چاره ای برایش نداریم جز کاهش زمان تولید آثار و بالا بردن کیفیت تولیدات.

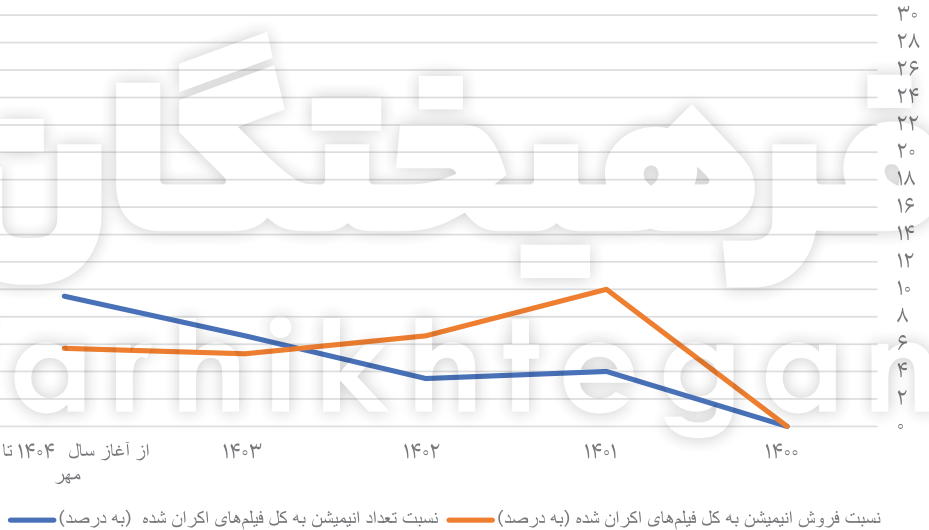
بررسی عملکرد انیمیشن در چین از نظر تعداد و فروش به نسبت کل آثار



بررسی عملکرد انیمیشن در آمریکا از نظر تعداد و فروش به نسبت کل آثار



بررسی عملکرد انیمیشن در ایران از نظر تعداد و فروش به نسبت کل آثار



نسبت فروش سینمای انیمیشن به کل سینمای کشورهای ایران، آمریکا و چین

