

Received: 2024/09/16  
Accepted: 2025/04/23  
Published: 2025/06/22

## Analyzing the formal aesthetics of animation productions in the Internet age (a case study of Netflix works)

**Reza sarbakhsh**, PhD student in Media Studies -Television, Production Faculty, IRIB University, Tehran, Iran.

**Ali Rajabzadeh Tahmasebi**, Associate Professor, Production Faculty, IRIB University. Tehran. Iran.

**Ahmad Soflaei**, Assistant Professor, Department of Graphic Design and Animation, Faculty of Digital Arts, IRIB University, Tehran, Iran.

**Ali Akbar Razmjoo**, Assistant Professor, Department of Communication, School of Communication and Media, IRIB, Tehran, Iran.

### Abstract

Entering the age of the Internet in the 21st century and changing the generation of audiences in accessing technology and new media, the aesthetic rules of animation art productions as one of the most important means of attracting audiences in various formats of feature films and serials have change. The creators of these works are always trying to captivate their audiences around the world with the different aesthetics of animations and earn huge profits by conveying their special concepts and messages. At the same time, lack of recognition of these rules in the aesthetics of the form by domestic creators has placed the quality level of these works in a different position compared to international works. This research tries to use the targeted qualitative research method to examine the works of one of the world's successful Streaming media in animation (Netflix platform) in the last five years (2018-2023) by analyzing the most important elements and features of aesthetics and form in order to improve the quality of native works. Based on this, the findings of the research are based on the fact that the most important aesthetic features of these productions are borrowed from Anime, Disney and UPA schools, but have a different flow in components such as variety of techniques, cinematic form on the screen, animation in mid-animate mode and the power of 3D technology which has created a two-dimensional design. These animations are advanced in various cut-out, stop-motion, 2D Hand-drawn and digital, 3D and mixed techniques to attract more interested audiences. In terms of mise-en-scène and visual design, the borders of film and television productions are crossed, and the staging is advanced according to the needs of the story in order to be presented on the small screens. Making animate as the main animation key moves between full animation and limit animation and has a middle state. By distracting the attention of the audience to the background or focusing on Secondary Action, the animators have managed their frames to provide the best quality to the audience in the appropriate frame rate. 3D technique with 2D composition or cell (toon) shading in Netflix productions is the key to the success of many works, which can be a suitable model for many serial productions and feature films in the country to compete with the great powers of the world.

**Keywords:** Animation, Aesthetics, Form, Netflix, Internet, Animate, Technique

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۶/۲۶

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۲/۰۳

تاریخ چاپ مقاله: ۱۴۰۴/۰۳/۰۱

رضا سربخش<sup>۱</sup>، علی رجب زاده طهماسبی<sup>۲</sup>، احمد سفلائی<sup>۳</sup>، علی اکبر رزمجو<sup>۴</sup>

## واکاوی زیبایی‌شناسی فرمی تولیدات انیمیشن در عصر اینترنت (مطالعه‌ی موردی آثار نتفلیکس)\*

### چکیده

ورود به عصر اینترنت در قرن بیست و یکم و تغییر نسل مخاطبان در دسترسی به تکنولوژی و رسانه‌های نوین، قواعد زیبایی‌شناسی تولیدات هنر - صنعت انیمیشن را به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای جذب مخاطب در قالب‌های مختلف آثار سینمایی و سریالی دستخوش تحولات بسیاری کرده است تا جایی که سازندگان این آثار همواره تلاش دارند مخاطبان خود در سطح جهان را مجذوب زیبایی‌شناسی متفاوت انیمیشن‌ها کرده و با انتقال مفاهیم و پیام‌های ویژه خود سودهای کلانی را به دست آورند. این در حالی است عدم شناخت این قواعد در زیبایی‌شناسی فرم از سوی سازندگان داخلی، سطح کیفی این آثار را در مقایسه با آثار بین‌المللی در جایگاه متفاوتی قرار داده است. این پژوهش تلاش دارد تا با به کارگیری روش تحقیق کیفی هدفمند از منظر زیبایی‌شناسی کاربردی فرنیس و زتل، آثار یکی از ابررسانه‌های اینترنتی موفق انیمیشن (پلتفرم نتفلیکس) را در پنج سال اخیر (۲۰۲۳-۲۰۱۸) با واکاوی مهم‌ترین عناصر و ویژگی‌های زیبایی‌شناسی و فرمی مورد بررسی قرار داده تا زمینه‌ساز ارتقای کیفی آثار داخلی شود. براین اساس یافته‌های تحقیق تکیه بر آن دارد که مهم‌ترین ویژگی‌های زیبایی‌شناسی این تولیدات وامدار ویژگی‌هایی از مکتب‌های انیمه، دیزنی و یوپی‌ای بوده اما جریان متفاوتی را در مؤلفه‌هایی چون تنوع تکنیکی، میزانشن سینمایی در صفحه‌نمایش، متحرک‌سازی در حالت مید انیمیشن و قدرت فرم سه‌بعدی با طراحی دوبعدی ایجاد کرده است. این انیمیشن‌ها در تکنیک‌های مختلف کات‌اوت، استاپ‌موشن، دوبعدی دستی و رایانه‌ای، سه‌بعدی و ترکیبی پیش رفته تا مخاطبان علاقه‌مند بیشتری را جذب کنند. از لحاظ میزانشن و طراحی بصری آثار مرز تولیدات سینمایی و تلویزیونی ازمیان رفته و صحنه‌پردازی بر حسب نیاز داستان در جهت ارایه بر صفحات نمایش (اسکرین) پیش می‌رود. متحرک‌سازی به عنوان کلید اصلی انیمیشن در میان فول‌انیمیشن و لیمیت‌انیمیشن حرکت کرده و حالتی میانی دارد. انیماتورها با پرت کردن حواس مخاطب به زمینه و یا تمرکز بر حرکات ثانویه، فریم‌های خود را مدیریت کرده تا در فریم‌ریتی مناسب، بهترین کیفیت را به مخاطب عرضه کنند. تکنیک سه‌بعدی با ترکیب دوبعدی یا سایه‌زنی سل (تون) نیز در تولیدات نتفلیکس کلید موفقیت فرمی بسیاری از آثار است که می‌تواند الگوی مناسبی برای بسیاری از تولیدات سریالی و سینمایی کشور برای رقابت همپای قدرت‌های بزرگ دنیا باشد.

**واژگان کلیدی:** انیمیشن، زیبایی‌شناسی، فرم، نتفلیکس، اینترنت، متحرک‌سازی، تکنیک

<sup>۱</sup> دانشجوی دکترای مطالعات رسانه - رادیو و تلویزیون، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران.

<sup>۲</sup> دانشیار دانشکده تولید رادیو و تلویزیون دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: ali\_tahmasebi@hotmail.com

<sup>۳</sup> استادیار، دانشکده هنرهای دیجیتال، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران.

<sup>۴</sup> استادیار گروه ارتباطات، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران.

\* این مقاله برگرفته از رساله‌ی دکترای رضا سربخش با عنوان «تدوین الگوی ملی تولید انیمیشن در ایران از جنبه‌های شکل، محتوا و زیبایی‌شناسی (با تمرکز بر تولیدات حرفه‌ای برای پخش برخط)» است که به راهنمایی علی رجب‌زاده طهماسبی و مشاوره احمد سفلائی و علی اکبر رزمجو در دانشکده رادیو و تلویزیون دانشگاه صداوسیما در دست انجام است.

## مقدمه

قرن بیستم میلادی تغییر و تحولات بسیار مهمی را به عرصه تکنولوژی و بشریت وارد کرد. یکی از مهم‌ترین آن‌ها شکل‌گیری هنری جدید موسوم به هنر هفتم یا سینما بود که جرقه‌ی اولین تولیداتش در آخرین سال‌های قرن نوزدهم زده شده بود. به مرور تجربه‌های مختلف هنرمندان فزونی یافته و تعداد تولیدات تصویر متحرک روز به روز بر پرده سینما بیشتر شد. در این بین، تصویرگران و هنرمندانی از عرصه تجسمی نیز با هنرمندان سینمایی همکاری مشترکی را شکل دادند و نخستین تصاویر انیمیشن شکل گرفت.

انیمیشن این فرم - قالب - رسانه مهم ایجاد شده در قرن بیستم از سینما توانسته با پیشرفت تکنولوژی و قدرت منحصربه‌فردش بسیاری از مخاطبان دنیا را با خود همراه سازد. کلیدواژه‌ی حرکت عنصر اساسی انیمیشن تلقی می‌شود همان‌طور که نورمن مک لارن<sup>۱</sup>، استاد بزرگ انیمیشن عنوان می‌کند که انیمیشن هنر نقاشی‌هایی که حرکت می‌کنند نیست، بلکه هنر حرکاتی است که نقاشی می‌شوند. (فرنیس، ۱۳۹۰: ۱۶)

تولیدات انیمیشنی ابتدا در قالب فیلم کوتاه روی پرده سینما به مخاطبان معرفی شدند و با موفقیت جدی‌ترین انیمیشن سینمایی دنیا روی پرده یعنی سفیدبرفی و هفت کوتوله<sup>۲</sup> (۱۹۳۷) ساخته کمپانی دیزنی<sup>۳</sup>، مسیر تولید این آثار به‌ویژه در آمریکا به‌عنوان سردمدار این حوزه پررنگ‌تر شد. با در دسترس قرار گرفتن تلویزیون برای مخاطبان مختلف و افزایش شبکه‌ها و نیاز مخاطبان کودک و نوجوان به برنامه‌های اختصاصی از دهه ۴۰ میلادی به بعد، انیمیشن تلویزیونی به مرور پایه‌گذاری شد و برای خود ویژگی‌های منحصربه‌فردی را ایجاد کرد. گل محمدی در تعریف این قالب می‌نویسد: «انیمیشن تلویزیونی، نوعی انیمیشن محدود است که به لحاظ متحرک‌گری، گرافیک و فضا سازی منطبق با ویژگی‌های فنی و هنری رسانه‌ی تلویزیون بوده و با حفظ کیفیت محدود در تولید، در مقایسه با انیمیشن کامل، امکان تولید انبوه و صنعتی را فراهم می‌سازد.» (گل محمدی، ۱۴۰۰: ۱۸)

در این صد و اندی سال از تاریخ انیمیشن، تغییرات فرمی، محتوایی و زیبایی‌شناسی مختلفی در این عرصه ایجاد شده است. کشورها و کمپانی‌های انیمیشن‌سازی در راستای اهداف و آرمان‌های خود مکتب‌های مختلفی چون دیزنی (آمریکا)، یوپی‌ای<sup>۴</sup>، انیمه (ژاپن)<sup>۵</sup>، زاگرب<sup>۶</sup> و... را به وجود آوردند (بندازی، ۱۳۸۵) که هر کدام دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی در خود هستند.

ورود به قرن بیستم، تغییراتی را در صنعت رسانه‌ها به‌ویژه سینما و تلویزیون ایجاد کرد. کاترین جانسون<sup>۷</sup>، نظریه‌پرداز حوزه‌ی رسانه در دانشگاه انگلستان، دوره حاضر (از قرن بیست و یکم) را بعد از عصر دیجیتال به عصر اینترنت نام‌گذاری می‌کند. او بر این عقیده است که «شورای نظارت آفکام<sup>۸</sup>، به‌عنوان یک مرجع مهم رسانه‌ای، از سال ۲۰۱۵ به بعد سه حوزه دسترسی مخاطبان به اینترنت از طریق گوشی‌ها، تبلت‌ها و تلویزیون‌های اینترنتی را در حیطه جدید سیاست‌گذاری خود قرار داده است و به همین ترتیب امروزه با پدیده جدید و پرترفداری روبه‌رو هستیم که می‌توان از آن به نام تلویزیون‌های برخپ<sup>۹</sup> عنوان کرد.» (جانسون، ۲۰۱۹: ۷) تلویزیون‌های اینترنتی و رسانه‌های به درخواست مردم<sup>۱۰</sup> با گسترش در این ده سال اخیر، انقلاب جدی در حوزه‌های مختلف مطالعات تلویزیون در بستر تولیدات حرفه‌ای برخپ ایجاد کردند. اگر مطالعات تلویزیونی را طبق نظر آماندا لاتز<sup>۱۱</sup> و جاناتان گری<sup>۱۲</sup> در چهار عنوان برنامه، مخاطب، صنعت و محتوا تقسیم کنیم (لاتز و گری، ۲۰۱۲)، رسانه‌های شکل‌گرفته در قرن بیست و یکم در همه موارد دچار تغییر شدند و تمام پژوهش‌گران سراسر دنیا در این سال‌های اخیر، تمرکز خود را معطوف به بررسی این عناصر نوین و آینده‌پژوهشی این صنعت کردند و به تعبیر لاتز ابررسانه نتفلیکس<sup>۱۳</sup> به‌عنوان رسانه پیشرو و تأثیرگذار در این جریان، انقلابی جدی را ایجاد کرده است. (لاتز، ۲۰۲۲: ۱۱۶)

باتوجه به قدرت رسانه‌های برخپ و افزایش تولیدات انیمیشن توسط رسانه‌های جاری (استریم)<sup>۱۴</sup> در سال‌های

اخیر، این پژوهش تلاش دارد تا شکل و فرم مهم‌ترین تولیدات شکل‌گرفته در این عرصه را مورد بررسی و تحلیل قرار داده تا بتوان به مؤلفه‌های متمایز در عصر انیمیشن حرفه‌ای اینترنتی نسبت به گذشته رسید. امروزه قدرت صنعت انیمیشن کشورمان با قرارگیری به‌عنوان عنصر ویژه در سند جامع علمی کشور (۱۳۸۹)، فروش انیمیشن‌های میلیاردی در سینماها، شکل‌گیری نخستین شبکه تلویزیونی کودک و نوجوان (۱۳۹۱)، ایجاد بنیاد ملی پویانمایی در کشور (۱۴۰۲)، رشد اینترنت و افزایش چندین برابری مخاطبان رسانه‌های جاری<sup>۵</sup>، بسیار بیشتر از گذشته شده است و این امر نیاز به مطالعه و پژوهش و ریل‌گذاری برای توسعه و ادامه این پیشرفت دارد. پژوهش پیش رو در راستای قدرت رسانه‌های برخط و همچنین ورود مهم‌ترین کمپانی‌های انیمیشن‌سازی جهان به اینترنت و توجه بیشتر مخاطبان ایران و دنیا به این آثار تلاش دارد به مطالعه تولیدات مهم انیمیشن عصر اینترنت در قالب فرمی و زیبایی‌شناسی پردازش تا بتوان از به‌روزترین داده‌های اطلاعاتی شکل‌گرفته در صنعت انیمیشن دنیا برای راهنمایی تولیدکنندگان داخلی در جهت بهبود انیمیشن‌های ایران بهره گرفت. بی‌شک قدرت رسانه‌های اینترنتی روزبه‌روز در حال افزایش است؛ همان‌طور که تونی هال<sup>۶</sup>، مدیرکل بی‌بی‌سی<sup>۷</sup>، راه قدرت و پیروزی در نبرد آینده را در گرو موفقیت در تولیدات اینترنتی می‌داند (هال به نقل از کانلن، ۲۰۱۸) و باید پیش از آنکه از مسیر دنیا عقب افتاد، دست به مطالعه در این حوزه جدید زد.

### پیشینه‌ی پژوهش

در حوزه‌ی انیمیشن بدون شک با رشد تولیدات صنعتی و تجربی و افزایش رشته‌ها و دانشجویان و پژوهش‌گران میزان پژوهش‌ها به نسبت گذشته بیشتر شده است اما به دلیل نبود رشته دکتری تخصصی در این حوزه و عدم تمایل بسیاری از پژوهش‌گران دیگر رشته‌ها به حوزه‌ی بسیار مهم و جدید انیمیشن هنوز هم ضعف بسیار بزرگی در حوزه زیرساختی پژوهش وجود دارد.

بیشتر پژوهش‌های جدی در منابع معتبر در دسترس نگارندگان در این حوزه به بحث‌های تحلیل محتوایی آثار، شخصیت‌پردازی و تأثیر این آثار برای کودکان مرتبط می‌شوند و برخی از پایان‌نامه‌های دکتری نیز به مطالعه‌ی انیمیشن ایران و سایر کشورها پرداخته‌اند اما تعداد آثار پژوهشی معتبر در حوزه فرم و زیبایی‌شناسی به‌ویژه باتکیه بر تکنولوژی‌های شکل‌گرفته بسیار محدود است. کتاب زیبایی‌شناسی انیمیشن (۱۳۸۴) به قلم مورین فرنیس<sup>۸</sup> و ترجمه اردشیر کشاورزی یکی از مهم‌ترین آثاری است که انیمیشن‌های گذشته را در قالب فرم و شکل مورد بررسی قرار داده و به تعاریفی در حوزه‌ی انیمیشن می‌رسد. محمدعلی صفورا با همکاری کامران افشار مهاجر و فاطمه حسینی شکیب در مقاله خود با عنوان بررسی ساختاری انیمیشن تلویزیونی، و ارایه الگوی تحلیل متن (۱۳۹۳) تلاش می‌کنند تا انیمیشن تلویزیونی را در حوزه‌های مختلف به‌ویژه متن و فیلم‌نامه مورد تحلیل قرار دهند.

یکی از مقاله‌های قابل اهمیت در بحث زیبایی‌شناسی تکنولوژی، مقاله امیرمحمد دهستانی با عنوان تأثیر فناوری رایانه بر زیبایی‌شناسی هنر انیمیشن (۱۳۹۰) در نشریه‌ی نامه هنرهای نمایشی و موسیقی دانشگاه هنر است. نگارنده در این اثر می‌کوشد به قدرت تکنولوژی رایانه‌ها در خلق تصاویر بصری پرداخته و از لحاظ فرم و شکل برخی عناصر متمایز این دوره‌ی انیمیشن را مطرح کند.

در کنار این پژوهش، همان‌طور که ذکر شد بحث فرم و شکل و زیبایی‌شناسی بصری به‌ویژه با محوریت تولیدات جدید کمتر موردتوجه پژوهش‌گران قرار گرفته است و بحث رسانه‌های جدید به‌ویژه تولیدات نتفلیکس و... به دلیل به‌روز بودن هنوز آثاری از آن‌ها دیده نمی‌شود. سربخش و میرزاپور در سال ۱۴۰۲ در مقاله‌ای با عنوان مؤلفه‌های قهرمان‌سازی بصری در رسانه‌های نوین (مورد مطالعه: دیزنی پلاس) به بحث تولیدات دیزنی پلاس<sup>۹</sup> به‌ویژه با موضوع جلوه‌های بصری و فیلم‌های زنده پرداختند اما تاکنون پژوهش جدی

روی تولیدات انیمیشن‌های حرفه‌ای بر بستر رسانه‌های جاری یافت نشده است. در بین منابع غربی نیز با رشد رسانه‌های برخط، کتب و مقالات متعددی در حوزه نتفلیکس یا دیگر شرکت‌ها وجود دارد و روزه‌روز نیز با توجه به افزایش قدرت این رسانه‌ها و درخواست مردم بیشتر می‌شود اما با توجه به جدید بودن تولیدات اختصاصی انیمیشن این کمپانی‌ها، تعداد مقالات معتبر زیادی تا این زمان یافت نشده است اما می‌توان به دو پژوهش جدی اشاره کرد. ادی فالوی<sup>۲۰</sup> در مقاله بررسی انیمیشن‌های کم‌دیی موقعیت بزرگسال نتفلیکس: مشاهده فرهنگ سلیقه مخاطب و افزایش کیفیت تلویزیون؛ مطالعه موردی انیمیشن بوجک هورسمن<sup>۲۱</sup> و دهان بزرگ<sup>۲۲</sup> (۲۰۲۰) به تولیدات انیمیشن بزرگسالانه در قالب فرم و محتوای این دو سریال می‌پردازد. لیو فوسونگ<sup>۲۳</sup> نیز انیمه هفت قیچی<sup>۲۴</sup> در نتفلیکس (۲۰۲۲) را برای بومی‌سازی تولیدات انیمیشن چینی تحلیل می‌کند.

### مکاتب انیمیشن

تاریخ انیمیشن فرازوفرودهای زیادی داشته و هنرمندان و کشورها و کمپانی‌های مختلفی با توجه به اهداف خود در آن تغییراتی ایجاد کردند. بیشتر این تغییرات در روند زیبایی‌شناسی باتکیه بر شکل و فرم ایجاد شده و برخی از آن‌ها موفق و برخی شکست خورده است. از این جهت برای دستیابی به مؤلفه‌های زیبایی‌شناسی و فرمی انیمیشن‌های اخیر رسانه‌های برخط نیاز است تا به اندازه‌ی مختصر مهم‌ترین مکاتب شکل گرفته در این عرصه ذکر شده تا بر اساس آن‌ها ادامه مسیر تبیین شود.

والت دیزنی<sup>۲۵</sup> از همان روزهای آغازین صنعت سینما با سرمایه‌گذاری روی کمپانی خود، مکتبی را تحت عنوان مکتب دیزنی معرفی کرد. برخی از تاریخ‌نگاران انیمیشن همچون هریسون و استابیل<sup>۲۶</sup> در کتاب خود مکتب دیزنی را به عنوان مکتب آمریکا شناسایی کرده که به تمام دنیا صادر شده است. (استابیل و هریسون، ۲۰۰۳) کریستوفر فینچ<sup>۲۷</sup>، نویسنده کتاب هنر والت دیزنی، با مطالعه تولیدات به دست آمده از این مکتب، چند ویژگی اصلی برای این مکتب ذکر می‌کند که مهم‌ترین آن‌ها در بحث فرم عبارتند از: طبیعت‌گرایی و نمایش حرکات به صورت واقعی (رئال)، پرهیز از اغراق‌های کارتونی برای شخصیت‌پردازی، طراحی و حرکت شخصیت‌ها به سبک انسانی، زمان‌بندی دقیق متحرک‌سازی بر اساس قوانین دوازده‌گانه، متحرک‌سازی با حداقل دوازده فریم (افزایش فریم‌ها در صحنه‌های پیچیده‌تر) و دقت به جزئیات در طراحی پس‌زمینه (فینچ، ۲۰۲۳: ۲۶۷-۲۹۷)

انیماتورهای دیزنی با توجه به سخت‌گیری رییس این کمپانی همواره به تولیداتی موسوم به فول انیمیشن<sup>۲۸</sup> روی آورده و متحرک‌سازی‌ها وسواس‌گونه با الهام از فیلم واقعی و با تعداد فریم بیشتر خلق می‌شدند تا کیفیت زیادی را به مخاطبان عرضه کنند. (زریابی و سربخش، ۱۴۰۳) این امر حتی باعث شده بود که دیزنی تا زمان حیات خود و حتی سال‌ها بعد از مرگش توسط وارثان به انیمیشن تلویزیونی وارد نشود چراکه این عرصه را انیمیشن محدود می‌دانست؛ امری که در نهایت بعد از مرگ دیزنی با تسلیم مدیران جدید سبب ورود کمپانی به تولیدات تلویزیونی شد.

این زیبایی‌شناسی واقع‌گرایانه فول انیمیشن کمپانی دیزنی و اصرارها و فشارهای زیاد مدیران در نهایت منجر به ایجاد سبکی متفاوت در دهه پنجاه تحت عنوان یوپی‌ای شد. مایکل بریر<sup>۲۹</sup> از پژوهش‌گران حوزه‌ی انیمیشن تلویزیونی آمریکا در خصوص شکل‌گیری این سبک می‌نویسد: بعد از جنگ جهانی دوم، چند تن از انیماتورهای دیزنی در سال ۱۹۴۱ دست به اعتصاب علیه قوانین و سبک شرکت زدند. این اعتصاب منجر به ترک کردن شرکت توسط آن‌ها و ایجاد یک مسیر جدید برای انیمیشن آمریکا شد. (بریر، ۲۰۰۳: ۵۰۷)

هنرمندان این استودیو تغییرات زیادی را در تولیدات خود ایجاد کردند و انیمیشنی را با عنوان «انیمیشن

محدود شده<sup>۳۰</sup> به وجود آوردند. در این سبک، آن‌ها فریم‌های متحرک‌سازی را تا شش و حتی چهار فریم کاهش دادند. در بسیاری از صحنه‌ها فقط یک عنصر مثل دهان یا دست را متحرک‌سازی کرده و بقیه موارد ثابت بودند. بک‌گراند صحنه‌پردازی در آن‌ها بسیار خطی و مینیمال ایجاد شده و رنگ‌ها در یک توانالیه کم‌مایه به وجود می‌آمدند. فرنیس با اشاره به قدرت این مکتب در کتاب خود می‌نویسد: این استودیو با طرح‌های مینیمالیستی (کمینه‌ای) و رنگ‌آمیزی ساده موفق شد منتقدان و مخاطبان زیادی را تحت تأثیر قرار دهد و انقلابی جدی ایجاد کند (فرنیس، ۱۳۸۴: ۲۱۵).

بشارا در کتاب خود این استایل بصری شکل گرفته در یوپی‌ای را یک قدرت بسیار شگفت‌انگیز توصیف می‌کند و اعتقاد دارد که هنرمندان و مدیران این شرکت با مدیریت دقیق مالی و نیروهای خود به بهترین شکل ممکن از پس تولیداتی مدرن برآمدند که هم مخاطبان آن را دوست داشتند هم منتقدان. انیمیشن محدود شکل گرفته در این تولیدات یک چراغ راه مهم در صنعت «کارتون مدرن»<sup>۳۱</sup> با رویکرد کاریکاتوریستی و گرافیکی در برابر انیمیشن کلاسیک با مکتب دیزنی بود. (بشارا، ۲۰۱۹: ۶-۷) این فضاها ساده‌سازی شده در نهایت زمینه‌ساز ظهور انیمیشن‌های تلویزیونی با بودجه کم، زمان سریع و تولیدات زیاد شد و نقشی نجات‌بخش در صنعت داشت.

ساخت انیمیشن یکی از گران‌ترین تولیدات در آن زمان بود و این روند، کار را برای شرکت‌ها سخت می‌کرد. مالوری<sup>۳۲</sup> در محاسبات خود مطرح می‌کند که میانگین هفت دقیقه‌ی کوتاه برای یک شرکت چیزی در حدود ۴۰۰۰ تا ۶۰۰۰ دلار هزینه داشت (مالوری، ۱۹۹۸: ۲۴). طبیعی است که این هزینه بالا برای تولیدات طولانی میسر نبود. بر همین اساس بود که دهه‌ی ۵۰ میلادی به سمت ظهور تکنیک جدید «انیمیشن محدود شده» متمایل شد تا حرکات را به حداقل رساند تا تعداد انیمیشن‌ها کاهش یابد (باتلر، ۱۹۹۴: ۲۷۲-۲۷۳). این تکنیک را سریال خرگوش جنگجو<sup>۳۳</sup> {از اولین سریال‌های مهم انیمیشن در عصر تلویزیون} نیز استفاده کرد و توانست با تبدیل یک چهارم برای هر ثانیه یعنی حداکثر کشیدن شش تصویر تولید را مقرون به صرفه کند و فقط ۲۵۰۰ دلار در هر قسمت ۲۰ دقیقه‌ای هزینه کند (اریکسون، ۱۹۹۵: ۱۰) البته که این کار به دلیل کاهش یک دفعه‌ای با استقبال عجیبی از سوی مخاطبان روبه‌رو نشد اما مسیر شکل گرفته در تغییر شکل و فرم بر اساس مکتب یوپی‌ای را ادامه داد و به مرور، انیمیشن‌های تلویزیونی آمریکا در این مسیر حرکت کردند.

در شرق نیز هنرمندان ژاپنی با همین روند مکتبی جدید ایجاد کردند. یکی از مهم‌ترین افراد اوسامو تزوکا<sup>۳۴</sup> بود که از هنر مانگا<sup>۳۵</sup> به انیمیشن‌سازی روی آورد. تزوکا انقلاب جدی را در تصویرگری و سبک طراحی شخصیت و در نهایت متحرک‌سازی ایجاد کرد که به او لقب «پدر مانگا» یا «دیزنی ژاپن» را اهدا کردند (بن، ۲۰۱۶: مقدمه) به طوری که حتی تصور عام بر این باور است که نخستین انیمه برای اولین بار در سال ۱۹۶۳ با مجموعه «آستروبی»<sup>۳۶</sup> از تولیدات تزوکا شکل گرفت. باید یادآوری کرد که تولیدات انیمه و مانگا در ژاپن بسیار قبل‌تر نیز وجود داشته اما آستروبی یک انفجار مهم در شناسایی این مکتب به انیمیشن دنیا بود و نام ژاپن را به عنوان یک مکتب در برابر دیزنی قرار داد.

یکی از مهم‌ترین تغییرات شکل گرفته در زیبایی‌شناسی فرم مکتب ژاپن در حوزه متحرک‌سازی رخ داد. زمانی که دیزنی با حداقل دوازده فریم تصویر به جای بیست و چهار فریم پروژه‌های خود را پیش می‌برد و از تکنیک فیلم‌برداری و روتوسکوپ برای متحرک‌سازی واقع‌گرایانه بهره می‌برد، ژاپنی‌ها به سراغ کم کردن متحرک‌سازی در طول پروژه رفتند و سیستم «لیمیت انیمیشن»<sup>۳۷</sup> یا انیمیشن محدود را ادامه دادند. سیستمی که در آمریکا نیز تحت هدایت برخی هنرمندان مطرح شده بود اما در ژاپن به اوج خود رسید.

آنتونیو لوپز<sup>۳۸</sup> در خصوص ویژگی‌های این مکتب می‌نویسد: «انیمه‌ها عمداً با تکنیک دوبعدی اساساً با استفاده از انیمیشن محدود، بیان مسطح، تعلیق در روایت با زمان‌بندی، تأکید بر تم‌های آیینی و مدرن،



حضور شخصیت‌های تاریخی، خط روایی پیچیده و مهم‌تر از همه، سبک طراحی عجیب و غریب، با شخصیت‌هایی با سر بزرگ و بیضی شکل مشخص می‌شود. چشم‌ها به صورت درشت، با خطوط دسن بسیار مشخص، رنگ‌های روشن و کاهش حرکت لب‌ها تمایز می‌یابند» (لوپز، ۲۰۱۲ و ۲۰۱۴)

### زیبایی‌شناسی کاربردی

هر اثر هنری از تولید تا توزیع خود دارای دو وجه اصلی شکل (فرم) و محتوا است که در جهت زیبایی‌شناسانه یک ساختار کامل را تشکیل می‌دهد. هربرت رید<sup>۳۹</sup> در کتاب معنی هنر می‌نویسد: فرم یا قالب هر اثر هنری، شکل، آرایش یا جنبه مرئی اثر عنوان می‌شود. به محض آنکه شکلی وجود داشته باشد، قالب و فرم هم ایجاد می‌شود و به محض آنکه دو جز یا بیشتر فراهم شوند، آرایشی از آن‌ها نیز پدید می‌آید. (رید، ۱۳۹۳: ۱۸)

بحث زیبایی‌شناسی، امری طولانی در تاریخ هنر و فلسفه دارد. از یونانیان باستان که زیبایی را در گروتناسب و نظم می‌دانستند تا ورود فیلسوفان در قرن هفدهم و توجه به احساسات و اصالت سوژه و تعریف متفاوت زیبایی در اساس هر اثر هنری، ملاک‌های متفاوتی را برای تحلیل زیبایی‌شناسی ایجاد کرد. هاسپرز<sup>۴۰</sup> در این زمینه مطرح می‌کند «زیبایی‌شناسی را می‌توان با اغماض، بررسی فلسفی زیبایی و ذوق تعریف کرد، ولی تعریف دقیق موضوع آن بسیار دشوار است.» (هاسپرز، ۱۳۸۹: ۷۶)

دو گونه هدف در تحلیل‌های زیبایی‌شناسی مورد نظر است: نخست هدف نظری که به ریشه فلسفی ترکیب‌های هنری از لحاظ احساسی می‌پردازد و دوم هدفی عملی که تلاش می‌شود تا انسان با درک عناصر درون اثر به حس تشخیص و تمایز آثار به نسبت یکدیگر دست یابد. (اشمیتز و همکاران، ۲۰۱۶: ۱۲۷) زتل<sup>۴۱</sup> از پیش‌گامان مهم رسانه تلویزیون در تبیین هدف دوم به زیبایی‌شناسی کاربردی بیشتر از دیگران توجه کرده و در کتاب خود صدا، دوربین، حرکت عنوان می‌کند:

زیبایی‌شناسی کاربردی با مفهوم سنتی زیبایی‌شناسی سنتی در سه حوزه تفاوت دارد، اول آن که مانند زیبایی‌شناسی سنتی و مرسوم، خود را محدود به بحث‌های نظری شناخت و تبیین مفهوم زیبایی نمی‌کنیم. برای همین زیبایی‌شناسی را نه تنها در معنای تئوری بلکه در عالم واقع نیز بررسی می‌کنیم. دوم اینکه رسانه که در این جا بیشتر منظور سینما و تلویزیون است فقط به معنای انتشار پیام نیست بلکه خود دارای عناصری است که هر کدام ویژگی‌های زیبایی‌شناسی خود را دارند. دلیل آخر اینکه زیبایی‌شناسی سنتی مانند ابزارهای اصلی تجزیه و تحلیل است که در تحقیق و درک سایر اجزای زندگی روزمره به ما کمک می‌کند. زیبایی‌شناسی رسانه‌ای کاربردی در تحلیل برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی معیارهای معتبر و قابل قبولی به ما می‌دهد و نیز در ترکیب عناصر زیبایی‌شناسی کاربردی رسانه‌ای ما را یاری می‌کند. زیبایی‌شناسی کاربردی عامل مهمی در سینما و تلویزیون است که امکان ارزیابی مراحل تولید را فراهم می‌کند. بدین معنا که ما می‌توانیم روند ارتباط مؤثر را در جنبه‌های زیبایی‌شناسی مرحله به مرحله از ابتدا تا انتها ارزیابی و تحلیل کنیم. (زتل، ۱۳۹۴: ۱۰)

رویکرد عملی زیبایی‌شناسی مدرن در تلاش است تا عناصر ترکیب‌بندی موجود در یک اثر هنری را واکاوی کند همان‌طور که سوانه<sup>۴۲</sup> مطرح می‌کند «کار زیبایی‌شناسی دقیقاً این است که نقاط قوت اثر هنری را آشکار کند و تاروپود سازنده آن را به بررسی بگذارد و در یک کلام، محسوس را به معقول مبدل کند.» (سوانه، ۱۳۸۹: ۳۵) زتل برای تبیین این زیبایی‌شناسی عناصری چون نور و رنگ، فضای دوبعدی، فضای سه بعدی، زمان/حرکت و صدا را به عنوان پنج عنصر اساسی تحلیل زیبایی‌شناسی تصویری مطرح می‌کند و هدف از زیبایی‌شناسی کاربردی را شفاف‌سازی، تشدید و تفسیر فرم‌های بصری برای مخاطبان معرفی می‌کند. (زتل، ۲۰۰۸: ۱۳-۱۴)

مورین فرنیس نویسنده کتاب تخصصی زیبایی‌شناسی انیمیشن نیز در ادامه مسیر زیبایی‌شناسی کاربردی

(عملی) برای تحلیل تولیدات انیمیشن در فصول مختلف به مواردی چون تکنیک‌های انیمیشن، میزانسن (شامل طراحی، رنگ و خط، حرکت و پویایی)، عناصر صدا (دیالوگ، جلوه صوتی، موسیقی)، متحرک‌سازی محدود و فول (مکتب‌های انیمیشن دیزنی و یوپی‌ای)، بُعد در انیمیشن‌های مختلف دوبعدی و سه‌بعدی اشاره می‌کند. (فرنس، ۱۳۹۰) وجود این عناصر تحلیلی در این مسیر زیبایی‌شناسی، چارچوبی برای درک شکل و محتوا در تحلیل تولیدات رسانه‌های استریم ایجاد می‌کند تا در ادامه بتوان به آن به صورت دقیق‌تر پرداخت.

### نتفلیکس

با بیشتر شدن دسترسی مخاطبان به اینترنت و همگرایی رسانه‌ها و تغییر ماهیت مخاطبان، نقش رسانه‌های مبتنی بر اینترنت با قدرت انتخاب مخاطبان در قرن بیست و یکم بیش از گذشته شد. روبرتا پیرسون<sup>۴۳</sup> در سال ۲۰۱۱، تلویزیون را به سه دوره‌ی اصلی یک، دو و سه تقسیم می‌کند و از سال ۲۰۰۰ به بعد اعتقاد دارد که تلویزیون وارد دوره‌ی سوم خود شده و مخاطبان با حق انتخاب، افزونی قدرت اینترنت و تعدد تولیدات «باکیفیت» روبه‌رو هستند و از نتفلیکس به عنوان گول این پدیده عنوان می‌کند. (پیرسون، ۲۰۱۱: ۱۰۷)

نتفلیکس، رسانه‌ای استریم با رویکرد ویدیو به درخواست است که از اجاره‌ی فیلم به افراد در سال ۱۹۹۷ آغاز به کار کرد و به مرور تبدیل به یکی از بزرگ‌ترین قطب‌های رسانه‌ای شد؛ پدیده‌ای که میلیاردها نفر در سراسر دنیا (بیش از دویست کشور) از تولیداتش بهره‌برده و میلیون‌ها نفر حق اشتراکش را دارند.<sup>۴۴</sup> این غول بزرگ رسانه‌ای ترکیبی از رسانه درخواست مردم، تلویزیون اینترنتی (با شروع پخش زنده از سال ۲۰۱۸)، رسانه‌ی جاری، تعاملی و ... در دنیاست و تغییرات جذابی را در چرخه‌ی تولید ایجاد کرده است. کوین مک‌دونالد<sup>۴۵</sup> و دانیل اسمیت راوسی<sup>۴۶</sup> در کتاب خود مطرح می‌کنند که نتفلیکس بدون شک زندگی بسیاری از افراد را تحت تأثیر قرار داد و موفقیت خود را با توجه به تکنولوژی و فناوری به دست آورد. (مک‌دونالد و اسمیت راوسی، ۲۰۱۶: ۱۲)

نتفلیکس در ابتدا تولیدکننده نبود اما به دنیا نشان داد که با هوشمندی و توجه به مخاطب و تغییر بسیاری از قواعد گذشته می‌توان به موفقیت‌های مختلف رسید. پاندمی ویروس کرونا در سال ۲۰۱۹ و خانه‌نشینی شدن بسیاری از مردم و تعطیلی سالن‌های سینما، مسیر هموارتری را برای رسانه‌های بستر اینترنت مهیا کرد و نتفلیکس بیش از گذشته به قدرت رسید. این رسانه که الگوی بسیاری از رسانه‌های تحت وب دنیا به‌ویژه در ایران شد، سیاست‌گذاری‌های خاص خود را برای تولیدات مختلف ایجاد کرده و در این زمینه پیشرو است. به مرور با افزایش قدرت و بودجه‌های به دست آمده از اشتراک کاربران، این مجموعه وارد تولید قالب‌های مختلف از مستند و فیلم سینمایی تا برنامه‌های ترکیبی شد. این تولیدات به قدری در بین مخاطبان موفق بودند که رییس مجموعه عنوان کرد: هیچ شرکت دیگری نمی‌تواند با ما رقابت کند. می‌دانی، به آن فکر کن، وقتی برنامه‌ای را در نتفلیکس تماشا می‌کنی و به آن معتاد می‌شوی، شب‌ها تا دیروقت بیدار می‌مانی. پس شاید باید گفت مهم‌ترین رقیب ما خواب است وگرنه مردم تولیدات بیشتری را تماشا می‌کردند. (رید هستینگز، ۲۰۱۸)

در حوزه‌ی انیمیشن، نتفلیکس از همان روزهای نخست به دنبال جذب مخاطبین علاقه‌مند این قالب بود. مدیران، انیمیشن‌های متنوعی در گونه‌های مختلف برای تماشا تنظیم کردند و از نظر مخاطبان آمریکایی این سایت بهترین تنوع را در قالب‌بندی خود ایجاد کرده بود. (چای، ۲۰۲۲: ۵) از سال ۲۰۱۳ به بعد، شرکت تصمیم به مشارکت در تولیدات انیمیشنی کرد و با کمپانی دریم ورکز<sup>۴۷</sup> و شبکه تلویزیونی نیکلودئون<sup>۴۸</sup> شروع به همکاری کرد. بعد از مدتی با استودیوهای ژاپنی مثل جیبلی<sup>۴۹</sup> و استودیو کلریدو<sup>۵۰</sup> وارد همکاری شد تا انیمه‌ها را نیز به طور اختصاصی و مشارکتی وارد تولیدات خود کند. با استقبال انیمیشن‌های مختلف، این شرکت تصمیم گرفت از سال ۲۰۱۸ استودیو تولید انیمیشن خود را مهیا کند و به تولیدات کوتاه، سریال و



سینمایی بپردازد.

برای بهبود استودیوی انیمیشن سازی نتفلیکس، این شرکت در کنار تجهیز نیرو و امکانات خود، شرکت های انیمیشن سازی مطرحی چون انیمال لاجیک<sup>۵۱</sup> (سازنده انیمیشن سینمایی خوش قدم<sup>۵۲</sup> - برنده اسکار ۲۰۰۶) و اسکن لاین<sup>۵۳</sup> (شرکت جلوه های بصری، نامزد چندین جایزه ی اسکار و برگزیده در جشنواره های مختلف) را نیز خریداری کرد تا به رقبای خود، قدرتش را در این حوزه نشان دهد و سیاست گذاری اش را در عصر رسانه تصویر محور پی ریزی کند. این شرکت برای توسعه بخش انیمیشن خود بزرگ ترین مدیران و انیماتورها و کارگردانان را از سراسر دنیا به خود جذب کرده است تا به طور جدی به تولید در بخش انیمیشن بپردازد. این شرکت تاکنون ۴۰ سریال انیمیشن تلویزیونی و ۱۶ انیمیشن سینمایی اختصاصی (تا سال ۲۰۲۴) را تولید کرده و قرار است روی ۸۰ فیلم و سریال انیمیشن و ۳۰ انیمه ی ژاپنی نیز در سال های آینده برنامه ریزی کند. نتفلیکس در جشنواره ی اسکار<sup>۵۴</sup> تاکنون موفق نشده جایزه ی بهترین فیلم را از آن خود کند اما جایزه ی بهترین انیمیشن کوتاه (اگر هر اتفاقی بیفتد، دوستت دارم<sup>۵۵</sup> - ۲۰۲۲) و انیمیشن سینمایی (پینکیو به روایت دل تورو<sup>۵۶</sup> - ۲۰۲۳) را برده است و در جشنواره های معتبر تلویزیونی چون امی<sup>۵۷</sup> نیز از اولین سال ورود خود همواره نامزد بوده و جایزه ی بهترین سریال انیمیشن (آرکین<sup>۵۸</sup> - ۲۰۲۲) را نیز از آن خود کرده است.

### روش پژوهش

این پژوهش به روش کیفی با ماهیت توصیفی - تحلیلی نگارش شده است. در رویکرد کیفی طبق نظر میریام<sup>۵۹</sup> «تمرکز اصلی پژوهش بر روند، فهمیدن، درک کردن و معنی کردن خلاصه می شود؛ ابزار اصلی محقق جمع آوری و تحلیل داده ها است؛ فرایند این مسیر به صورت استنتاجی طی شده و توصیفی است.» (میریام، ۱۴۰۰۹) گردآوری داده ها به صورت مطالعات کتابخانه ای از طریق فیش برداری و خوانش تصاویر و فیلم ها است. تجزیه و تحلیل داده ها به ویژه جامعه ی آماری به روش تحلیل داده های کیفی رقم خورده است. «برای مطالعه تولیدات فرهنگی و هنری نظیر فیلم، نقاشی، تئاتر و موسیقی از روش تحقیق توصیفی تحلیل محتوا<sup>۶۰</sup> استفاده می شود.» (حافظ نیا، ۱۳۹۱: ۷۰)

روش تحلیل محتوا در تولیدات رسانه ای به ویژه سینما و تلویزیون حایز اهمیت زیادی است تا مطالعه پیام ها بهتر صورت بگیرد. کریپندرف<sup>۶۱</sup> بیان می کند که تحلیل محتوا، بررسی بر اساس شرح داده ها، دقیق و به صورت تفسیر ساختار مواد جهت تبیین گرایش ها، معناها و موضوعات مختلف است. (کریپندرف، ۲۰۱۲) نقیب السادات درباره ی تحلیل محتوای پیام های تصویری می نویسد: محقق در این روش باید از میان جمع پیام ها دست به گزینش زده و کار تحلیل را با نمونه گیری دنبال کند. در تجزیه و تحلیل محتوا، مجموعه مورد نظر تلویزیونی یا اثر سینمایی به واحدهای بیش از پیش کوچک تقسیم می شود. سپس واحدها در نهایت در مسیر استنتاجی به صورت جدولی یا توصیفی توسط محقق تحلیل می شوند. (۱۳۸۸: ۱۰-۶)

زتل برای تحلیل زیبایی شناسی کاربردی می نویسد: روش ارایه زیبایی شناسی کاربردی، روشی کاهش است. بدین معنی که در تجزیه و تحلیل یک برنامه تلویزیونی یا فیلم سینمایی مجبور می شویم تصاویر را به عناصر جداگانه تجزیه کرده و به صورت مجزا، ویژگی ها و قابلیت های هر مورد را از لحاظ ساختاری بررسی کرده و دسته بندی های خود به صورت تحلیل منتشر کنیم (زتل، ۱۳۹۴: ۲۳)

نگارندگان برای تحلیل تولیدات انیمیشنی موفق بر بستر وب در حوزه فرم باتوجه به عوامل مطرح شده توسط زتل و فرنیس در کتب خود به مقولاتی چون تکنیک تولیدات، میزانشن (شامل طراحی، رنگ و خط، حرکت و پویایی)، متحرک سازی، فضای دوبعدی و سه بعدی توجه کرده و جامعه ی آماری را از این منظر مورد تحلیل قرار می دهند. لازم به ذکر است که عنصر صدا که یکی از عوامل هر دو نظریه پرداز بوده به دلیل تخصصی بودن

و خارج از بحث بصری بودن در این پژوهش مورد استفاده قرار نگرفته است.

جامعه‌ی آماری مورد بررسی از نظر فرم در این پژوهش تولیدات مجموعه‌ای و سینمایی اختصاصی نتفلیکس از زمان شکل‌گیری استودیو انیمیشن این کمپانی در سال ۲۰۱۸ است. نگارندگان برای درک بهتر تغییرات فرمی و زیبایی‌شناسی موجود در تولیدات اینترنتی، تعداد کثیری از آثار را در مقولات ذکر شده مورد بررسی قرار داده تا به نتیجه‌گیری در تحلیل تولیدات برسند. بازه‌ی زمانی این تولیدات از سال ۲۰۱۸-۲۰۲۳ است و تولیدات سریالی حداقل یک فصل و تولیدات سینمایی به طور کامل مورد مشاهده و تحلیل قرار گرفتند.

نحوه‌ی انتخاب این نمونه‌ها نیز بر حسب میزان تماشای مخاطب به نسبت تولیدات مختلف نتفلیکس است؛ یعنی نگارندگان با استناد به سایت تحلیلی فیکس پاترول<sup>۶۲</sup> (سایتی برای داده‌های فیلم‌ها در رسانه برخط) به بررسی بیست عنوان برتر نتفلیکس در طول این سال‌ها پرداخته و آثار انیمیشنی که در لیست رتبه‌های برتر از نظر تماشا قرار گرفته را برای ارزیابی انتخاب کردند؛ بنابراین ممکن است در یک سال دو تولید و یا در سالی دیگر شش تولید به نسبت استقبال مخاطبان در آن سال گزینش شده باشد. جدول شماره یک، لیست تولیدات انتخاب شده را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۱. جامعه‌ی آماری انیمیشن‌های مورد بررسی در نتفلیکس / منبع: نگارندگان

| ردیف | نام اثر                                    | سال پخش     | ردیف | نام اثر                                                                   | سال پخش     |
|------|--------------------------------------------|-------------|------|---------------------------------------------------------------------------|-------------|
| ۱    | هیلدا (Hilda)                              | ۲۰۱۸-۲۰۲۳   | ۱۵   | آرکین (Arcane)                                                            | ۲۰۲۱ -      |
| ۲    | حفره (The Hollow)                          | ۲۰۲۰ - ۲۰۱۸ | ۱۶   | نمایش کاپ هد (!The Cuphead Show)                                          | ۲۰۲۲        |
| ۳    | شاهزاده‌ی اژدها (The Dragon Prince)        | -۲۰۱۸       | ۱۷   | هیولای دریا (The Sea Beast)                                               | ۲۰۲۲        |
| ۴    | کلاوس (Klaus)                              | ۲۰۱۹        | ۱۸   | خرگوش سامورایی؛ وقایع‌نگاری اوساگی (Samurai Rabbit: The Usagi Chronicles) | ۲۰۲۲        |
| ۵    | عشق، مرگ، ربات‌ها (Love, Death and Robots) | ۲۰۱۹-۲۰۲۳   | ۱۹   | اودبالز (Oddballs)                                                        | ۲۰۲۳ - ۲۰۲۲ |
| ۶    | ماشین حمل زباله (Trash Truck)              | ۲۰۲۱- ۲۰۲۰  | ۲۰   | وندل و وایلد (Wendell & Wild)                                             | ۲۰۲۲        |
| ۷    | بیگانه در کریسمس (Alien Xmas)              | ۲۰۲۰        | ۲۱   | دنیل اسپلباند (Daniel Spellbound)                                         | ۲۰۲۳ - ۲۰۲۲ |
| ۸    | پسر کیهانی (Kid Cosmic)                    | ۲۰۲۱-۲۰۲۲   | ۲۲   | سونیک پرایم (Sonic Prime)                                                 | ۲۰۲۴ - ۲۰۲۲ |
| ۹    | رایدلی جونز (Ridley Jones)                 | ۲۰۲۳- ۲۰۲۱  | ۲۳   | پدرم اژدها (My Father's Dragon)                                           | ۲۰۲۲        |
| ۱۰   | آدا توییست، دانشمند (Ada Twist, Scientist) | ۲۰۲۳ - ۲۰۲۱ | ۲۴   | پینوکیو، دل تورو (Guillermo del Toro's Pinocchio)                         | ۲۰۲۲        |

| ردیف | نام اثر                                                  | سال پخش     | ردیف | نام اثر                                                    | سال پخش |
|------|----------------------------------------------------------|-------------|------|------------------------------------------------------------|---------|
| ۱۱   | دنیای کارما (Karma's World)                              | ۲۰۲۱ - ۲۰۲۲ | ۲۵   | اسکات پیلیگرام برمی خیزد<br>(Scott Pilgrim Takes)<br>(Off) | ۲۰۲۳    |
| ۱۲   | درون کار (Inside Job)                                    | ۲۰۲۱ - ۲۰۲۲ | ۲۶   | بابای جایزه بگیر من<br>(My Dad the Bounty<br>(Hunter)      | ۲۰۲۳    |
| ۱۳   | میچل ها علیه ماشین ها<br>(The Mitchells vs the Machines) | ۲۰۲۱ - ۲۰۲۲ | ۲۷   | سامورایی چشم آبی<br>(Blue Eye Samurai)                     | ۲۰۲۳ -  |
| ۱۴   | سگ ها در فضا (Dogs in Space)                             | ۲۰۲۱ - ۲۰۲۲ | ۲۸   | نیمونا (Nimona)                                            | ۲۰۲۳    |

### یافته های پژوهش

#### زیبایی شناسی انیمیشن های نتفلیکس

رسانه و کمپانی فیلم سازی نتفلیکس در دهه دوم قرن بیست و یکم میلادی تبدیل به یکی از مهم ترین غول های تلویزیون و سینما در دنیا شد. این شرکت با کسب میلیاردها دلار از حق عضویت میلیون ها مخاطب در سراسر دنیا به ویژه در دوران همه گیری ویروس کرونا و خانه نشینی اجباری مخاطبان و تعطیلی سالن های سینما موفق به ایجاد یک امپراطوری در حوزه تولیدات شد. نتفلیکس با افزایش بودجه ها و تولیدات اختصاصی خود به رقیب بلامنازعی در این عرصه تبدیل شد تا سایر شرکت ها با الگوبرداری تلاش کنند به آن برسند.

بخش انیمیشن کمپانی نتفلیکس از همان روزهای نخست به عنوان بازویی کلیدی برای جذب مخاطبان قرار گرفت چراکه مدیران می دانستند جذب مخاطب کودک و نوجوان به این رسانه های اینترنتی حایز اهمیت است. «طبق آمارهای سایت امپر در سال ۲۰۱۶، اولین پذیرندگان ویدیو درخواستی در ۹ اقتصاد بزرگ اروپا و ایالات متحده همگی افرادی بودند که در خانه کودکانی زیر ده سال داشتند.» (ساگر و استیمرز، ۲۰۱۹: ۲۲) جذب یک کودک یعنی جذب یک خانواده؛ این استراتژی بزرگ نتفلیکس بود. پاتر<sup>۶۳</sup>، استاد دانشگاه استرالیا و از محققان به نام این حوزه، اشاره می کند که نتفلیکس با ایجاد بخشی به نام خانواده و کودک، مشتاق به جذب تعداد زیادی مخاطب است. این محتواها به مخاطب کمک کرده تا به درآمدزایی وسیع رسیده و مشتریان وفادار به برند خود را جذب کند. (پاتر، ۲۰۱۷)

با تحلیل تولیدات بخش انیمیشن کمپانی نتفلیکس می توان به چند بخش اصلی رسید:

۱. انیمیشن کوتاه (کوتاه مستقل و مناسبی مثل ایام کریسمس، جشن شکرگزاری، عید پاک و...)

۲. انیمیشن های سریالی فصلی (به صورت دنباله دار)

۳. انیمیشن های مجموعه ای فصلی (به صورت دنباله دار)

۴. انیمیشن های مجموعه ای آنتولوژی<sup>۶۴</sup>

۵. انیمیشن های مینی سریال

۶. انیمیشن های سینمایی

۷. برنامه های ترکیبی رئال و انیمیشن

در ادامه نگارندگان با تحلیل جامعه آماری در بخش های مختلف انیمیشن نتفلیکس، به ویژگی هایی کلی در تبیین زیبایی شناسی کاربردی انیمیشن های عصر حاضر با توجه به مؤلفه های ذکر شده می پردازند. این

ویژگی‌ها اغلب در ادامه مسیر قبلی فرمی انیمیشن‌های سینمایی و تلویزیونی در گذشته است اما با ایجاد تغییراتی باعث شده که نتفلیکس بیشتر از گذشته دیده شود و حتی در زمان‌هایی گوی رقابت از کمپانی بزرگ انیمیشن یعنی دیزنی را در جذب مخاطب براباید.

### تنوع تکنیکی

مکاتب شکل‌گرفته در صنعت انیمیشن بر اساس توانایی‌ها و علایق خود روی یک یا دو تکنیک درنهایت سرمایه‌گذاری می‌کردند. همان‌طور که ذکر شد مکتب دیزنی، انیمه و یوپی‌ای در تکنیک دوبعدی کار کرده و تکنیک‌های دیگر را مورد استفاده قرار نمی‌دادند. حتی دیزنی تا سال ۲۰۰۹ که آخرین انیمیشن سینمایی دوبعدی خود با عنوان شاهزاده خانم و قورباغه<sup>۶۵</sup> را منتشر کرد نیز به تکنیک دوبعدی امید داشت اما اکنون تمام تولیدات سینمایی و بیش از هفتاد درصد تولیدات تلویزیونی خود را در قالب سه‌بعدی تولید می‌کند. پیکسار<sup>۶۶</sup> کمپانی معروف انیمیشن‌های سه‌بعدی رایانه‌ای چه در سال‌های مستقل و چه بعد از پیوستن به دیزنی نیز همواره روی تکنیک سه‌بعدی خود تمرکز داشته و بخش اعظمی از تولیدات موفق دیزنی اکنون مرهون این کمپانی بزرگ است. مطالعه‌ی ساختار کمپانی‌ها و مکاتب مختلف شکل‌گرفته در تاریخ انیمیشن همواره بر همین امر تأکید می‌کند که تنوع تکنیکی در میان یک شرکت یا کمپانی فیلم‌سازی زیاد نبوده است. حتی مطالعه‌ی تولیدات دیزنی پلاس و آمازون پرایم<sup>۶۷</sup> به‌عنوان دو غول رقیب نتفلیکس نیز این امر را نشان می‌دهد که تولیدات این شرکت‌ها در سبک مشخصی حرکت می‌کند؛ به‌طور مثال این دو شرکت با تکنیک استاپ‌موشن اثری را تولید نمی‌کنند.

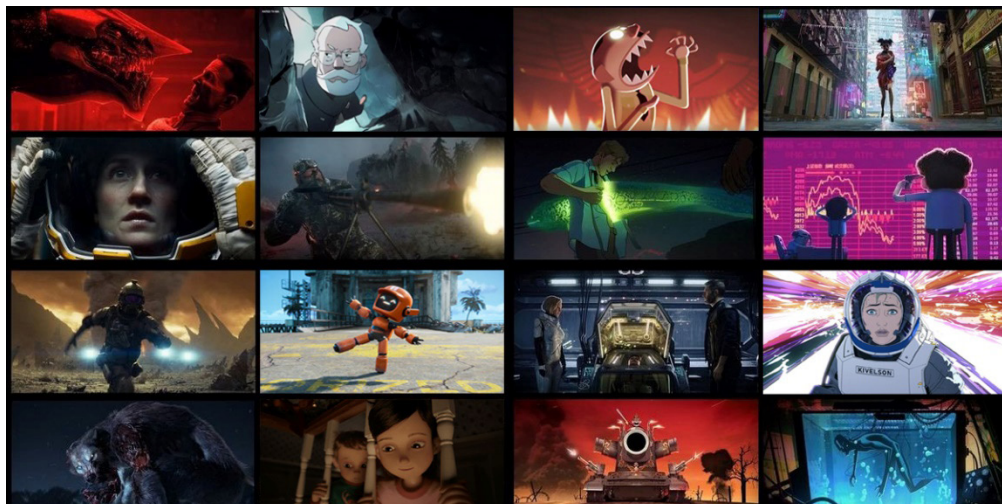
اما نتفلیکس به‌عنوان یک توزیع‌کننده در ابتدا، دوم همکار تولید با شرکت‌های مختلف و در حالت سوم (۲۰۱۸ به بعد) به‌عنوان تولیدکننده انیمیشن مستقل تمایل زیادی به تنوع تکنیکی دارد و این امر به جذب طیف وسیعی از سلیقه‌ها و مخاطبان کمک می‌کند. این مسیر متفاوت در بیانیه سایت نتفلیکس نیز به چشم می‌خورد:

«کمپانی انیمیشن نتفلیکس با شعار خلاقیت و متفاوت بودن تلاش دارد با ایجاد یک مسیر ویژه شخصی، جریان تازه‌ای را به بازار فیلم دنیا تزریق کند و باعث شود صنعت فیلم روند متنوع‌تری را به مخاطب نشان دهد. انیمیشن نتفلیکس قصد دارد داستان‌هایی را به اشکال متفاوت تعریف کند که هیچ‌کس ندیده است اما همه آنها را به‌خاطر خواهند آورد.» (سایت نتفلیکس)

این شرکت با خرید تولیدات متنوع و یا سرمایه‌گذاری روی تولیدات جدید تلاش دارد تا فرم‌های متنوعی را بر خلاف کلیشه‌های شکل‌گرفته تکنیکی در عرصه‌ی انیمیشن به مخاطبان عرضه کند. چای<sup>۶۸</sup> در روند تولیدات نتفلیکس اعتقاد دارد که روند ساخت این آثار حتی به‌گونه‌ای اکتشافی و آزمایشی پیش می‌روند؛ آزمایش‌هایی که ممکن است شکست خورده و یا پیروز شوند اما نتفلیکس حاضر به این ریسک می‌شود. (چای، ۲۰۲۲: ۶) تاد یلین<sup>۶۹</sup>، یکی از مدیران نتفلیکس، که بیشتر در حوزه‌ی محتوا کار می‌کند نویسندگان زیادی را برای ترکیب سبک‌ها و ژانرها و گونه‌ها استخدام می‌کند تا زیرگونه‌های مختلفی را برای تنوع شکل دهد (مک دونالد و اسمیت راوسی، ۲۰۱۶: ۳۹). این قضیه بدون شک در فرم تولیدی آثار نیز شکل گرفته و تأثیر می‌گذارد.

یکی از جدی‌ترین تولیدات متنوع این شرکت طبق تحلیل نمونه‌های موردی، انیمیشن عشق، مرگ، ربات‌ها بود. این سریال آنتولوژی توسط تیم‌های مختلف در سی و پنج قسمت (سه فصل) با تکنیک‌های مختلف تولید شد و کلیت روایت تنها با کلیدواژه‌هایی چون عشق، زندگی رباتی و مرگ تنظیم شده بود. به‌قدری این مجموعه در دنیا دیده شد که بسیاری از بزرگسالان به‌خاطر سبک بصری و متنوع این قسمت‌ها به سراغ نتفلیکس رفتند. تکنیک کات‌اوت، دوبعدی، سه‌بعدی، استاپ‌موشن، ترکیب تکنیک‌ها و... همگی در این

تولیدات حتی به اندک به کار رفتند و باعث تمایز این سریال و نقطه‌ی قوتی برای مجموعه‌های انیمیشنی شدند. حتی شرکت آمازون پرایم در سال ۲۰۲۴ با تقلید از این مجموعه، انیمیشنی را با عنوان مرحله پنهان<sup>۷۰</sup> تولید کرد که با تکنیک‌های مختلف و روایت آنتولوژی پیش می‌رود.



تصویر شماره ۱. مجموعه‌ای از تکنیک‌ها در انیمیشن عشق، مرگ، ربات‌ها / منبع: نگارندگان

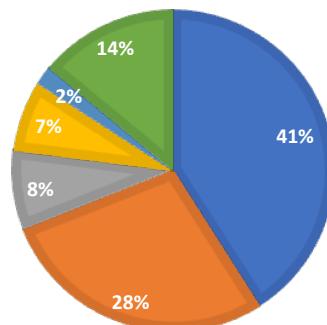
فراتر از این مجموعه موفق، نتفلیکس تلاش دارد با تکنیک‌های مختلف، انیمیشن‌های سریالی تولید کند. اگر تنها به همین آثار پرمخاطب در طی این پنج سال نگاه کنیم با تکنیک‌های متنوعی از کات‌اوت (حفره)، دوبعدی رایانه‌ای (هیلدا، پسر کیهانی، کلاوس، پدرم اژدها)، دوبعدی به سبک پیپر انیمیشن (نمایش کاپ هد)، استاپ‌موشن (بیگانه در کریسمس و پینوکیو) سه‌بعدی (رایدلی جونز، هیولای دریا، دنیل اسپیلاند)، سه‌بعدی با ترکیب دوبعدی (آرکین و سامورایی چشم‌آبی)، ترکیب با فیلم زنده (آدا توییست دانشمند) و... روبه‌رو می‌شویم.

در بین تکنیک‌های صنعتی، یکی از دشوارترین و زمان‌برترین آن‌ها تکنیک استاپ‌موشن است. بسیاری از شرکت‌ها تمایل نداشته وارد این حوزه شوند اما نتفلیکس حاضر به سرمایه‌گذاری و ریسک تولیدات شده و آثار سینمایی و تلویزیونی موفقی را خلق کرده است. انیمیشن‌های سینمایی وندل و وایلد، پینوکیو (برنده اسکار) و اخیراً انیمیشن فرار مرغی<sup>۷۱</sup> (۲۰۲۴) برای این شرکت موفقیت‌های زیادی ایجاد کردند. تولیدکنندگان انیمیشن فرار مرغی مطرح می‌کنند که اگر نتفلیکس و حمایت‌هایش وجود نداشت هرگز ادامه این اثر باتوجه به گران بودن این تکنیک محقق نمی‌شد.<sup>۷۲</sup> (میلیگان، مجله انیمیشن، ۲۰۲۳) هرچند سریال‌های استاپ‌موشن جایگاه بسیار بالایی در نزد مخاطبان نداشته اما باز هم نتفلیکس حداقل سالی یک مجموعه یا یک اثر کوتاه با این تکنیک داشته تا طرف‌داران این آثار را نیز راضی کند<sup>۷۳</sup>.



### تکنیک انیمیشن‌های نتفلیکس

تلفیقی   تجربی   استاپ موشن   کات اوت   دوبعدی   سه بعدی



تصویر شماره ۲. تکنیک انیمیشن‌های نتفلیکس / منبع: نگارندگان

شرکت انیمیشن نتفلیکس حتی به عنوان یک غول آمریکایی هیچ ابایی برای همکاری با مکتب ژاپن یعنی انیمه نیز ندارد چراکه هدف خود را تنها جذب حداکثری مخاطب در یک مسیر تجاری می‌داند. بسیاری از شرکت‌های انیمه‌سازی با این کمپانی قرارداد بستند و حتی این شرکت قصد تولید اختصاصی انیمه‌های خود را دارد. در یک اقدام جذاب و متفاوت، تولیدکنندگان شرکت، انیمیشنی را با عنوان اسکات پیلینگرام برمی‌خیزد را تولید کردند. این اثر ترکیبی از تکنیک‌های مختلف مکتب انیمه، مکتب آمریکا، کمیک بوک و بازی‌های آرکید است و هر قسمت آن آمیخته‌ای از تنوع تکنیکی برای خسته نشدن چشم مخاطب است.



تصویر شماره ۳. نمایی از انیمیشن سریالی اسکات پیلینگرام برمی‌خیزد/ منبع: فیلم

ذکر نمونه‌های تولیدشده و تحلیل تولیدات نتفلیکس نشان می‌دهد که این شرکت در زیبایی‌شناسی کاربردی خود برای جذب مخاطبان بیشتر به سراغ تولیدات متنوع از لحاظ تکنیکی رفته و تلاش داشته اغلب تکنیک‌های انیمیشنی که توسط فرنیس در کتاب خود ذکر شده بود را احیا کند. استفاده از تکنیک‌های متنوع، هزینه تولید را به نسبت دیگر شرکت‌ها بالا می‌برد اما نتفلیکس با عقد قرارداد با شرکت‌های مختلف



محلی در سراسر دنیا، تولیدات متنوعی را عرضه می‌کند و از لحاظ زیبایی‌شناسی طیف وسیعی را در ویتترین خود قرار می‌دهد.

### میزانسن سینمایی در صفحه‌نمایش

با رشد پیشرفت تکنولوژی، افزایش بسترهای اینترنت و دسترسی بیشتر مخاطبان به ابزاری چون موبایل، تبلت، تلویزیون هوشمند، لپ‌تاپ و... وضعیت تماشای تولیدات تصویر متحرک برای مخاطبان تغییر کرد. دیگر مخاطبان به طور ثابت مجبور نبوده به مکانی سر بسته به نام سینما رفته تا روی پرده نقره‌ای در ساعت معین، فیلمی را تماشا کنند و یا برای برنامه‌های تلویزیونی از قبل برنامه‌ریزی کنند. این امر تقریباً از سال ۲۰۰۸ به بعد به طور جدی‌تر مورد توجه قرار گرفت و کشور استرالیا به عنوان یکی از پیشگامان این حوزه، مسئله‌ای را تحت عنوان «اسکرین»<sup>۷۴</sup> یا صفحه‌نمایش عنوان کرد.

مارک دیوید رایان<sup>۷۵</sup> پرفسور دانشگاه استرالیا در حوزه فیلم و تلویزیون در مقالات متعددی از سال ۲۰۱۰ به بعد به این قضیه اشاره می‌کند که تکه‌تکه شدن مخاطبان، رشد ویدیوهای دیجیتال، توزیع بر بستر وب، پتانسیل شکل‌های جدید برای عرضه‌ی محصولات فرهنگی، تکثیر پلتفرم‌های چندگانه، اهمیت شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی چند رسانه‌ای در ترویج محصولات، رویکردهای سنتی «فیلم‌سازی» را به چالش می‌کشند و با پدیده‌ی جدیدی با عنوان «اسکرین» روبه‌رو می‌شویم که هرگونه صفحه‌نمایشی را یکسان کرده و مرزهای بین تلویزیون و سینما و تولیدات اینترنتی و... را برهم می‌زند. (دیوید رایان، ۲۰۱۰ و ۲۰۲۲)

تمرکز پژوهش‌گران استرالیایی حتی به قدری تشدید می‌یابد که نام مؤسسه فیلم‌سازی خود را به جای سینما و تلویزیون به اسکرین<sup>۷۶</sup> تغییر داده و رشته‌های دانشگاهی بر پایه‌ی مطالعه تمام صفحات نمایش شکل می‌گیرد. نتفلیکس نیز به عنوان یکی از غول‌های رسانه‌ای اسکرین تمرکزش را بر ارایه‌ی تولیداتش در تمام ابزارهایی که دارای صفحه‌نمایش هستند می‌گذارد و تمایلی به اکران سینمایی آثارش روی پرده‌ی نقره‌ای یا حتی تلویزیون برخط نشان نمی‌دهد<sup>۷۷</sup>. روند تغییر ماهیت نتفلیکس نسبت به سینما و تلویزیون امری خارج از این پژوهش است. در ادامه برای توضیح بیشتر این بخش، تنها نکاتی در حوزه‌ی انیمیشن‌های نتفلیکس عنوان می‌شود.

بسیاری از پژوهش‌گران و برنامه‌سازان تلویزیونی برای روایت در صفحه کوچک تلویزیون به نسبت سینما تفاوت‌هایی را می‌نویسند. به طور مثال جان فیسک<sup>۷۸</sup> اشاره می‌کند که نماها در تلویزیون بسیار بسته‌تر از سینما هستند و چپ‌نشین میزانسن تولیدات تلویزیونی با سینمایی متفاوت است. (فیسک، ۱۳۸۰: ۱۲۶) اما کوچکی موبایل، روی ویدیو پروژکتور درون خانه، تلویزیون‌های هوشمند یا حتی سالن‌های سینما پخش شود تا بخواهند بر حسب هر ابزار پخش، زیبایی‌شناسی میزانسن کارگردانی و بصری خود را تغییر دهند.

به عبارتی می‌توان عنوان کرد که انیمیشن‌سازان نتفلیکس نه به قواعد تلویزیونی گذشته پایبند بوده و نه به میزانسن سینمایی به طور کامل اهمیت می‌دهند و یک امر بینابین در این محدوده ایجاد می‌کنند. مطالعه و تحلیل تولیدات انیمیشن سینمایی و یا سریال‌های پرمخاطب نتفلیکس توسط نگارندگان به خوبی نشان می‌دهد که مرز دقیق و مشخصی بین تفاوت در زیبایی‌شناسی روایت یک سریال تلویزیونی و یک اثر سینمایی از لحاظ نمابندی وجود ندارد. در ادامه جدول شماره دو، به ذکر نمونه‌های دقیق‌تر بر حسب عناصر میزانسن فرنیس و زتل برای درک بهتر اشاره می‌کند. لازم به ذکر است که تعداد تولیدات مورد تحلیل این پژوهش بالا بوده و به دلیل محدودیت در مقاله، برخی از آن‌ها ذکر می‌شوند.

جدول شماره ۲. تحلیل عناصر بصری زیبایی‌شناسی کاربردی (میزانسن) در برخی تولیدات نتفلیکس/ منبع: نگارندگان

| نمونه تحلیل شده                 | نمابندی                                                                       | طراحی                                                                                                                            | رنگ و خط و نورپردازی                                                                                 |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سریال هیلدا                     | استفاده از نمابندی سینمایی/ اکستریم لانگ شات‌ها از طبیعت و موجودات غول‌پیکر   | طراحی پرجزیيات در بک‌گراند‌ها بر خلاف ديگر سریال‌های تلویزیونی/ توجه به جزئیات طراحی شخصیت‌ها                                    | رنگ و دسن تلویزیونی بین مکتب یوپی‌ای و دیزنی، با نورپردازی دقیق‌تر برای مخاطبان کودک                 |
| انیمیشن سینمایی هیولای دریا     | نماهای بسته شبیه به نماهای تلویزیونی در کنار ترکیب بندی سینمایی               | کم کردن برخی جزئیات در صحنه‌های جزیره و کشتی به نسبت تولیدات سینمایی سایر شرکت‌ها/ برقراری تعادل در طراحی صحنه‌ها از لحاظ جزئیات | نورپردازی دقیق سه بعدی، کاهش جزئیات خط و بافت در برخی صحنه‌ها به نسبت سایر تولیدات سینمایی           |
| سریال پسر کیهانی                | استفاده از نمابندی سینمایی همچون فیلم‌های جنگ ستارگان در صحنه‌های نبرد فضایی  | طراحی شخصیت‌های سریال تلویزیونی همچون مکتب یوپی‌ای و طراحی پرجزیيات بک‌گراند‌ها همچون مکتب دیزنی                                 | استفاده از برخی عناصر مکتب یوپی‌ای برای ساده‌سازی شخصیت‌ها در خط و استفاده از رنگ‌های محدود در اشخاص |
| انیمیشن سینمایی کلاوس           | استفاده از قواعد میزانسن تلویزیونی برای جزئیات شخصیت‌ها                       | خلق پرجزیيات صحنه‌های مختلف انیمیشن از لحاظ طراحی به نسبت عدم اکران انیمیشن روی پرده بزرگ و نمایش در اسکرین                      | نورپردازی سه بعدی به وسیله طراحی دوبعدی و جزئیات زیاد در طراحی خط و رنگ                              |
| سریال آرکین                     | نمابندی سینمایی، وجود نماهای باز پر جزئیات مناسب سالن سینما                   | جزئیات بسیار بالا در صحنه‌ها در تولید به نسبت سایر سریال‌های تاریخ                                                               | ترکیب مکاتب مختلف هنری، جزئیات بالا در خلق نور و رنگ شبیه‌سازی سه بعدی و خطوط دوبعدی                 |
| سریال نمایش کاپ‌هد              | استفاده از میزانسن‌های سینمایی تولیدات دیزنی در این سریال                     | طراحی شخصیت‌ها و بک‌گراند‌ها همچون آثار سل انیمیشن دوران کلاسیک دیزنی با جزئیات زیاد                                             | استفاده از دسن‌های دوبعدی دیزنی برای دور شخصیت‌ها و رنگ و نورپردازی سل انیمیشن                       |
| سریال ساموایی چشم آبی           | میزانسن سینمایی برای نماهای مبارزه و مناظر درون اثر به نسبت قاب اسکرین        | توجه زیاد به جزئیات شخصیت‌های طراحی شده همچون آثار سینمایی سه بعدی برخلاف دیگر تولیدات تلویزیونی                                 | توجه به رنگ و نورپردازی به نسبت خط در طراحی شخصیت‌ها با ترکیب دوبعدی/ سه بعدی                        |
| انیمیشن سینمایی نیمونا          | نماهای بسته شبیه به نماهای تلویزیونی در کنار ترکیب بندی سینمایی               | کاهش جزئیات شخصیت‌ها و بک‌گراند‌ها و شبیه شدن به جنس خروجی طراحی سریال‌های تلویزیونی نتفلیکس                                     | تمرکز بر خط برای ترکیب دوبعدی و سه بعدی/ کاهش جزئیات رنگ و نور در صحنه                               |
| سریال بابای جایزه‌بگیر من       | استفاده از نمابندی‌های اکستریم لانگ شات سینمایی در قاب اسکرین سریال تلویزیونی | توجه به جزئیات و بافت و تکسچر در طراحی شخصیت‌های سه بعدی همچون آثار پیکسار و گران قیمت شدن این سریال تلویزیونی                   | شبیه‌سازی و پردازش رنگ و اشکال و بافت و نور همچون تولیدات سینمایی                                    |
| سریال اسکات پیلینگرام برمی‌خیزد | استفاده از نمابندی‌های مختلف سریالی و تلویزیونی و ترکیب بندی‌های کولاژطور     | سبک طراحی ترکیبی از دیزنی، انیمه و یوپی‌ای به همراه کولاژهای تصویری بازی‌های آرکید                                               | ساده‌سازی خطوط و رنگ‌ها و اشکال در بسیاری از صحنه‌ها و جزئیات بالا در صحنه‌های مبارزه شخصیت‌ها       |

طراحان کانسپت در انیمیشن‌های بسیار پرمخاطب نتفلیکس در برخی صحنه‌ها بک‌گراند‌های بسیار پرجزئیاتی را طراحی می‌کنند که مخاطب باید چندین دقیقه وقت خود را برای بررسی تمام صحنه گذاشته تا متوجه پلان شود. این امر شاید در سینما یا تلویزیون به دلیل در لحظه بودن پخش زیاد استفاده نمی‌شود اما تماشای انیمیشن بر اسکرین به مخاطب اجازه داده که هر لحظه می‌خواهد اثر را متوقف کرده و بادقت نگاه کند یا چندین بار آن را عقب و جلو کرده تا متوجه تغییرات شود. در انیمیشن‌های زیادی چون اسکات پیلینگرام، پسر کیهانی، آرکین، نمایش کاپ هد، درون کار، کلاوس، هیولای دریا و... چنین جزئیات زیادی دیده می‌شود.

در کنار خلق جزئیات و همچنین از بین رفتن مرزهای زیبایی‌شناسی سینمایی و تلویزیونی، نتفلیکس روی کیفیت آثار تمرکز بسیاری دارد. ماریکه جنر<sup>۷۹</sup> از تولیدات نتفلیکس با عنوان آثار «با کیفیت<sup>۸۰</sup>» یاد می‌کند. او اعتقاد دارد که انیمیشن‌های تولید شده این شرکت با قواعد تلویزیونی انیمیشن گذشته متفاوت تر است و از آن‌ها بالاتر رفته است. (جنر، ۲۰۱۸) وقتی به سریال‌هایی چون آرکین یا سامورایی چشم‌آبی یا نمایش کاپ هد بادقت نگاه می‌کنیم به وضوح با تغییر کیفیت به نسبت سایر تولیدات سریالی در سال‌های گذشته مواجه می‌شویم.

مدس اهم<sup>۸۱</sup> کانسپت آرتیست مجموعه آرکین و سایر تولیدات مطرح می‌کند که این انیمیشن جز سخت‌ترین پروژه‌های زندگی او بوده و ماه‌ها این اثر زمان برده و تیم تولیدی به شدت فشار زیادی را برای خلق آثار باکیفیت روی او آوردند اما نتیجه لذت بخش است. (مصاحبه سربخش با اهم، ۲۰۲۴) کریس نوهان<sup>۸۲</sup> سرپرست تولید آرکین نیز عنوان می‌کند که هر قسمت آرکین شصت هفته در چرخه تولید زمان می‌برد و این کار را برای عوامل بسیار طاقت فرسا می‌کرد (مصاحبه شخصی با نوهان، ۲۰۲۴) و این نشان از کیفیت متفاوت است. حتی در تکنیک دوبعدی نیز نتفلیکس حاضر به ایجاد سرمایه و وقت زیاد می‌شود. دیو واسون<sup>۸۳</sup> تهیه‌کننده اجرای نمایش کاپ هد در مصاحبه می‌گوید که هرگز فکر نمی‌کرد که کسی حاضر شود برای تولید انیمیشن با این تکنیک به صورت انیمیشن‌های کلاسیک دیزنی سرمایه‌گذاری کند اما نتفلیکس حاضر به گذاشتن سرمایه و زمان شد (مصاحبه با واسون، ۲۰۲۳) این گونه است که نتفلیکس قواعد سینمایی و تلویزیونی را تغییر می‌دهد و آثاری باکیفیت منتشر می‌کند.

### متحرک‌سازی در حالت مید انیمیشن

کمپانی انیمیشن نتفلیکس سالیانه تولیدات زیادی دارد و انیمیشن هم همواره هنری گران‌قیمت و زمان بر است و تولید باکیفیت شرایط خاصی را می‌طلبد. بر همین اساس شاید تصور بر این باشد که متحرک‌سازی به عنوان مهم‌ترین قسمت چرخه‌ی تولید انیمیشن در این کمپانی با محوریت مکتب آمریکایی (دیزنی) به صورت فول انیمیشن کار می‌شود اما چنین نیست. اگر هم بخواهیم این آثار را همچون مکتب انیمه یا یوپی‌ای به صورت لیمیت انیمیشن یا محدود شده تصور کنیم باز هم با بررسی و تحلیل نگارندگان متوجه شده که انیمیت‌ها محدود نیستند.

نگارندگان انیمیشن با مطالعه فریم ریت متحرک‌سازی بسیاری از صحنه‌های انیمیشن در تولیدات سریالی و سینمایی نتفلیکس اعتقاد دارند که روند متحرک‌سازی این شرکت امری بین تولیدات فول انیمیشن و لیمیت انیمیشن است؛ به عبارتی می‌توان آن را «متحرک‌سازی میانه یا مید انیمیشن»<sup>۸۴</sup> نام‌گذاری کرد. تحلیل صحنه‌های متحرک‌سازی نشان می‌دهد که نسبت تغییر فریم ریت بر حسب حرکات با درایت کارگردان و انیماتورها در صحنه‌های مختلف به اوج و فرود می‌رسد و حتی در فریم‌هایی به عدد سه و در جاهایی به پانزده فریم نیز در برخی تولیدات می‌رسد.

باتوجه به تغییرات فریم ریت در متحرک‌سازی می‌توان عنوان کرد که میانگین فریم‌ها بین هفت تا نه در

تولیدات سریالی و حتی سینمایی نتفلیکس متغیر است اما همان‌طور که ذکر شد بیشتر این بحث در صحنه مشخص می‌شود. آیدان سوگانو<sup>۸۵</sup>، سرپرست بخش هنری انیمیشن نیمونا در مصاحبه عنوان می‌کند: متحرک‌سازی سه‌بعدی همواره در تولیدات مختلف سینمایی نیاز به جزییات و واقع‌گرایی زیادی داشته است اما این امر سرمایه و هزینه زیادی می‌طلبد. تیم متحرک‌سازی ما باتوجه به فرم شخصیت‌ها روندی را طراحی کرد که چشم بیننده بیشتر به پس‌زمینه جذب شده و پرش‌های متحرک‌سازی را متوجه نشود. در بسیاری از صحنه‌های نیز تیم از دارایی‌های در طول اثر با تغییر جزئی به طور هوشمندانه استفاده کردند تا زمان و سرمایه بیشتری را حفظ کنند. (سوگانو، ۲۰۲۴)

اوج نمونه‌ی این هوشمندی در تولیدات سریالی را نیز می‌توان در دو مجموعه موفق شاهزاده اژدها و پسر کیهانی در دو تکنیک سه‌بعدی و دوبعدی مشاهده کرد. هر دوی این سریال‌ها به قدری محبوب بودند که بیشتر از سه فصل (تال‌حظه نگارش این پژوهش) به کار خود ادامه می‌دهند. در ادامه مهم‌ترین نکات به دست آمده از تحلیل متحرک‌سازی این تولیدات توسط نگارندگان مطرح می‌شود و تحلیل یک سکانس از انیمیشن شاهزاده اژدها برای درک بهتر در جدول شماره سه عنوان می‌شود. لازم به ذکر است به دلیل محدودیت مقاله تحلیل‌های دیگر صحنه‌های سریال‌ها عنوان نشده و این نمونه نیز به طور خلاصه ذکر می‌شود. ویژگی‌ها عبارتند از:

۱. توجه به بانک انیمیت: باتوجه به تعداد قسمت‌های بالا، متحرک‌سازان از بانک انیمیت (کتابخانه آرشیوی از عناصر) خود در قسمت‌های مختلف بهره برده اما هربار آن‌ها را به صورت جزیی ویرایش می‌کنند تا شبیه به یکدیگر نشوند.

۲. گمراه کردن حواس و ذهن مخاطب به بک‌گراند (پس‌زمینه) یا افکت‌های دوبعدی جلوه‌های بصری برای کمتر دیده شدن متحرک‌سازی پیچیده.

۳. عدم یکنواختی در متحرک‌سازی شخصیت‌ها: برخی صحنه‌ها لیمیت انیمیشن (سه فریم) طراحی شده و دوربین تنها روی صفحه ثابتی حرکت می‌کند اما در برخی صحنه‌ها شاهد مبارزه‌های سنگین و پرتحرک (بیست فریم) هستیم تا کل روایت اثر در مجموع به دل مخاطب بنشیند.

۴. خلق تعدادی صحنه‌ی رئالیستی در اثر؛ متحرک‌سازی شغل گران‌قیمت و زمان‌بری است اما تیم تولیدی نتفلیکس می‌دانند که اگر از کیفیت زده و به فکر سختی تولید باشند اثر هرگز موفق نمی‌شود. به همین دلیل در بسیاری از قسمت‌های متحرک‌سازی با صحنه‌های پرجزییاتی (۲۴ فریم و بیشتر) روبه‌رو می‌شویم که مخاطب را به اثر جذب می‌کند.

۵. استفاده از تکنیک پرش حرکتی: انیمیشن شاهزاده اژدها تلاش داشته تا با استفاده از متحرک‌سازی متفاوت مثل برخی بازی‌های ویدیویی تعداد کلیدهای اصلی را کم کرده و خروجی سبک‌تری بگیرد. این امر باعث می‌شود که برخی صحنه‌ها در متحرک‌سازی رها شوند. اگر به صورت متنی به خوانندگان گفته شود که متحرک‌سازی رها می‌شود بدون شک این یک اشتباه فنی تلقی می‌شود اما در صورت تماشای خود اثر به صورت پیوسته این امر نه تنها یک اشکال بلکه نقطه‌ی قوتی برای سرعت بخشی و جلوگیری از هزینه اضافی است و مخاطب نیز در کلیت با آن ارتباط برقرار می‌کند؛ گواه حاکی آن استقبال مخاطبان از این سریال است که به فصل هفتم در سال ۲۰۲۴ رسیده است. این تکنیک در مصاحبه با عوامل صنعت انیمیشن معروف به «فریم ردشده»<sup>۸۶</sup> است تا فشار کمتری به انیماتورها بیاید. (مصاحبه با انیماتورهای این سریال، ۲۰۲۴)

توجه به جزییات در برخی صحنه‌های متحرک‌سازی برای القای کیفیت بالای انیمیشن: متحرک‌سازان تلاش دارند تا صحنه‌ها از لیمیت انیمیشن فاصله بگیرد، به همین دلیل جزییاتی به برخی از پلان‌ها اضافه می‌کنند. در انیمیشن پسر کیهانی به‌ویژه این جزییات در کنش‌های ثانویه<sup>۸۷</sup> و دنباله‌ها و هم‌پوشانی<sup>۸۸</sup> (از اصول دوازده‌گانه

انیمیشن) مورد توجه قرار می‌گیرند. عناصر اضافی روی لباس، پلک زدن، بازی با مو در شخصیت گربه و... از جمله جزئیات ریزی هستند که شاید در ابتدا کسی به آن‌ها دقت نکند اما توجه کردن به آن‌ها در برخی صحنه‌ها باعث می‌شود سبک متحرک‌سازی محدود کمتر به چشم آمده و اثر مورد توجه مخاطبان قرار بگیرد.

جدول شماره ۳. تحلیل متحرک‌سازی یک صحنه از سریال انیمیشن شاهزاده اژدها / منبع: نگارندگان

| شرح صحنه                                                                                                                                                                                                                                                                               | شخصیت‌های موجود در صحنه | متحرک‌سازی مید انیمیشن                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>فصل اول؛ قسمت سوم:<br/>صحنه یافتن تخم اژدها توسط شخصیت‌های اصلی داستان دقیقه: ۵ تا ۷</p> <p>کالوم و ازران و رایلا تخم اژدها را یافته و در حال بررسی آن هستند. کلادیا سر می‌رسد و با جادوی خود می‌خواهد با آن‌ها مقابله کند اما کالوم او را دستبند زده و با دیگران فرار می‌کنند.</p> | کالوم                   | <p>کالوم با تعجب در حال نگاه کردن است. متحرک‌سازی همچون آثار لیمیت ثابت است و هیچ کنشی وجود ندارد و تنها حرکت دوربین باعث عدم دقت مخاطب به جزئیات می‌شود. وجود افکت بصری تخم اژدها جلوی کادر نیز باعث می‌شود که دست‌های کالوم دیده نشده و ثابت بودن آن مشخص نشود.</p> <p>همچون آثار لیمیت انیمیشن، سه فریم برای متحرک‌سازی دست‌های شخصیت در نظر گرفته شده و لیپ سینک دیالوگ‌های او بسیار دقیق است.</p> <p>کالوم در نهایت در هشت فریم، شخصیت کلادیا را دستگیر می‌کند و فرار می‌کند.</p>                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ازران                   | <p>ازران در صحنه نخست تنها به دو شخصیت رایلا و کالوم نگاه می‌کند و ثابت است. برای این شخصیت در طول صحنه‌های اصلی، متحرک‌سازی ثابت‌تری طراحی شده است.</p> <p>دویدن شخصیت ازران و رایلا به سمت خروج با تعداد فریم بیشتر (حدود هشت) کار شده تا ثابت بودن این دو شخصیت در اواخر صحنه زیاد به چشم نیاید.</p>                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        | رایلا                   | <p>رایلا به تخم جادویی چشم دوخته است اما می‌زانسن به گونه‌ای است که حرکت او دیده نمی‌شود و ثابت است. وقتی رایلا به تخم اژدها نزدیک می‌شود متحرک‌سازی با جزئیات و نزدیک به دوازده فریم است تا حس طبیعی صمیمانه او بهتر احساس شود.</p> <p>با وارد شدن کلادیا، رایلا فاز تهاجمی برداشته و در چهار فریم تغییر می‌کند. در هنگام حرف زدن رایلا و کلادیا، میزان حرکات در چهار تا شش فریم تنظیم شده است و جزئیات کمتری وجود دارد. به محض ورود به صحنه مبارزه، نوع متحرک‌سازی تغییر کرده و جزئیات بیشتری برای جذابیت به اثر اضافه می‌شود.</p> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                        | کلادیا                  | <p>کلادیا با ورود به صحنه، دارای پرش انیمیت است. یعنی فریم‌های میانی در هنگام پایین آمدن او از پله طراحی نشده و به طراحی فریم‌های اصلی متحرک‌سازی بسنده شده است.</p> <p>رایلا با ترکیب جادو و متحرک‌سازی افکت‌ها، کمبود انیمیت‌ها را جبران کرده اما در شخصیت روبه‌رو یعنی رایلا به دلیل وجود شمشیر، انیمیت‌ها به طور کامل طراحی شدند. بسیاری از افکت‌های کلادیا کپی و از بانک انیمیت است اما استفاده در صحنه‌های مختلف باعث شده که مخاطب متوجه نشود.</p>                                                                             |

### قدرت فرم سه بعدی با طراحی دوبعدی

کمپانی پیکسار در دهه اول قرن بیست و یک، زیبایی‌شناسی متفاوتی را از سینمای واقع‌گرایانه/ فانتزی سه بعدی به مخاطبان این نسل عرضه کردند اما مخاطبان نسل‌های قبل از دهه‌های گذشته با تولیداتی در تکنیک دوبعدی از انیمیشن‌های دیزنی بزرگ شده بودند و روحیه آن‌ها فرق می‌کرد. سنگینی تولیدات



دوبعدی و زمان بر بودن این تکنیک به صورت واقع‌گرایانه در تولیدات انیمیشن سینمایی و سریالی، بسیاری از شرکت‌ها را مجبور به عقب‌نشینی در این حوزه کرد اما هنوز هم فضای دوبعدی برای بسیاری از علاقه‌مندان حایز اهمیت است.

بسیاری از متخصصان سه‌بعدی برای ایجاد حس بین این دو مسیر، تکنیکی را تحت عنوان «سایه‌زنی سل»<sup>۹۲</sup> (برحسب تکنیک سل انیمیشن) یا «سایه‌زنی تون»<sup>۹۳</sup> (برحسب کلمه کارتون) در نرم‌افزارهای سه‌بعدی ایجاد کردند. این تکنیک به هنرمندان اجازه می‌داد تا در فضای سه‌بعدی، حسی شبیه به آثار دوبعدی نیز ایجاد کرده و خروجی بگیرند. (هاچیگیان، ۲۰۰۵) بسیاری از بازی‌های ویدیویی از این تکنیک استفاده کرده یا در سریال‌ها و انیمیشن‌های سینمایی به صورت ابزاری در کمک ویزوال بصری (آثاری مثل غول آهنی<sup>۹۴</sup>، دانه سب<sup>۹۵</sup>) کار استفاده می‌شد (لوک، ۲۰۱۲) اما اوج استفاده از ترکیب این دو تکنیک به دهه دوم قرن بیست و یکم به بعد بازمی‌شود.

کمپانی انیمیشن سونی<sup>۹۶</sup> و کمپانی انیمیشن نتفلیکس برخلاف جریان سه‌بعدی واقع‌گرایانه مکتب دیزنی در تلاش بودند تا انیمیشن‌هایی را برای جذب مخاطبانی که با آثار دوبعدی بزرگ شدند ایجاد کنند. از آنجاکه تولیدات دوبعدی ریسک زیادی داشتند ترکیب انیمیشن سه‌بعدی و دوبعدی چه به وسیله پینت (طراحی با قلم نوری) و چه به وسیله خروجی در نرم‌افزار، گزینه اول این شرکت‌ها بود. سال ۲۰۱۸ به اعتقاد نگارندگان حرکتی کلیدی در این عرصه بود؛ موفقیت انیمیشن شاهزاده اژدها در جذب مخاطب و گرفتن جایزه اسکار بهترین انیمیشن سینمایی توسط شرکت سونی برای مرد عنکبوتی: به درون دنیای عنکبوتی<sup>۹۷</sup> (۲۰۱۸) نظر بسیاری از مخاطبان و تولیدکنندگان به این ترکیب تکنیکی را تغییر داد.

پیتر رمزی<sup>۹۸</sup> کارگردان انیمیشن دنیای عنکبوتی درخصوص روند تولید این اثر می‌گوید: ما به دنبال حالتی دوبعدی و شبیه به کمیک و انیمیشن‌های قدیمی در فضایی سه‌بعدی بودیم اما حقیقتاً بودجه کافی را برای تولید یک انیمیشن دوبعدی گران‌قیمت نداشتیم. در نتیجه به سراغ خلق انیمیشنی در تکنیک سایه‌زنی سل اما پیشرفته‌تر رفتیم و با ترکیب دوبعدی به این موفقیت رسیدیم. (ایندی وایر، ۲۰۱۹)

سازندگان انیمیشن نتفلیکس طبق تحلیل تولیدات پنج‌ساله شرکت از این تکنیک به وفور برای تولیدات نوجوان و بزرگسال خود استفاده می‌کنند تا نسل‌های قدیمی‌تری که با آثار دوبعدی بزرگ شدند را نیز به خود جذب کنند. اوج این تولید مربوط به انیمیشن سریالی آرکین در دو فصل از ۲۰۲۱-۲۰۲۴ است که انقلابی جدی در زیبایی‌شناسی و تولید تکنیکی از نظر نگارندگان محسوب می‌شود.

آرکین که از مجموعه بازی‌هایی با عنوان لیگ افسانه‌ها<sup>۹۹</sup> توسط شرکت فورتیچ<sup>۱۰۰</sup> با همکاری نتفلیکس عرضه شد توانست به دنیا قدرت این سبک بصری را نشان دهد. اگر در سال‌های گذشته انیمیشن‌های موفق‌تری در ترکیب این دو تکنیک ایجاد نشده بود آرکین در استقبال میلیونی مخاطبان و کسب بهترین جوایز اثبات کرد که تولید باکیفیت در این تکنیک می‌تواند جواب‌گو باشد. الکسیس وانروی<sup>۱۰۱</sup> به عنوان سرپرست شخصیت‌های انیمیشن آرکین درخصوص این تکنیک می‌گوید:

سبک گرافیک این انیمیشن توسط فورتیچ با الهام از سبک بازی‌های سه‌بعدی و دوبعدی توسط شرکت ریوت<sup>۱۰۲</sup> تأیید شد. آن‌ها می‌خواستند حس و حالی از بازی را در یک فضای انیمیشن به صورت واقعی و حتی کمی خشن ایجاد کنند و فضا با افکت‌های گرافیکی دوبعدی مبتنی بر مدل‌های سه‌بعدی خلق شود. می‌توان این سبک را ترکیبی از آرت دکو<sup>۱۰۳</sup>، سایبرپانک<sup>۱۰۴</sup> و انیمیشن‌های سه‌بعدی و طراحی دیجیتال معرفی کرد. (وانروی، ۲۰۲۱)



تصویر شماره ۴. نمایی از انیمیشن سریالی آرکین/ منبع: فیلم

تحلیل یافته‌های انیمیشن‌های نتفلیکس نشان می‌دهد که تولیدات زیادی با تکنیک سه‌بعدی به سمت وسوی فضای دوبعدی حرکت کرده و این یک جریان تثبیت شده برای زیبایی‌شناسی آثار پرمخاطب تولیدات این کمپانی از نظرگاه بُعد است. انیمیشن‌هایی چون میچل‌ها علیه ماشین‌ها، سونیک پرایم، اسکات پیلینگرام برمی‌خیزد، آرکین، سامورایی چشم‌آبی، نیمونا و... همگی با ترکیب این دو تکنیک موفق شدند به پربازدیدترین سریال‌های و تولیدات سینمایی از نظر مخاطبان تبدیل شوند تاحدی که کمپانی دیزنی به عنوان رقیب نتفلیکس نیز به این تکنیک علاقه نشان داد و انیمیشن سینمایی آرزو<sup>۱۲</sup> (۲۰۲۳) را عرضه کرد اما نتوانست موفقیت زیادی را به دست بیاورد. بسیاری از اهالی فن انیمیشن در صنعت امروز آمریکا نیز در مصاحبه‌ی شخصی با نگارنده به اهمیت این تکنیک در تولیدات اشاره کردند و اذعان داشتند که این صنعت ممکن است به زودی تولیدات بیشتری از شرکت‌ها را دربرگیرد. (مصاحبه سربخش با کریس نوهان، کاترین دولت‌آبادی<sup>۱۳</sup>، رامین زاهد<sup>۱۴</sup>، بنوا دیلوانی<sup>۱۵</sup>: ۲۰۲۴)

### نتیجه‌گیری

صنعت انیمیشن همواره بر پایه تکنولوژی به روز، دانش فنی و هنری و زیبایی‌شناسی خاص و متفاوت در طول تاریخ پیش رفته است. مطالعه انیمیشن‌های موفق و به روز یکی از کلیدی‌ترین وظایف هنرمندان و پژوهش‌گران این عرصه به شمار می‌رود. این پژوهش بر همین ضرورت تلاش داشت با بررسی فرمیک و زیبایی‌شناسی کاربردی رسانه‌ای (عملی) تولیدات انیمیشن موفق در عصر اینترنت نکات مهمی را به هنرمندان، مدیران و حتی سیاست‌گذاران رسانه‌ای انتقال دهد.

در عصر حاضر بدون شک بسیاری از تولیدات انیمیشن چه از سوی سازمان صداوسیما و چه از سوی شرکت‌های خصوصی به رسانه‌های جاری اینترنت وارد شده و مسیری که ده سال گذشته در آمریکا و سپس سایر کشورها رخ داد در ایران نیز قدم‌های نخستین خود را برداشته است؛ کمالینکه برخی شرکت‌ها در زمان نگارش پژوهش نیز به سراغ رسانه‌های برخط رفته و تولیداتی مختص آنان خلق کرده‌اند. جنگ بر سر قدرت رسانه‌های اینترنتی شاید امری باشد که بیشتر از آن در کشور و دنیا خواهیم شنید و باید پیش از آنکه دیر شود

دست به اقدام برای مطالعه این مسیر زده و از لحاظ فنی، هنری، محتوایی، مخاطب‌شناسی، چرخه تولید و... آن‌ها را بررسی کرده و به بومی‌سازی در کشور برسیم.

برای موفق بودن در این عرصه، باتوجه به اینکه مخاطبان حاضر به پرداخت پول برای بستر اینترنت خود بوده، باید به اصل کیفیت و سپس تنوع برای راضی کردن مخاطبان توجه ویژه کرد. نکته حایز اهمیت هوشمندی هنرمندان برای تولید انبوه یا صنعتی است. همان‌طور که در طول یافته‌های پژوهش اشاره شد، بسیاری از انیمیشن‌های موفق در کمپانی نتفلیکس با هوشمندی ساده‌سازی در زیبایی‌شناسی خود حواس مخاطب را از ضعف‌های خود پرت کرده و تولید جذابی را ارائه دادند. هنرمندان کشور نیز با تحلیل و بررسی دقیق‌ترین تولیدات و امکانات خود می‌توانند آثاری با کیفیت در قالب تعداد قسمت‌های بالا و حتی با سرعت مناسب تهیه کرده تا این‌گونه، چرخه‌ی صنعت انیمیشن نیز با سرمایه‌گذاری و بازگشت سرمایه پررونق‌تر شود.

در این بین، توجه به تکنیک‌های ترکیبی یا میکس از هنر سه‌بعدی و دوبعدی که اخیراً مورد توجه مخاطبان دنیا قرار گرفته است نیز دارای اهمیت است؛ هنرمندان انیمیشن کشور می‌توانند با سرمایه‌گذاری و کسب دانش و تجربه، تولیدات موفق‌تری را باتوجه به تکنیک‌های ترکیبی برای رضایت قشر بیشتری از مخاطبان خلق کنند تا از زیبایی‌شناسی روز دنیا عقب نمانند.

در عصر تکنولوژی و فراوانی دسترسی مخاطبان به رسانه‌ها و تولیدات مختلف با یک کلیک، رقابت بسیار سخت‌تر از قبل شده است. اگر نتوان انیمیشن‌هایی را با علم روز دنیا و سنجش علاقه مخاطبان پیش برد تا آثاری با کیفیت خلق کرد بی‌شک در جذب مخاطب و اثرگذاری برای نسل‌های مختلف دچار شکست می‌شویم. کودکان و نوجوانان امروزی از طریق ابزارهایی چون موبایل، تبلت، تلویزیون هوشمند، رایانه و... با اینترنت سرکار و داشته و تولیدات با کیفیتی را تماشا می‌کنند و برای جذب آن‌ها باید حداقل اثری بومی با زیبایی‌شناسی و علم روز دنیا تولید کرد تا به رقابت نزدیک شده و در نهایت پیروز شویم تا آینده کودکان و نوجوانان کشور با هویتی ایرانی و اسلامی بر طبق اصول صحیح تربیتی سالم تأمین شده و پیش برود.

## پی‌نوشت‌ها

1. Norman McLaren
2. Snow White and The Seven Dwarfs
3. The Walt Disney Company
4. United Productions of America, better known as UPA
5. Anime
6. Zagreb
7. Catherine Johnson
8. Ofcom
9. Online TV
10. Video on demand (VOD)
11. Amanda D. Lotz
12. Jonathan Gray
13. Netflix
14. Streaming Media

۱۵. بیش از یک میلیارد دقیقه تماشای انیمیشن از فروردین تا نیمه مرداد ماه ۱۴۰۳ ثبت شده است. این آمار تنها مربوط به سایت آپارات (به‌ویژه بخش کودک) بوده و بیشترین میزان بازدید مربوط به تیرماه با توجه به تعطیلی مدارس است. (ایرنا، ۱۴۰۳)

16. Tony Hall
17. BBC
18. Maureen Furniss

19. Disney+
20. Eddie Falvey
21. BoJack Horseman
22. Big Mouth
23. Liu Fusong
24. Scissor Seven
25. Walter Elias Disney
26. Mark Harrison & Carol A. Stabile
27. Christopher Finch
28. Full Animation
29. Michael Barrier
30. Reduced Animation
31. Modern Cartoon
32. Michael Mallory
33. Crusader Rabbit
34. Osamu Tezuka
35. Manga
36. Astro Boy
37. Limit Animations
38. Antonio Lopez
39. Herbert Read
40. John Hospers
41. Herbert Zettl
42. Pierre Sauvanet
43. Roberta Pearson

۴۴. به نقل از سایت استاتیستا تا زمان نگارش این پژوهش (۲۰۲۴) تعداد کاربران رسمی این مجموعه، ۲۸۰ میلیون نفر در سراسر دنیا عنوان شده است.

45. Kevin McDonald
46. Daniel Smith-Rowsey
47. DreamWorks Picture
48. Nickelodeon
49. Studio Ghibli
50. Studio Colorido
51. Animal Logic
52. Happy Feet
53. Scanline VFX
54. Academy Awards (Oscars)
55. If Anything Happens, I Love You
56. Guillermo del Toro's Pinocchio
57. Emmy Award
58. Arcane
59. Sharan Merriam
60. Content Analysis
61. Klaus Krippendorff
62. flixpatrol.com
63. Anna Potter

۶۴. Anthology: آثار تک قسمت حول محور یک یا چند موضوع بوده که توسط مولفی گردآوری می شوند. (بالدیگ، ۲۰۰۸: ۱۲)

65. The Princess and the Frog
66. Pixar
67. Amazon Prime
68. Wenjuan Chai
69. Todd Yellin

70. Secret Level
71. Chicken Run: Dawn of the Nugget
۷۲. کمپانی آردمن (Aardman) سازنده‌ی این اثر ضمن ابراز خوشحالی برای حمایت نتفلیکس مطرح کرد که تولیدات آینده‌ی خود از جمله والاس و گرومیت: انتقام پرنده‌ای (Wallace & Gromit: Vengeance Most Fowl) را نیز در سال ۲۰۲۴ با این شرکت پیش خواهد برد.
۷۳. تولیدات سریالی نتفلیکس با تکنیک استاپ موشن در این سال‌ها عبارتند از: بادی تندرستراک (۲۰۱۷ - Buddy Thunderstruck)، ریلاککوما و کائورو (۲۰۱۹ - Rilakkuma and Kaoru)، پوی پوی مولکار (۲۰۲۱ - Pui Pui Molcar) و نگهبان پوکمون (۲۰۲۳ - Pokémon Concierge)
74. Screen
75. Mark David Ryan
76. Screen Australia
۷۷. تنها برای شرکت در جشنواره‌هایی چون کن یا اسکار به دلیل وجود قوانین اکران اثر سینمایی، این کمپانی مجبور است فیلم‌های خود را حداقل دو هفته در سالن اختصاصی خود با فروش بلیط اکران کند تا در این فستیوال‌ها موفق به اخذ مجوز برای راهیابی شود.
78. John Fiske
79. Mareike Jenner
80. Quality TV
81. Mads Ahm
82. Chris Neuhahn
83. Dave Wasson
84. Middle Animation
85. Aidan Sugano
86. Frame Skipping
87. Secondary Action
88. Follow through, overlapping action
89. Cel Shading
90. Toon Shading
91. The Iron Giant
92. Appleseed
93. Sony Pictures Animation
94. Spider-Man: Into the Spider-Verse
95. Peter Ramsey
96. League of Legends
97. Fortiche
98. Alexis Wanneroy
99. RIOT Games
100. Art Deco
101. Cyberpunk
102. Wish
۱۰۳. تهیه‌کننده دیزنی و نتفلیکس و نویسنده‌ی کتاب تهیه‌کنندگی انیمیشن (Zahra Dowlatbadi)
۱۰۴. نویسنده و پژوهش‌گر انیمیشن و صاحب مجله‌ی انیمیشن (Ramin Zahed)
۱۰۵. =رندرن و جلوه‌های بصری انیمیشن‌های نتفلیکس (Benoit Delaunay)

## فهرست منابع

- بندازی، جیان آلبرتو (۱۳۸۵) یکصد سال انیمیشن، ترجمه سعید توکلیان، تهران: انتشارات دانشگاه صداوسیما
- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۹۱) مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: انتشارات سمت
- دهستانی، امیرمحمد. (۱۳۹۰). «تأثیر فناوری رایانه بر زیبایی‌شناسی هنر انیمیشن». نامه هنرهای نمایشی و موسیقی، (۲)، ۸۷-۱۰۰.



- رید، هربرت (۱۳۹۳) معنی هنر، ترجمه نجف دریابندری، چاپ سیزدهم تهران: انتشارات علمی و فرهنگی
- زتل، هربرت (۱۳۹۴). صدا دوربین حرکت، ترجمه جواد شبانی تهران: مارلیک
- زریابی، حسن؛ سربخش، رضا (۱۴۰۳) بازیگری در انیمیشن، جلد اول، تهران: انتشارات دانشگاه صداوسیما
- سوانه، پیر (۱۳۹۳). مبانی زیبایی شناسی، ترجمه محمدرضا ابوالقاسمی، چاپ سوم، تهران: انتشارات ماهی
- صفورا، محمد علی (۱۳۹۲)، «شیوه‌های بازنمایی مضامین فرهنگی - اجتماعی در تولیدات انیمیشن تلویزیونی ایران از ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۹: و مقایسه آن با تولیدات مشابه کشور انگلیس، به لحاظ ساختار محتوایی»، دانشگاه هنر، رساله‌ی دکتری، تهران.
- فرنیس، مورین (۱۳۸۴)، زیبایی شناسی انیمیشن، ترجمه اردشیر کشاورزی، تهران: انتشارات دانشگاه صداوسیما
- فرنیس، مورین (۱۳۹۰)، هنر در حرکت: زیبایی شناسی انیمیشن، ترجمه سارا سعیدان و شهرزاد اکرمی، تهران: انتشارات فارابی
- فیسک، جان (۱۳۸۰) «فرهنگ تلویزیون»، نشریه ارغنون، ترجمه مژگان برومند شماره ۱۹، صص ۱۲۵-۱۴۲
- گل محمدی، ناصر و جمعی از مولفان، (۱۴۰۰) انیمیشن در تلویزیون، چاپ سوم، تهران: انتشارات سروش
- موسوی، سعیده سادات (۱۳۹۶) «بررسی تطبیقی سیاست‌های رسانه‌ای در صنعت انیمیشن ایران و ژاپن»، پایان‌نامه دکتری پژوهش هنر، دانشگاه هنر تهران
- نقیب السادات، رضا (۱۳۸۸) «کاربرد روش تحلیل محتوا برای پیام‌های تصویر»، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره (۱۴)، صفحه‌های ۴-۱۳
- هاسپرز، جان (۱۳۸۹). فلسفه هنر و زیبایی شناسی، ترجمه یعقوب آژند، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- Baldick, Chris (2008) The Concise Oxford Dictionary of Literary Terms, Oxford University Press.
- Ban, Toshio (2016), Osamu Tezuka Story: A Life in Manga and Anime, Stone Bridge Press, Berkley.
- Barrier, Micheal. (2003) Hollywood Cartoons: American Animation in its Golden Age, Oxford University Press.
- Bashara, Dan (2019) Cartoon Vision : UPA animation and postwar aesthetics, University of California Press
- Butler, Jeremy G. (1994) Television: Critical Methods and Applications, Belmont, CA:Wadsworth Publishing. "Cartons of Cartoons for TV," (1957) Variety, 31 July.
- Chai, Wenjuan. (2022). Creative Freedom and Self-Limitation of Streaming Media Platform. 10.2991/978-2-494069-89-3\_209.
- Conlan, Tara (2018), 'BBC in bid to win back teen viewers with "rite of passage" box sets', The Guardian, 4 July, Retrieved january 2024
- Erickson, Hal. (1995) Television Cartoon Shows, Jefferson, NC: McFarland & Co.
- Falvey, E. (2020). Situating Netflix's Original Adult Animation: Observing Taste Cultures and the Legacies of 'Quality' Television through BoJack Horseman and Big Mouth. Animation journal, 15(2), 116-129.
- Finch, Christopher (2023) The Art of Walt Disney: From Mickey Mouse to the Magic Kingdoms and Beyond: Disney 100 Celebration Edition, Harry N. Abrams Publisher
- Fiske, John, (1987), Television Culture, Routledge, London.
- Gray, Jonathan and Lotz, Amanda D. (2012) Television Studies ,Cambridge: Polity Press
- Hachigian, Jennifer (2005) «Celshader.com FAQ». Archived from the original on February 23, 2022. Retrieved August 2024.
- Hastings, Reed, Sulleyman, Aatif (2018) Netflix's biggest competition is sleep, says CEO Reed Hastings, www.independent.co.uk, Retrieved March 2023
- Horno Lopez, Antonio (2012). «Controversia sobre el origen del anime. Una nueva perspectiva sobre el primer dibujo animado japonés». Con a de animación (2). Spain: Technical University of Valencia: 106–
- Horno Lopez, Antonio (2014). Animación japonesa: análisis de series de anime actuales [Japanese Animation: Analysis of Current Anime Series] (Doctoral thesis). University of Granada.

- Jenner, Mareike (2018) Netflix and the Re-invention of Television. New York: Palgrave Macmillan.
- Johnson, Catherine (2019) Online TV , Abingdon: Routledge
- Krippendorff, Klaus. (2012). Content analysis: An introduction to its methodology. SAGE Publications, Incorporated.
- Lotz, Amanda D. (2022) Netflix and Streaming Video: The Business of Subscriber-Funded Video on Demand, Polity Press
- Luque, Raul (2012). The Cel Shading Technique , Retrieved December 2023.
- Mallory, Michael. (1998) Hanna-Barbera Cartoons, New York: Hugh Lauter Levin Associates.
- McDonald, Kevin and Smith-Rowsey, Daniel (2016.) , The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century, London: Bloomsbury Academic
- Merriam, Sharan & Tisdell, Elizabeth (2009). Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation. San Francisco: Jossey-Bass
- Milligan, Mercedes (2023) Netflix Hatches ‘Chicken Run: Dawn of the Nugget’ Character Posters. Animation Magazine, Retrieved August 2024
- Netflix animation official website [EB / OL] <https://www.netflixanimation.com>, Retrieved May 2024
- Ofcom (2016) Children and Parents: Media Use and Attitudes Report. London: Ofcom.
- Pearson, Roberta. (2011). “Cult Television as Digital Television’s Cutting Edge”. In book: Television as Digital Media by James Bennett, Duke University Press Books
- Potter, Anna (2017), ‘Funding contemporary children’s television: How digital convergence encourages retro reboots’, International Journal on Media Management, 19:2, pp. 108–22.
- Ryan, Mark David, Healy, G., & Cunningham, S. (2022). Where are they now? Career sustainability and Australian web-series producers. Media International Australia, 192(1), 51-68.
- Ryan, Mark David. (2010). “Film, Cinema, Screen”. Media International Australia, 136(1), 85-89.
- Sakr, Naomi & Steemers, Jeanette (2019) Screen Media for Arab and European Children, Palgrave Macmillan
- Schmitz, Michael, Christoph, Endres & Butz, Andeas. (2016). A Survey of Human Center design Concepts in Science Fiction Movies, University of Muich, Germany.
- Stabile, Carol, Harrison, Mark (2003). Prime-Time Animation. London: Routledge.
- Sugano, Aidan, Lang, Jamie (2023) Netflix Has Released A 358-Page Multimedia Art Of Book For ‘Nimona’ – Exclusive, [www.cartoonbrew.com](http://www.cartoonbrew.com), Retrieved December 2023
- Wanneroy, Alexis, Haux, Bernhard (2021) Arcane: Fortiche x RIOT blow critics away with masterpiece animation, Retrieved March 2024