

«روپازی» گامی برای ظهور توانانمندیها در انیمیشن ایران

تهران (پانا) - نشست خبری «روپاداد روپازی ۲» به منظور عملکرد آن در بخش‌های «انیمیشن» و «کاراکتر و بازارپردازی» و «اهمیت آن در آینده صنعت انیمیشن ایران» در حوزه هنری برگزار شد.

نشست خبری «روپاداد روپازی ۲» به منظور تبیین اهداف و تشریح و اطلاع رسانی در خصوص نتایج این روپاداد در بخش‌های «انیمیشن» و «کاراکتر و بازارپردازی» و «اهمیت آن در آینده صنعت انیمیشن ایران» با حضور مهندس سیدمحمدحسین سجادی نیری دبیر ستاد توسعه فناوری و نرم و هویت و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهور، علی کاشفی پور دبیر بخش کاراکتر و بازارپردازی روپاداد روپازی، مجید عقلایی مدیر عامل زو دبیر اجرایی روپازی کاراکتر ایرانی، علی کاظمی رئیس هیات مدیره شرکت راهکارهمراه پویاوران (رهپو) و مدیر برنامه کاربردی روپازی و احسان کاوه مدیرمرکز تلویزیون و انیمیشن حوزه هنری و دبیر بخش انیمیشن این روپاداد هنری امروز ۳۰ دی ماه در سالن امیرحسین فردی برگزار شد.

در ابتدای مراسم و احسان کاوه مدیرمرکز تلویزیون و انیمیشن حوزه هنری و دبیر بخش انیمیشن دومین روپاداد روپازی گفت: دومین روپاداد روپازی در حوزه پیچینگ فعالیت دارد که متاسفانه معادل فارسی مناسبی برای آن وجود نداشته و پیشنهاد می‌کنم نسبت به آن اقدام شود. کمک‌های اصلی و ایده مرکزی این روپاداد بر عهده حوزه هنری و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بوده است.

وی افزود: رسالت روداد روپازی به دنبال شفاف سازی در صنایع خلاق است که تحت عنوان «پیچینگ» مطرح می‌شود که به معنا ارائه ساختارمند برای کارآفرینان، سرمایه گذاران، سفارش دندگان و خریداران به عنوان راهکاری برای شفاف سازی اقتصاد بازارهای خلاق آغاز شد. در همکاری معاونت حوزه هنری و مرکز انیمیشن حوزه هنری، ایده روپازی (مکانی برای زیست رویاهای ما) شکل گرفت. دوره نخست بحث انیمیشن را داشته اما در دوره دوم، کاراکتر را به آن اضافه کرده و تلاش می‌کنیم در سال‌های آتی بخش‌های دیگری خلاق در این صنایع به آن را اضافه شود. امسال این دو بخش در دومین روپاداد روپازی بررسی شده و در سال‌های آتی ممکن است به بخش‌های اضافه شود.

کاوه خاطر نشان کرد: روپازی ۲ در دو دبیر خانه بخش انیمیشن و کاراکتر تشکیل شد و ستاد توسعه فناوری و نرم و هویت و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهور و شرکت تحقیقات بازار سام نیز به عنوان سازمان همکار ما را در این روپاداد همراهی و با کمک مجموعه‌های دیگر تا به امروز برای دومین سال فعال بوده است. کمک به تامین تولید محتوا، شبکه سازی متخصصان و مربیان، شفاف سازی اقتصاد انیمیشن، تبیین ظرفیت‌های اقتصادی کارکترهای ایرانی، تجاری سازی مدل‌های پویانمایی کاربردی در اقتصاد کشور، ایجاد چرخه تولید صنعتی در حوزه پویانمایی، شناسایی و تامین خواستگاه محتوایی سرمایه گذاران و خریداران از اهداف این روپاداد است.

دبیر بخش انیمیشن دومین روپاداد روپازی اظهار داشت: سفارش دهندگان بزرگی در راستای تولید این محصولات وجود دارد که به سختی با تولید کنندگان ارتباط برقرار می‌کنند اما در پیچ به طرحان آموزش داده می‌شود که چگونه با سرمایه گذاران ارتباط گرفته و به آمده سازی می‌پردازد. برای توسعه بازار و اقتصاد انیمیشن نیاز است که به این اهداف برسیم. در پیچ ارائه دهندگان به دنبال ارائه طرح‌های خود به سفارش دهندگان هستند و ممکن است برعکس این هم انجام شد و سفارش دهندگان به دنبال طرح‌های خود باشند. شکل گیری این طرح و رسیدن به مرحله سرمایه گذاری بر عهده پیچ است و از آن به عنوان «پیچ معکوس» یاد می‌شود.

وی عنوان کرد: از ۳۹ تیمی که ثبت نام کردند، ۲۶ تیم شرایط حضور در دوره‌های تربیت مربی حضور داشته اند. سپس ۱۸ تیم پیچ خود را ارائه کردند و از بین آن‌ها ۱۰ تیم انتخاب شدند. دبیر بخش انیمیشن از روسیه شرکت DTR، شرکت و استودیو Riki و برخی شرکت‌ها و استودیوهای دیگر نیز در دومین روپاداد روپازی حضور داشتند. کاوه یادآور شد: فراخوان بخش انیمیشن از ابتدای سال اعلام می‌شود. ۱۵ مرداد سال جاری ثبت نام انجام شده و از

۷ الی و ۹ مهرماه کارگاه‌های آموزشی برگزار و همایشی تحت عنوان «مسئولیت فرهنگی»؛ نیز برپا شد. در بخش آموزشی بیش از ۴۰ ساعت آموزش در حوزه‌های مختلف مرتبط در این زمینه داشته‌ایم که با موضوعاتی نظیر کپی رایت و مهارت‌های بازاریابی و فروشی و غیره برگزار شد. بعد از آن دوره‌های مربی‌گری در سه گروه برگزار شد و افراد و اصول و مبانی در پیچ کردن و کسب و کار در انیمیشن آشنا شده و ۲۶ تیم از حداقل‌های لازم در این راستا حضور داشته‌اند. بعد از دوره مربی‌گری ۱۸ تیم دارای شرایط پیچ پیچ بوده و از بین آنها ۱۰ تیم با بیش از ۷۰ سرمایه‌گذار پیچینگ کردند.

وی اظهار داشت: در رویداد پیچ، سفارش دهندگان نیز امکان گفت و گو و مذاکره با تیم‌ها را پیدا کرده و طرح خود را به طور دقیق مطرح می‌کنند. سرمایه‌گذاران و سفارش دهندگان نیز از امکان تصمیم‌گیری برای تولید برخوردار می‌شوند. پیچینگ آغاز کار است که رقابتی در آن وجود نداشته و منفعت مالی برای ب ما نداشته است این اقدام منجر می‌شود که طرح‌ها به طور خام ارایه نشود.

دبیر بخش انیمیشن دومین رویداد رویازی خاطرنشان کرد: ما آسیب‌های جدی‌ای در کشور داشته‌ایم که این امر مانع از اقتصاد فرهنگی در کشور می‌شود براین اساس به ما پیشنهاد شده است که بیانیه‌ای را به امضای تولید کنندگان انیمیشن برسانیم که از فردا در اختیار گروه‌های توزیع قرار می‌گیرد.

وی عنوان کرد: انیمیشن ایران در بخش عرضه، خیلی قوی عمل نمی‌کند و ایران جزو ۱۰ کشور دنیا در تولید صفر تا صد انیمیشن محسوب می‌شود. در این خصوص حداقل‌ترین زمان تولید انیمیشن به ۳ سال می‌رسد و این خود عاملی برای دیر مرد نتایج است. رویداد رویازی به خروجی نهایی نرسیده و نو ظهور است. ما در سال دوم رویازی قرار داریم که بازخورد اقتصادی بزرگی نداشته است با این حال مجموعه‌های خوبی ساخته شده و به آن امیدواریم. در ادامه این مراسم مهندس سیدمحمدحسین سجادی دبیر ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری افزود: ستاد‌های مختلفی در معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری فعالیت دارند که این ستاد‌ها درگیر توسعه خلاق بوده و ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز نیز مسئولیت توسعه این نوع از فعالیت‌های خلاق را در این مجموعه بر عهده دارد.

وی ادامه داد: ما در این مجموعه به دنبال توسعه صنایع خلاق فرهنگی است و خوشه‌هایی را به عنوان خوشه‌های اولویت دار در این زمینه دنبال می‌کنیم تا هر یک از این خوشه‌ها به جایگاه خود برسد. یکی از این خوشه‌ها پویانمایی و انیمیشن است که سابقه خوبی در کشور برخوردار بوده و از توان تولید نسبتاً مناسبی برای تجاری سازی و جایگاه اقتصادی بهره مند است اما امروز کشور ما جایگاه خوبی در بازار جهانی پیدا نکرده و سهم کوچکی در این زمینه داریم اما تلاش می‌کنیم با تلاش حوزه هنری، انیمیشن به سمت جهانی شدن در بازار جهانی و کشف جایگاه خود در جهان نایل شود. هدف ما در این معاونت اقتصادی کردن مبتنی بر دانش حوزه انیمیشن و پرداختن به رویکردهای علمی برای تجاری سازی آن است. بنابراین رویازی اقدامی جدی برای این رویداد است و در تلاش هستیم مابقی سازمان‌ها و ارگان‌های مرتبط دیگر در این راستا را برای سرمایه‌گذاری بر روی انیمیشن با خود همراه کنیم

علی کاشفی پور دبیر بخش کاراکتر و بازارپردازی رویداد رویازی در ادامه گفت: در بین مهمانانی که از روسیه داشته‌ایم، یکی از بزرگترین هلدینگ‌های حوزه انیمیشن است و با آن توافق کرده‌ایم کارگاه ۲ روزه آموزشی با محتوای فروش محصولات و توزیع و بازاریابی از سمت این شرکت در ایران برگزار شود که این مهم در ۲۳ و ۲۴ آذرماه گذشته برگزار شد. به زودی محتوای این کارگاه آماده و به صورت ویدئویی و مکتوب منتشر خواهد شد و امکان استفاده فعالان این تجربیان در سال آینده فراهم می‌شود.

وی اضافه کرد: حضور هیات روسی در بازدید از این رویداد به منظور نمایش توانایی‌های و امکانات ایران در حوزه تولید انیمیشن در کشور ما صورت گرفته و حداقل ۸ بازدید از مجموعه‌های فعال انجام شد و تیم‌های کارشناسی فعالان در ایران و روسیه به بررسی پروژه‌ها و ظرفیت‌های تولید نیز پرداختند. پیچ بخش کاراکتر در ۲۶ آذر با حضور ۱۰ طرح و ۳۰ کاراکتر برگزار و طی آن هر اثر در سه بخش از جمله توصیف خلاصه ایده اثر و معرفی سه کاراکتر انجام شد.

کاشفی‌پور گفت: «آی‌قصه، ببعی و ببعو، فانارم و لویپتو» اثری بودند که برای حمایت برگزیده شدند و امیدواریم این ۴ اثر برگزیده در نمایشگاهی که بهار سال آینده برگزار می‌کنیم، به صورت رایگان حضور یابند. ضمن اینکه بابیدو و ببعی و ببعو پتانسیل عرضه بین‌المللی دارند و در نمایشگاه یک ماه آینده مسکو، خود را معرفی خواهند کرد.

در ادامه مجید عقلایی مدیر عامل زو دبیر اجرایی رویازی کاراکتر ایرانی اذعان داشت: در بازار و اقتصاد انیمیشن ۷۰ درصد درآمد به حوزه شخصیت‌پردازی و محصولات جانبی آن اختصاص دارد اما در ایران این بازار بسیار ضعیف است. این در حالی است که برخی انیمیشن‌های خارجی امکان نمایش در ایران ندارند اما به طور گسترده‌ای در ایران معروف و دیده شده اند. در واقع ما به دنبال توسعه و ایجاد سیستم شخصیت پردازی در انیمیشن هستیم. وی یادآور شد: رویداد رویازی فتح بانی برای کسب و کار و فرهنگسازی در حوزه فرهنگی است و به فکر کمک به بین المللی سازی این تولیدات است.

علی کاظمی رئیس هیات مدیره شرکت راهکارهمراه پویاوران (رهپو) و مدیر برنامه کاربردی رویازی نیز در این نشست گفت: ما شرکت خصوصی و غیر دولتی هستیم و باید علاوه بر درآمدزایی، در صدد افزایش بازبازگشت این بازار باشیم. ما از سال ۹۴ وارد حوزه vod شدیم و متوجه شدیم محتوای ایرانی در حوزه انیمیشن بسیار اندک است، بنابراین به دنبال افزایش تولیدات ایرانی بوده‌ایم.

وی گفت: رویداد رویازی می‌تواند یک حوضچه باشد که زنجیره تولیدات حول انیمیشن را گرد هم آورد. ضمن اینکه دست‌اندرکاران رویازی در انتخاب تیم و محتواها و مجموعه‌ها دخالتی ندارند. لازم به ذکر است که رویداد رویازی ۲ از قبل، بعد و در حین فعالیت زنده و پویا بوده و در پی ایجاد تعاملات است و ما هم تلاش می‌کنیم اهداف آن محقق شود.