
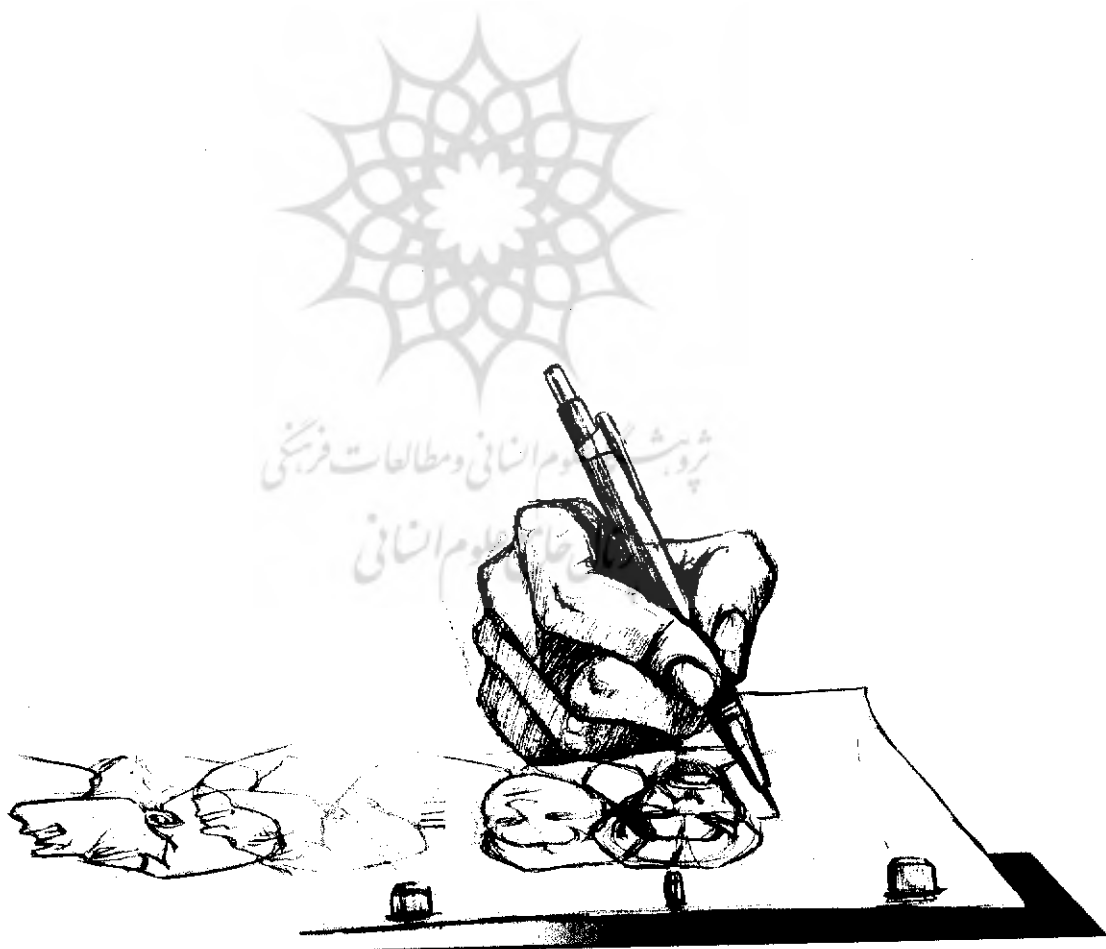


تبیین اهمیت انیمیشن ملی

سید مسعود امامزاده 



گزینه پیشنهادی از نکته نظرات و موارد مطرح شده توسط فعالان عرصه پویانمایی بود که تنها تعیین اولویت این گزینه‌ها و درجه اهمیت آنها به صورت بسته (علامت‌گذاری) از اعلام نظر کنندگان درخواست شده بود.

آسیب‌ها و موانع قابل طرح از نظر پاسخگویان:

برای سهولت تحلیل با استفاده از ارتباط و تجانس مفهومی، پاسخ‌های دریافتی در این قسمت به سه چالش عمده (ضعف‌ها، محدودیت‌ها و انحصارها) دسته‌بندی گردید.

چالش اول: شامل ضعف‌ها و موانع کارآمدی اعم از ساختاری، مدیریتی و آموزشی می‌باشد که در اظهار نظرها با مضامین ذیل به آنها اشاره شده است:

۱- به رغم سیاست‌گذاری کلان (افق ۲۰ ساله) از نظر اجرایی و عملیاتی جایگاه اولویت «هنر - صنعت» بالاخص «پویانمایی ملی» مشخص و شفاف نیست.

۲- برای تحول در تولیدات پویانمایی ایرانی نیاز به تحول در بینش و ارتقا سطح آشنایی مسئولان ارشد حوزه فرهنگ و هنر و رسانه ملی نسبت به توانمندی‌های پویانمایی است که تا امروز کمتر به این مهم پرداخته شده است.

۳- برای بررسی علمی و حمایت جامع از انیمیشن ایرانی نیاز به معرفی مرجع فرابخش و پاسخگو در سطح ملی است.

۴- به منظور توسعه و ایجاد بازارهای داخلی و بین‌المللی تولیدات پویانمایی بومی، هنوز تدابیر لازم و کافی معمول نشده است.

روش بررسی

این پژوهش به روش پیمایشی و برای شناسایی موانع توسعه و راهکارهای ارتقاء کیفیت تولیدات داخلی پویانمایی انجام شده است. برای این منظور فرم‌های تهیه شده بین عوامل بیش از ۵۰ پروژه در حال تولید، اعم از مجری، کارگردان و انیماتور توزیع و پس از جمع‌آوری، دسته‌بندی و تحلیل گردید. فرم‌های مورد نظر دو قسمت اصلی «موانع» و «راهکارها» را شامل می‌شد. در یک قسمت، موانع یا آسیب‌ها به صورت باز و اختیاری جهت اعلام نظر آزاد، درخواست شده بود تا بدین وسیله عوامل تهیه و تولید بتوانند آسیب‌ها و موانع موجود در بستر فعالیت و برنامه‌سازی را تشخیص و در سطح استنباط خود منعکس نمایند. قسمت دیگر یا راهکارها، شامل ۲۰

همچنان خالی است.

چالش دوم: شامل محدودیت‌ها و موانع روزآمدی تجهیزات، فن آوری و سرمایه انسانی در حوزه پویانمایی است که در پاسخ‌ها با مضامین ذیل به آن‌ها اشاره شده است:

۱- فقدان ساز و کارهای تأمین معاش و امنیت شغلی شاغلان پویانمایی در کشور.

۲- محدودیت در دسترسی به تجربه‌های جهانی و سهم بازار، سرمایه‌گذاری و شرکت‌های بین‌المللی در این حوزه.

۳- کافی نبودن برنامه‌ریزی کارشناسی و فعالیت تخصصی برای ترویج، تعمیق و ترغیب استفاده از فرهنگ غنی ملی و بومی در تولید پیام‌های محصولات پویانمایی.

۴- موانع تخصیص بودجه حمایتی متناسب با وسعت، قابلیت و ظرفیت‌های پویانمایی در کشور

۵- عدم تعامل و وحدت و همسویی نهادهای مرتبط با پویانمایی در کشور.

۶- کاربری ضعیف دستاوردها و توانمندی‌های رایانه‌ای و نرم‌افزاری در این حرفه و هنر.

۷- محدودیت عوامل ترغیب‌کننده بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در تولید محصولات پویانمایی داخلی.

چالش سوم: شامل انحصارها و موانع مشارکت، انگیزش و جذب نیروهای متخصص می‌باشد که در پاسخ‌ها، با مضامین ذیل به آن‌ها اشاره شده است:

۱- فقدان سیستم نظارت و ارزیابی برای کنترل مراحل قیمت‌گذاری و خرید محصولات پر خرج پویانمایی موجب فرسایش بودجه ملی

۵- برای تعیین موضوع و پیام‌گذاری در فیلم‌نامه‌های انیمیشن داخلی به نیازسنجی از مخاطبین و استفاده از یافته‌های روانشناسی کودک و نوجوان توجه لازم مبذول نمی‌شود.

۶- استمرار موانع و اطاله رکود کیفی و کمی پویانمایی داخلی از نشانه‌های ناکارآمدی مدیریت در گذشته و ضعف تصمیم‌گیری کلان در این حوزه بوده است.

۷- از بی‌توجهی به مدیریت زمان و بهره‌وری، در تهیه و تولید پویانمایی بومی، به عنوان عامل مهم اتلاف وقت و سرمایه یاد شده است.

۸- نبود سازماندهی و رتبه‌بندی نیروها و تکنیک‌ها از موانع انسجام در حوزه پویانمایی است.

۹- روزآمد نبودن آموزش‌های دانشگاهی و کارگاهی از موانع ارتقا کیفیت محصولات پویانمایی است.

۱۰- تفاوت‌های قواعد ساخت در برنامه‌های تلویزیونی پویانمایی با نوع جشنواره‌ای آن رعایت نمی‌شود.

۱۱- در زمینه ایجاد گرایش‌های کاربردی این رشته و هم‌چنین تهیه طرح درس‌های مفید و مؤثر اقدام جدی معمول نشده است.

۱۲- ضعف در آموزش فیلم‌نامه نویسی و استفاده نکردن از نکات قوت فیلم‌نامه‌های مطرح جهانی از موارد عمده آسیب‌پذیری در این حوزه است.

۱۳- جای مراکز و پارک‌های تحقیقاتی هنر - صنعت (پویانمایی) به عنوان بستری برای به روز کردن فن آوری و محل تبادل تجارب هنرمندان پیش کسوت و جوان در کشور ما

و افزایش بی‌رویه هزینه‌ها می‌شود.

۲- تمرکز اختیارات، سرمایه ملی و بودجه در مراکز محدود دولتی مانع ایجاد بستر رقابتی سالم می‌شود.

۳- عدم مشارکت پذیری، انحصار در مشاوره و تصمیم‌سازی‌های مدیریتی معمولاً زمینه تبعیض، رانت و ویژه خواری عده‌ای را فراهم کرده و عامل دلزدگی بسیاری از هنرمندان دیگر می‌شود.

۴- شائبه نفوذ روابط و عناصر سفارشی (دلالی) غیر متخصص، با قراردادهای کلان، در غیاب اهرم‌های نظارتی و صنفی، موجب بی‌انگیزه شدن نیروهای کارشناس و مجرب در این حوزه می‌شود.

۵- موانع توسعه تشکلهای صنفی فعال به منظور جلب مشارکت فراگیر علاقه‌مندان مستعد فعالیت در این عرصه، هنوز به طور کامل شناسایی و مرتفع نشده‌اند.

۶- برای رفع انحصار احتمالی، روند برگزاری جشنواره‌های سراسری پویانمایی کشور به بازرنگری و اصلاح نیاز دارد.

راهکارهای پیشنهادی پاسخگویان

در این قسمت ۲۰ گزینه به عنوان راهکارهای مطرح شده، از نظر پاسخگویان در سه اولویت به ترتیب درجه اهمیت، به شرح ذیل دسته‌بندی شده است:

۱- اولویت‌های اول در راهکارها (ساختاری

و مدیریتی):

۱-۱- ارتقا سطح شناخت جامعه و آشنایی مسئولان و برنامه‌ریزان کلان این حوزه نسبت به توجیه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی توسعه

صنعت پویانمایی ملی.

۲-۱- ایجاد سیستم حمایت اصولی دولت از تشکلهای صنفی پویانمایی به منظور استفاده فراگیر از توان ملی.

۳-۱- ایجاد بازار فروش بین‌المللی و چرخه مصرف داخلی جهت تضمین خرید و یا صدور محصولات پویانمایی تولید شده در کشور.

۴-۱- داشتن اهتمام کافی برای دسترسی به برنامه‌ریزی و مدیریت تخصصی این حوزه با استفاده از نمونه‌های مطرح جهانی.

۵-۱- استفاده بهینه کردن از توانمندی‌های بخش خصوصی در توسعه و تولید کمی و کیفی محصولات پویانمایی کشور.

۶-۱- ایجاد سیستم متولی ارزیابی سطح محتوا و کیفیت تولید داخلی و هم‌چنین نظارت بر انتخاب و وارد کردن محصولات پویانمایی خارجی.

۷-۱- مدون کردن شیوه‌نامه تعریف مشاغل، بودجه‌بندی مراحل تولید و نرخ‌گذاری مراحل تولیدات پویانمایی کشور.

۲- اولویت‌ها دوم در راهکارها (نیروی انسانی و آموزشی):

۱-۲- فراگیر و روزآمد کردن سامانه آموزش و ترویج رشته‌های مرتبط با پویانمایی در مقاطع مختلف تحصیلی کشور.

۲-۲- نظام‌مند و مشخص کردن فرآیند کشف استعدادها و جذب دانش‌آموختگان پویانمایی کشور.

۳-۲- سرعت بخشیدن به تعامل و همکاری‌های لازم بین مراکز دانشگاهی کشور و

۳-۶ - فراهم کردن بستر و زمینه‌های لازم برای استفاده از نتایج پژوهش‌های کاربردی و پایان‌نامه‌های دانشجویی در توسعه کمی و کیفی پویانمایی.

جمع‌بندی:

همچنان که در قسمت‌های پیشین ملاحظه گردید، از ۲۶ مورد آسیب‌های شناسایی شده توسط پاسخگویان:

- ۳۱ مورد یعنی حدود ۴۹ درصد مربوط به ضعف‌ها و موانع کارآمدی (ساختاری، مدیریتی و آموزشی) است.

- ۷ مورد یعنی حدود ۲۶ درصد مربوط به محدودیت‌ها و موانع روزآمدی (تجهیزات فن آوری و سرمایه انسانی) در این حوزه است.

- ۶ مورد یعنی حدود ۲۵ درصد نیز مربوط به انحصارها (موانع مشارکت انگیزش و جذب نیرو) می‌باشد.

ضمناً جهت برون رفت از موانع مطرح شده از ۲۰ راهکار پیشنهادی:

- ۷ راهکار با اولویت اول به انسجام ساختاری و تقویت مدیریت در این عرصه اختصاص دارد.

- ۷ راهکار با اولویت دوم در رابطه با ساماندهی و جذب نیروهای تخصصی فراگیر و روزآمد کردن سامانه آموزش نیروی انسانی است.

- و بالاخره ۶ راهکار در اولویت سوم در بها دادن به برنامه‌ریزی‌های کارشناسی مبتنی بر پژوهش و تحقیقات علمی و ایجادساز و کارهای منضبط و روشمند در این حوزه است.

مؤسسات تولید محصولات پویانمایی.

۲-۴ - شناسایی و استفاده کافی از ظرفیت‌های سرشار فرهنگ و ادبیات غنی کشور در ارتقا محتوای فیلم‌نامه‌های پویانمایی.

۲-۵ - نظارت بر اعمال الزامات و یافته‌های علمی روانشناسی و جامعه‌شناسی مخاطبین در تدوین فیلم‌نامه‌های پویانمایی.

۲-۶ - اقدام جدی به مشارکت و تعامل با کشورهای پیشرفته در صنعت پویانمایی برای انتقال تجارب و فن آوری‌های رزوآمد.

۲-۷ - بهره‌برداری کردن از جشنواره‌ها و همایش‌های پویانمایی کشور در شناسایی و جذب استعدادهای درخشان در این عرصه.

۳- اولویت‌های سوم در راهکارها (برنامه‌ریزی و پژوهشی):

۳-۱ - انجام تحقیقات آسیب‌شناسی دوره‌ای به منظور شناسایی عوامل بازدارنده و مانع‌زدایی از توسعه پویانمایی ملی.

۳-۲ - ایجاد تمهیدات بانک اطلاعاتی فراگیر و قابل دسترس در زمینه اطلاعات جامع کشوری و جهانی در حوزه پویانمایی.

۳-۳ - انجام تحقیقات کارآمد برای دسترسی به شیوه‌ها و ملزومات تولید ارزان، سریع و کیفی محصولات پویانمایی.

۳-۴ - انجام پژوهش‌های لازم در نیازسنجی مخاطبان به منظور هم‌سویی محتوای این گونه محصولات با نیازهای اساسی جامعه ایرانی.

۳-۵ - توسعه فعالیت‌های رسانه‌ای و مطبوعاتی برای معرفی قابلیت‌های صنعت، هنری و فرهنگ‌سازی محصولات پویانمایی کشور.

تحلیل اجمالی:

اگر آسیب‌شناسی را مقدمه‌ای لازم و ضروری برای دستیابی به هر گونه آسیب‌زدایی بدانیم. در این صورت راهکارهای پیشنهادی به عنوان دستاورد اصلی این پژوهش از اهمیت قابل توجهی برخوردار خواهد شد. زیرا هدف عمده از آسیب‌شناسی اساساً دسترسی به راهکارهای آسیب‌زدایی و رفع موانع است. البته تا موانع شناخته نشود اصولاً بررسی و دستیابی به راه‌های مقابله با آن‌ها مفهومی نخواهد داشت. بنابراین آسیب‌شناسی به عنوان «راهبرد» و آسیب‌زدایی به عنوان «راهکار»، لازم و ملزوم همدیگرند. به تعبیر دیگر، آسیب‌شناسی مقدمه‌ای واجب و پیش‌نیازی لازم برای راهکارهاست.

با این تحلیل به منظور بسترسازی مناسب برای اجرای راهکارهای پیشنهادی، لازم است ۳ بند اولویت اول از راهکارهای مطرح شده به شرح ذیل را یک بار دیگر در کانون توجه قرار داده، مفاد، ترتیب، ارتباط مفهومی و هم‌چنین نقش کلیدی آن‌ها را در ساماندهی عرصه پویانمایی کشور، مورد بازاندیشی و تأمل بیشتر قرار دهیم:

۱- ارتقا سطح شناخت جامعه و آشنایی بیشتر مسئولان و برنامه ریزان کلان این حوزه نسبت به توجیه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی توسعه صنعت پویانمایی ملی.

۲- ایجاد سیستم حمایت اصولی دولت از تشکل‌های صنفی پویانمایی به منظور استفاده فراگیر از توان ملی.

۳- ایجاد بازار فروش بین‌المللی و چرخه مصرف داخلی جهت تضمین خرید و یا صدور

محصولات پویانمایی تولید شده در کشور.

سه بند مذکور تداعی کننده سه مرحله (به شرح ذیل) از ساز و کارهای ضروری هر سامانه فراگیر و ملی است:

مرحله اول: تقویت باور عمومی و تصمیم‌سازی برای مسئولان کلان جامعه به منظور ایجاد وفاق و اراده ملی.

مرحله دوم: تعیین و تعریف نهاد متولی برای مهندسی ساختار، سازماندهی و تدوین شیوه‌نامه‌های لازم به منظور دستیابی به اهداف مورد نظر.

مرحله سوم: ایجاد زیر ساخت‌های مورد نیاز برای بهره‌مندی جامعه از دستاوردهای هر سامانه ملی.

با عنایت به این که از منظر جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی، خاستگاه عمده نهادهای فرهنگی، اجتماعی و حتی اقتصادی هر جامعه‌ای اساساً مرتبه نیازها و باورهای آن جامعه می‌باشد، لذا نقش رویکرد و وفاق اجتماعی را در شکل‌گیری این نهادها هرگز نباید نادیده گرفت. چنانکه به عنوان نمونه بارز، پژوهش حاضر مصداق روشنی بر صحت و ضرورت اعتماد بر نظرها و خواست‌های صنف معینی از هنرمندان فرهنگ‌ساز جامعه است که منطبق با یافته‌های علمی و روانشناسی اجتماعی و با صراحت غیر قابل کتمان بر رعایت ضوابط مشخصی در سیر تکوین این سامانه ملی، انگشت تأکید می‌فشارند و تصمیم‌گیران مسئول جامعه فرهنگی و هنری کشور را بار دیگر به تدبیر جدی بر این نیاز ملی فرا می‌خوانند.

کشف ظرفیت‌های فراگیر این طرح ملی برای ایجاد مشارکت همگانی است.

طرح پیشنهادی:

برای دستیابی به تمهیدات عملی راهکارهای پیشنهادی (با اولویت ۳ بند نخستین)، طرح «سه گام» به شرح ذیل پیشنهاد می‌شود:

گام اول: تدوین منشور جامع یا بیانیه تفصیلی که حاوی توجیه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی توسعه پویانمایی ملی باشد.

گام دوم: پیشنهاد تشکیل بنیاد ملی پویانمایی (تحت نظارت رسانه ملی) به شورای عالی انقلاب فرهنگی، جهت تصویب و طی مراحل قانونی ذی‌ربط.

گام سوم: ایجاد شبکه تلویزیونی پویانمایی در رسانه ملی به عنوان شبکه اختصاصی کودک و نوجوان.

توضیح این که با ارجای این سه گام، عملاً بستری برای تحقق راهکارهای پیشنهادی در این پژوهش فراهم می‌شود. بدین گونه که:

- در گام اول ابزار اقناع عقلی و استدلال لازم برای آشنایی جامعه، نخبگان علمی و مسئولان ذی‌ربط نسبت به اهمیت و ضرورت‌های توسعه ملی پویانمایی فراهم می‌شود.

- در گام دوم، مرکزیتی ملی و فرابخش به منظور حمایت اصولی دولت و استفاده از ظرفیت‌های فراگیر انسانی، منابع فرهنگی و فن‌آوری‌های روزآمد تأسیس می‌شود.

- و بالاخره در گام سوم با تشکیل شبکه تلویزیونی عملاً بازار مصرف محصولات بومی و فروش ملی و صدور فراملی این گونه تولیدات فراهم می‌شود.

نتیجه گیری:

اجمالاً آنچه به عنوان نتایج عمده این پژوهش قابل طرح است، عبارتند از:

۱- اصلاح و تحول در نگاه تصمیم‌گیران: در حوزه فعالیت‌های پویانمایی ضمن ارج نهادن بر تلاش هنرمندان، کارشناس و مدیران این عرصه، باید رویکرد آسیب‌شناسی، ریشه‌یابی ناکامی‌ها و پشتکار لازم جهت ایجاد تحول در نگاه تصمیم‌گیران، مورد اهتمام جدی تصمیم‌سازان و مسئولان مربوط قرار گیرد. البته برای نیل به این مقصود باید گام‌ها را فراتر از وضع موجود نهاد.

۲- نهادسازی فرابخش (ملی):

رویکرد جهانی شدن در عصر حاضر و توانمندی‌های فراگیر ارزش‌های فطری و معنوی فرهنگ ملی ما برای حضور پررنگ در جامعه جهانی و هم‌چنین ضرورت استفاده ملی (بومی‌سازی) از فن‌آوری‌های فرا ملی و جهانی، ایجاب می‌کند که درصدد کارآوری و کارآمدی همه ظرفیت‌های ملی کشور، با نهادسازی فرابخش در این عرصه، گام‌هایی برداریم که متناسب افق ده ساله رسانه ملی و چشم‌انداز بیست ساله توسعه کشور باشد. البته تحقق این مهم، همگرایی بیش از پیش را می‌طلبد.

۳- تقویت رویکرد مشارکت همگانی:

از یافته‌های دیگر و مهم این پژوهش، ضرورت پای‌بندی به یافته‌های روانشناسی اجتماعی در تعمیم رقابت سالم و وفاداری به اجماع صاحب‌نظران است. تنها در این صورت است که برنامه‌سازی و تولید کلان و کیفی محصولات پویانمایی با درونمایه بومی و ملی ممکن می‌شود. البته رمزگشایی این مرحله نیز

یک گام به پیش:

شایسته ای دارد. البته قراین و اراده موجود در تمهید سایر ملزومات مشارکت و رقابت سالم که در نظرهای آسیب شناسانه هنرمندان این عرصه مطرح گردیده است تحقق کامل این گام را نیز نوید می‌دهد. امید است با تکمیل این گام تا گام سوم که ایجاد شبکه تلویزیونی مخصوص پویانمایی است فاصله زیادی نداشته باشیم.

در انتظار گام سوم:

همچنان که در نظرهای آسیب شناسانه جامعه نمونه مورد بررسی این پژوهش ملاحظه شد، بیشترین دغدغه این قشر هنرمند و پویانما علاوه بر مشکلات قبل از تولید و تولید، موضوع شفاف نبودن مراحل بعد از تولید است. به طور مسلم ایجاد چرخه‌ای مطمئن برای خرید، فروش، توزیع و مصرف محصولات تولید شده پویانمایی موجب احساس امنیت شغلی و بازگشت سرمایه سرمایه‌گذاران جز و کل در این عرصه خواهد شد. به طور مسلم ایجاد شبکه مخصوص کودک و نوجوان گامی مؤثر و راهگشا بر این معضل خواهد بود. از طرف دیگر با عنایت به کثرت آمار کودک و نوجوان در بین مخاطبان صدا و سیما که بیش از ۹۰ درصد این قشر، دوستدار برنامه‌های پویانمایی بوده و نزدیک به ۹۳ درصد از نوجوانان طرفدار این گونه برنامه‌ها علاقه‌مند به ایجاد شبکه‌ای مستقل برای این منظور می‌باشند. (براساس نتایج پژوهش‌های متعدد مرکز تحقیقات سازمان صدا و سیما) انتظار ایجاد تمهیداتی برای اجرای این گام نه تنها بعید و دور از واقعیت نمی‌باشد. بلکه بسیار منطقی و لازم و ضروری خواهد بود.

در جهت اجرای گام نخست این طرح خوشبختانه طی سال‌های اخیر مدیریت تحقیقات و پژوهش مرکز فرهنگی هنری صبا تحت حمایت و نظارت رسانه ملی، توانسته است جمع‌بندی تحقیقات خود را در جهت تبیین اهمیت و بررسی ضرورت‌های توسعه صنعت پویانمایی به منظور معرفی راهکارها (چگونگی توسعه پویانمایی)، کارکردها (چیستی پویانمایی) و راهبردها (چرایی توسعه ملی پویانمایی)، تدوین و طی مقالات متعددی چاپ، منتشر و حدالمقدور در اختیار جامعه، مطبوعات، همایش‌های علمی، تخصصی، مجامع هم‌اندیشی نخبگان، کارشناسان ذیربط و تشکل‌های صنفی موجود قرار دهد (*).

«توضیح در پاورقی پایانی»

امید است این مجموعه به عنوان گام نخست و مبنای توجیه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی توسعه پویانمایی ملی، در تصمیم‌سازی و تمهید مقدماتی برای گام‌های دوم و سوم و قابل بهره‌برداری باشد.

در استقبال گام دوم:

با عنایت به این که جانمایه اصلی در گام دوم ایجاد مرکزیتی با چتر حمایتی فراگیر برای مجموعه‌های صنفی و تولیدی حقیقی و حقوقی است، جای بسی مسرت و خرسندی است که امروز در مرکز فرهنگی هنری صبا شاهد چنین بسترسازی برای ترویج فرهنگ رقابت و مشارکت پذیری در برنامه‌سازی تلویزیونی پویانمایی هستیم. ملاحظه ده‌ها پروژه تولید مشترک و یا تحت قرارداد در کارنامه سال جاری این مرکز، حکایت از مقبولیت، همگرایی و تعامل صنفی

پی‌نوشت‌ها:

اهم اقدامات انجام شده در معرفی پویانمایی ملی:

توضیح این که طرح توجیهی بنیاد ملی پویانمایی و مقالاتی در راهکارهای توسعه انیمیشن ایرانی (به همین قلم)، از طرف مجامع علمی، صنفی و مطبوعاتی ذیل طی سال‌های اخیر چاپ و منتشر و یا کتباً مورد تقدیر و استقبال قرار گرفته است:

۱- مجموعه مقالات فرهنگ و توسعه، از انتشارات مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی جلد ۴، فصل ششم، مقاله تبیین اهمیت و بررسی ضرورت‌های توسعه صنعت پویانمایی ایران (چاپ ۱۳۸۴)

۲- ماهنامه پیام مدیران (سازمان صدا و سیما) شماره ۱۹ مهرماه ۱۳۸۲

۳- ماهنامه پیل‌بان انیمیشن (نشریه تخصصی انیمیشن ایران) شماره ۱۳-۱۴، فروردین ۸۲

۴- روزنامه جام جم شماره ۷۴۶ مورخ ۸۱/۹/۱۴

۵- آسیفا ایران، اعلام حمایت و تأیید اعضا هیأت مدیره به شماره ۲۰۰۰۵۹۴ مورخ ۸۲/۲۳/۱۰

۶- همایش تخصصی راهکارهای توسعه اشتغال در حوزه فرهنگ و هنر از طرف دانشگاه علامه طباطبائی و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۷ و ۸ اسفند ۱۳۸۱) به عنوان مقاله برگزیده.

۷- همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور از طرف دانشگاه تربیت مدرس، جهاد دانشگاهی و وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری (۲۹ و ۳۰ مهر ۱۳۸۲) به عنوان مقاله برگزیده.

۸- همایش سیاست‌ها و برنامه‌های رشد و توسعه در ایران از طرف نهاد ریاست جمهوری و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی (۱۶ تا ۱۹ اسفند ۸۲) به عنوان مقاله برگزیده.

۹- اولین جشنواره طرح‌های مردمی از طرف سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران (دی ماه ۸۳) به عنوان طرح برگزیده.

۱۰- هم‌اندیشی کیفیت در برنامه‌های صدا و سیما از طرف معاونت برنامه‌ریزی و نظارت سازمان تیرماه

۸۵) به عنوان مقاله برگزیده.

- ضمناً مقالاتی به مراجع ذیل ارسال و اعلام وصول گردیده است:

۱۱- هم‌اندیشی و همایش سراسری مدیریت هنری از طرف فرهنگستان هنر (شهریور ۸۳)

۱۲- دبیرخانه جشنواره چهارم بین‌المللی پویانمایی ایران - تهران (مورخ ۸۳/۱۱/۱۳)

۱۳- همایش هنر و جهانی شدن، مرکز مطالعات و تحقیقات هنری، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (دی ماه ۸۳)

۱۴- جشنواره سراسری بررسی و پذیرش پیشنهادها از طرف سازمان صدا و سیما (خرداد ۸۵)

۱۵- همایش چشم‌انداز و راهکارهای توسعه از طرف دانشگاه اراک - جهاد دانشگاهی (بهمن ۸۲)

۱۶- ماهنامه «هدهد» نشریه اطلاع‌رسانی خانه فرهنگ (مرداد ۸۲)

۱۷- هفته‌نامه صدا و سیما نشریه اطلاع‌رسانی سازمان صدا و سیما (فروردین ۸۲)

۱۸- مسابقه بزرگ مقاله‌نویسی، مصرف کالاهای داخلی ضامن اشتغال فرزندانمان از طرف نهاد ریاست جمهوری - ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز (فروردین ۸۵)

۱۹- شورای عالی انقلاب فرهنگی در رابطه با مصوبه ۵۳۱ درباره سیاست‌های حمایت از اشتغال هنرمندان، از طریق معاونت سازمان در امور سیما (خرداد ۸۳)

۲۰- روزنامه شرق - گروه ادب و هنر، تحت عنوان «نمایی از پویانمایی ایران» مورخ ۸۳/۱/۲۷



پرو مشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی