

تحلیلی بر نقش کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان بر ارتقاء گرافیک و انیمیشن طی دو دهه ۱۳۵۰-۱۳۴۰ ه.ش. (مطالعه افزایش سرمایه‌های کنشگران)

نجیبه رحمانی* سارا شادرخ**

چکیده

نهادهای اجتماعی با سازوکارهای منظم و هدفمند، سعی در ساخت و تقویت قواعد حاکم بر مناسبات کنشگران دارند. «کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان» از نهادهای جریان‌ساز حوزه فرهنگ و هنر محسوب می‌شود. این نهاد در کنار اهداف اصلی که منوط به ارتقاء پرورش فکری کودکان با گسترش فرهنگ کتابخوانی شکل گرفت، به رشد هنرهای تجسمی و نمایشی حوزه کودکان و نوجوانان کمک شایانی نمود. کانون با ایجاد محفلی متعالی، به بهره‌وری حوزه گرافیک و انیمیشن نیز یاری رساند و با ایجاد محیطی پویا، باعث افزایش سرمایه‌های طراحان آن دو عرصه شد. در این مقاله، به مطالعه نقش کانون در ارتقاء گرافیک و انیمیشن طی دو دهه ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ ه.ش. پرداخته می‌شود. هدف اصلی، نمایش اهمیت یک نهاد قدرتمند با بهره‌وری حقیقی و درست در توسعه حوزه فرهنگ و هنر است و هدف فرعی، نمایش دستاوردهای کانون در حوزه گرافیک و انیمیشن در دو دهه ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ ه.ش. است. پرسش اصلی پژوهش این است که عملکرد کانون در رشد گرافیک و انیمیشن ایران به چه صورت بوده است؟ نحوه پاسخ‌گویی با مطالعه افزایش سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی کنشگران صورت می‌گیرد. این پژوهش به روش توصیفی - تحلیلی و با گردآوری اطلاعات بر مبنای شیوه اسنادی تبیین شده است. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد که گرچه کانون به صورت مستقیم، برنامه‌ای برای رشد حوزه گرافیک در دستور کار خویش نداشت، اما با وجود مدیریت راهبردی، این فرصت را برای کنشگران حوزه گرافیک فراهم کرد تا آنان بتوانند سرمایه‌های خویش را در کانون افزایش داده و بخشی از تاریخ گرافیک ایران را شکل دهند. در حوزه انیمیشن، کانون با سرمایه‌گذاری مستقیم باعث شکل‌گیری «دوره طلایی انیمیشن» ایران شد.

کلیدواژه‌ها: گرافیک، انیمیشن، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، دهه ۱۳۵۰-۱۳۴۰ ه.ش، سرمایه فرهنگی

مقدمه

«کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان» به‌عنوان نهاد ناسودبر، با هدف رشد فکری کودکان، طی دو دهه بهره‌وری مفید و حقیقی را ارائه داد. برنامه‌های کانون نه تنها موارد اصلی اساسنامه را پوشش داد، بلکه ارتقاء حوزه‌های فرهنگ و هنر را نیز به‌همراه داشت. کانون همچون میدانی قدرتمند، کنشگران حوزه‌های مختلف را به خدمت گرفت تا به اهداف خویش برسد؛ در نتیجه محیطی پویا شکل گرفت که کارکرد اصلی آن، ارتقاء بینش مخاطبانش بود. کانون با به‌کارگیری متخصصان در حوزه‌های مختلف، برنامه جامع و هدفمند را برای رشد فکری و بصری مخاطبانش شکل داد. در این میان، متخصصان حوزه گرافیک و انیمیشن جهت رشد بینش بصری کودکان و نوجوانان جذب کانون شدند.

تولیدات کانون به معرفی و تبلیغ نیاز داشتند؛ از این رو طراحان گرافیک به‌صورت مستقیم برای معرفی محصولات کانون وارد کار شدند. همچنین، در مباحثی چون تصویرسازی کتاب، طراحان با عملکردی متوازن با تولید مفاهیم جدید در ادبیات کودک بر افزایش کیفیت تولیدات اصلی کانون یاری رساندند. تبلیغات نه تنها در عرصه معرفی محصولات فرهنگی، بلکه در حوزه معرفی رویدادهای فرهنگی نیز صورت می‌گرفت. طراحان گرافیک به‌عنوان سازندگان انیمیشن نیز حضوری پررنگ را رقم زدند و دوران باشکوهی را در تولیدات انیمیشن ایران پی‌ریختند. بستری که کانون فراهم کرد، باعث افزایش سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی طراحان گرافیک و انیمیشن شد. در این مقاله با هریک از این سرمایه‌ها و نحوه ارتقاء آن برای کنشگران گرافیک و انیمیشن آشنا خواهید شد. هدف، نمایش تأثیر سازنده یک نهاد قدرتمند فرهنگی با بهره‌وری حقیقی بر عرصه فرهنگ و هنر است. گرافیک به‌عنوان یک گرایش فرعی و خارج از برنامه اساسنامه کانون، در میدانی که کانون ایجاد کرد، به بالندگی و تأثیرگذاری فراوان و ماندگاری در عرصه تاریخ گرافیک ایران دست یافت و انیمیشن نیز با حمایت‌های مستقیم و برپایی دوره‌های آموزشی و جشنواره‌های تخصصی، فرستادن افراد مستعد به کشورهای غربی برای آموزش، پرداخت هزینه تولیدات و... توانست دوره طلایی و بی‌مانندی را تجربه کند.

روش پژوهش

این پژوهش به روش توصیفی - تحلیلی انجام شده است. مقاله پیش‌رو در رسته موضوعات تاریخی قرار می‌گیرد و از منظر اجتماعی و با بهره‌گیری از مفاهیم نظری بی‌بوردیو، چون مطالعه سرمایه‌های کنشگران (در اینجا طراحان

و انیمیشن‌سازان) تدوین شده است. متغیر اصلی پژوهش، نهاد کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان است و متغیر مکانی و زمانی، ایران در دهه ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ ه.ش. است. در تحلیل نقش کانون در افزایش سرمایه‌های طراحان گرافیک و انیمیشن، زندگی حرفه‌ای ده طراح و انیمیشن‌ساز کانون مطالعه شده است تا تأثیر کانون به‌عنوان یک نهاد حرفه‌ای در زمینه توسعه فرهنگ و هنر عیان شود.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های زیادی در باب فعالیت‌های کانون در حوزه نشر کتاب و فرهنگ کتابخوانی صورت گرفته است. مهم‌ترین آن‌ها در جلد نهم مجموعه کتاب «تاریخ ادبیات کودکان ایران» (۱۳۹۴) اثر زهره قائینی و محمد مهدی محمدی آورده شده است. در این جلد با عنوان «تاریخ ادبیات کودکان ایران: ادبیات کودکان در روزگار نو ۱۳۵۰-۱۳۴۰ ه.ش.» به نهادهای مختلف، از جمله کانون و شورای کتاب پرداخته می‌شود. کتاب «تاریخ شفاهی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان ایران: با تمرکز بر جریان‌های فکری حاکم بر تولیدات در سال‌های ۱۳۴۴ تا ۱۳۷۹» (۱۳۹۷) اثر داریوش پارسا نژاد و هدی نوروزی، به معرفی بخش‌های کانون و مصاحبه با کنشگرانی چون ابراهیم حقیقی، ابوالفضل همتی و... اختصاص دارد، اما در مورد تأثیر کانون در حوزه گرافیک، بیشتر تألیفات در قالب پایان‌نامه یافت می‌شود. پایان‌نامه رضیه مختاری دهکردی با عنوان «تحلیل چگونگی تصویرسازی ادبیات اسطوره‌ای در آثار چاپ‌شده توسط کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان» (۱۳۸۹)، پایان‌نامه محسن حسن‌پور با عنوان «بررسی آثار تصویرگران کتاب کودک انتشارات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان» (۱۳۷۷)، پایان‌نامه مهدیه یکه‌خانی با عنوان «بررسی بصری پوسترهای کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از آغاز تا کنون» (۱۳۹۴)، پایان‌نامه نفیسه محمدی شاهرخ‌آبادی با عنوان «تحلیل آثار تصویرگری طرح جلد صفحه‌های گرامافون کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از سال ۱۳۴۴ تا ۱۳۵۷» (۱۳۹۶)، همگی به مطالعه تولیدات گرافیکی کانون پرداخته‌اند. هدف اکثر پایان‌نامه‌ها، مطالعه فرمالیستی آثار تصویرسازی، پوستر، طراحی صفحه‌های گرامافون و... بوده است. مقاله «اوج‌های پوستر در ایران: کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان» (۱۳۸۹) از آرش تنهایی نیز به مطالعه پوسترهای کانون در دوره پهلوی پرداخته است. موارد عنوان‌شده، از جمله پژوهش‌هایی هستند که در حوزه گرافیک و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان تألیف شده‌اند.

همکاری با آنان» (اساسنامهٔ کانون، مصوب ۱۳۵۹/۲/۳۱). توجه به حوزهٔ کودکان و نوجوانان، یکی از چالش‌های مهم دههٔ چهل و پنجاه بود و بسیاری از اولین‌ها در حوزهٔ علوم مرتب ط به کودکان، در این دوره رقم خورد. ادبیات کودکان و نوجوانان با تأسیس «شورای کتاب کودک» در سال ۱۳۴۱ شکل گرفت و فعالیت‌هایی اثربخش را در ادبیات کودک و نوجوان شکل داد. کانون نیز در جهت پرورش کودکان به‌عنوان آینده‌سازان کشور تأسیس شد. توجه کانون به آثار تولیدشده در داخل کشور، سبب شد تا شمار زیادی از نویسندگان، شاعران، مترجمان و هنرمندان بنام کشور با کانون همکاری کنند؛ از جمله منوچهر آتشی، م. آزاد، داریوش آشوری، نادر ابراهیمی، احمدرضا احمدی، مهدی اخوان ثالث، غلامرضا امامی، گلی امامی، ثمن باغچه‌بان، مهرداد بهار، صمد بهرنگی، بهرام بیضایی، غلامحسین ساعدی و غیره.

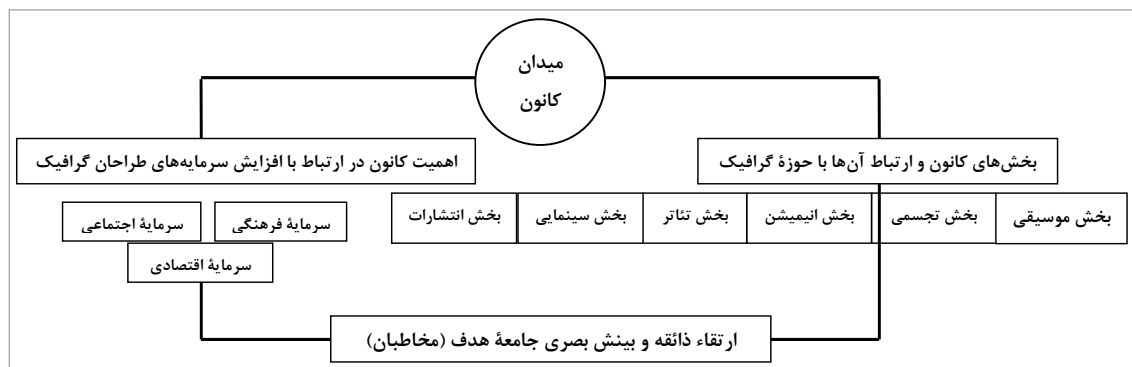
کانون به‌عنوان یک سازمان مردم‌نهاد، محفلی برای حضور کنشگران دغدغه‌مند عرصهٔ فرهنگ را فراهم آورد. محیط تکنوکراتی^۴ که بر پایهٔ فضا دادن به افراد مستعد جهت تجربهٔ آموزی و مهارت‌ورزی دایر شد و به‌خوبی توانست برای پرورش نسلی توانمند در همهٔ عرصه‌های هنری، محیطی پویا بیافریند. در باب تأثیراتی که کانون روی کتابخوانی، ادبیات کودک و همچنین نمایشنامه، تئاتر، نمایش عروسکی و سینمای کودک در ایران می‌گذارد، تألیفات بسیاری صورت گرفته است، اما در حوزهٔ گرافیک، این شناخت کمتر است. در نمودار ۱، ارتباط حوزهٔ گرافیک با بخش‌های مهم کانون و همچنین سرمایه‌های اصلی طراحان آورده شده است. کانون با افزایش سرمایه‌های طراحان گرافیک به ارتقاء بینش بصری مخاطبانش یاری رسانده است. تأثیر کانون بر حوزهٔ انیمیشن چنان چشمگیر است که به‌واسطهٔ رشد انیمیشن تحت حمایت کانون، «دورهٔ طلایی انیمیشن» ایران رقم خورد.

مقاله‌ها و پژوهش‌های پیشین، بیشتر به مباحث فرمالیستی در آثار گرافیکی و انیمیشن کانون (دورهٔ پهلوی) پرداخته‌اند و جنبه‌های جامعه‌شناختی مغفول مانده است. نقش‌سازندهٔ کانون در بالندگی این دو حوزه و حمایت‌های کانون از طراحان دو عرصه، نشان از تأثیر یک نهاد قدرتمند در شکوفایی فرهنگ و هنر کشور دارد؛ از این جهت مقالهٔ پیش‌رو نقش کانون را در رشد سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی طراحان گرافیک و انیمیشن هدف قرار داده است تا تأثیر اجتماعی نهادی را که دلسوزانه، برنامهٔ پیشرفت فرهنگ و هنر کشور را دارد، نشان دهد.

کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان به‌مثابهٔ یک نهاد جریان‌ساز فرهنگی و هنری

«کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان»^۲ در ۲۳ آذر ۱۳۴۴ تحت لوای یک نهاد ناسودبر^۳ یا سازمان مردم‌نهاد، با بنیان‌گذاری فیروز شیروانلو گشایش یافت و مدیرعاملی آن تا سال ۱۳۵۷ به لیلی امیرارجمندی سپرده شد (رحیمی، ۱۳۸۷: ۲۰).

سمن‌ها برای بسترسازی و ریل‌گذاری فرهنگی بسیار الزامی هستند. آن‌ها، سازمان‌های قانونی و رسمی هستند که هدف اصلی‌شان پشتیبانی از یک حوزهٔ خصوصی یا همگانی است (بدون داشتن مقاصد تجاری). با وجود عدم سود مادی کانون برای اعضای آن، کانون یکی از قدرتمندترین نهادهای پیش از انقلاب در حوزهٔ تولیدات فرهنگی و هنری بود. جمعی از برترین کنشگران عرصهٔ هنر، ادب و فرهنگ، در کانون فعالیت می‌کردند. هدف اصلی کانون، حمایت از ادبیات، موسیقی و سینمای کودک در ایران بود و این امر با همکاری ادیبان و هنرمندان صورت گرفت. همان‌طور که در اساسنامهٔ کانون آمده است: «کمک به توسعه و ترویج ادبیات کودکان و نوجوانان از طریق تشویق نویسندگان، طراحان، هنرمندان و ناشران و



نمودار ۱. میدان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان در ارتباط با حوزهٔ گرافیک (نگارندگان)

بخش‌های کانون و ارتباط آن‌ها با حوزه گرافیک

کانون با مدیریت لیلی امیرارجمندی و فیروز شیروانلو آغاز به کار کرد. شیروانلو پیش از فعالیت در کانون، با انتشارات «فرانکلین» همکاری می‌کرد و آتلیه تبلیغاتی «نگاره» را راه‌اندازی نمود. در آتلیه نگاره، وی از همکاری هنرمندان و طراحانی چون فرشید مثقالی، عباس کیارستمی، آراپیک باغداساریان، نیکزاد نجومی و علی اصغر محتاج بهره می‌برد که بعدها برخی از این اشخاص، هسته اولیه همکاران کانون را تشکیل دادند (تنهایی، ۱۳۸۹: ۱۷). کانون در ابتدا با بخش‌های کتابخانه و انتشارات آغاز به کار کرد و در ادامه، واحدهای هنری افزوده شدند. اکثر بخش‌های کلیدی کانون، درگیر همکاری با طراحان گرافیک بودند، چراکه تولیدات هر بخش به معرفی و تبلیغ نیاز داشت. بخش‌های مهم کانون به این قرار بود: کتابخانه‌ها، واحد انتشارات، واحد سینمایی، واحد انیمیشن، واحد موسیقی، مرکز تئاتر، مرکز هنرهای تجسمی و روابط عمومی.

حوزه گرافیک به دو شکل در بخش‌های مختلف کانون به کار گرفته می‌شد: تولیدات فرهنگی و هنری؛ تبلیغات تولیدات بخش‌های مختلف کانون (جدول ۱).

در هر بخش با توجه به تولید آثار، نیاز به خدمات طراحی وجود داشت. انتشارات بیش از سایر بخش‌ها محتاج خدماتی چون تصویرسازی، صفحه‌آرایی و طراحی جلد بود. تبلیغات

و معرفی محصولات شامل طراحی پوستر، کاتالوگ و... برای تولیدات سینمایی، تئاتری و موسیقی و تبلیغات برای رویدادها از اهم فعالیت‌های طراحان کانون محسوب می‌شد. سالانه رویدادهای ملی و بین‌المللی در حوزه تئاتر، نمایش عروسکی، سینما و کتابخوانی رخ می‌داد و از آنجا که در اساسنامه کانون به فعالیت‌های بین‌المللی کانون تأکید شده بود، این رویدادها بخش مهمی از فعالیت‌های کانون را شکل می‌دادند: «همکاری با کلیه مؤسسات ایرانی و غیرایرانی که با کانون هدف‌های مشابه دارند» (اساسنامه کانون، مصوب ۱۳۵۹/۲/۳۱). باین اوصاف، طراحان گرافیک نقش سازنده‌ای در معرفی تولیدات کانون به ایران و جهان داشتند.

واحد روابط عمومی کانون که وظایفی چون مدیریت منابع انسانی و هدایت امور تشریفاتی جشنواره‌های داخلی و بین‌المللی و چاپ اقلام تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی و همچنین چاپ ماهنامه کارنامه (ماهنامه به‌طور تشریحی فعالیت‌های کانون را بازتاب می‌داد) را بر عهده داشت، از سال ۱۳۵۰ به‌صورت مجزا شروع به فعالیت کرد.

پوسترهای «عضویت در کتابخانه‌ها» مصطفی اوجی، «مسابقات تنیس روی میز» فرشید مثقالی، «نورمن ویزدم» محمدرضا دادگر، «کمتر مصرف کردن برق» پرویز نادری (تنهایی، ۱۳۸۹: ۱۷) از نمونه‌های تبلیغات متنوعی است که به‌وسیله طراحان کانون هدایت می‌شد. طراحان مطرح فعال در این دوره به‌این‌قرار هستند: فرشید مثقالی، عباس کیارستمی،

جدول ۱. بخش‌های مختلف کانون و خدمات طراحی گرافیک

بخش‌های کانون	طراحی برای محصول	طراحی برای معرفی تولیدات	طراحی برای رویدادهای مرتبط
کتابخانه‌ها	—	گرافیک مربوط به کتابخانه‌های سیار	پوستر و کاتالوگ
واحد انتشارات	تصویرسازی کتاب؛ طراحی جلد	تبلیغ فعالیت‌های انتشارات	پوستر و کاتالوگ برای نمایشگاه‌ها و رویدادهای کتاب و کتابخوانی
واحد سینمایی	طراحی صحنه فیلم؛ طراحی تیتراژ	پوستر برای فیلم کوتاه و بلند تولیدشده در کانون	پوستر برای جشنواره‌های سینمایی، چون فستیوال بین‌المللی فیلم کودک
واحد انیمیشن	طراحی و ساخت انیمیشن	پوستر برای تولیدات انیمیشن کانون	پوستر برای جشنواره‌های تولیدات انیمیشن کانون
واحد موسیقی	—	طراحی جلد صفحه گرامافون	پوستر برای جشنواره‌های موسیقی
مرکز تئاتر	طراحی صحنه	پوستر برای اطلاع‌رسانی اجرای تئاتر	پوستر برای جشنواره‌های تئاتر و تئاتر عروسکی
مرکز هنرهای تجسمی	—	پوستر برای مسابقات و کلاس‌های مرکز	—
روابط عمومی	ماهنامه کارنامه	چاپ کاتالوگ‌ها، جزوه‌ها و پوستر فعالیت‌های کانون	تبلیغات مربوط به رویدادهای کشوری و بین‌المللی کانون

(نگارندگان)

مفهوم سرمایه فرهنگی را به کار برد. سرمایه فرهنگی بدون کوشش شخصی کسب نمی‌شود و به ارث برده نمی‌شود، بلکه از جانب عامل کار طولانی، مداوم و پیگیر، یادگیری و فرهنگ‌پذیری را با هدف «جزئی از خود کردن» می‌طلبد. از نظر بوردیو، سرمایه فرهنگی به سه شکل وجود دارد: حالت تجسم‌یافته^۱، حالت عینیت‌یافته^{۱۱} و حالت نهادینه‌شده^{۱۲} (Bourdieu, 1986: 48). در اینجا دو مورد از این سرمایه‌ها معرفی می‌شود. کسب سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته، امری فرایندی و مستلزم صرف زمان است. این سرمایه، مانند به دست آوردن هیکل عضلانی که نمی‌توان آن را به صورت یک هدیه به دست آورد، فرایندی خودسازانه است. سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته سرمایه فرهنگی است که به صورت عیان و فیزیکی به تملک درآمده است (مانند ابزارهای اندازه‌گیری علمی یا آثار هنری، در اشیاء مادی و رسانه‌ها مانند نوشته‌ها، نقاشی‌ها، آثار تاریخی و... عینی شده است). از ویژگی‌های بارز آن، قابل انتقال بودن است (به صورت خرید و فروش، واگذاری و وراثت) (Ibid: 49). کانون با ایجاد فضای مناسب، باعث شد که کنشگران، سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته و عینیت‌یافته خود را نمایش دهند. در مورد اول، طراحان با کار برای بخش‌های مختلف کانون، مهارت‌های خویش را افزایش دادند و اصول طراحی را که آموخته بودند، به شکل خلاقانه‌ای به کار گرفتند. همین امر بر سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته آنان افزود و در واقع آن‌ها را کارکشته و حرفه‌ای ساخت. در باب سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته نیز تمام آثار گرافیکی که در کانون تولید می‌شد، برای طراحان حکم سرمایه‌های تجسم‌یافته را داشت. این امر در دو حیطة تولیدات بخش‌های کانون و طراحی برای رویدادهای کانون رخ داد. در اینجا به برخی از مهم‌ترین سرمایه‌های تجسم‌یافته اشاره می‌شود (جدول ۲).

تولیدات انتشارات: یکی از موفق‌ترین بخش‌های کانون، بخش انتشارات بود. ارائه کتاب به شیوه کانون، در ایران بی‌سابقه

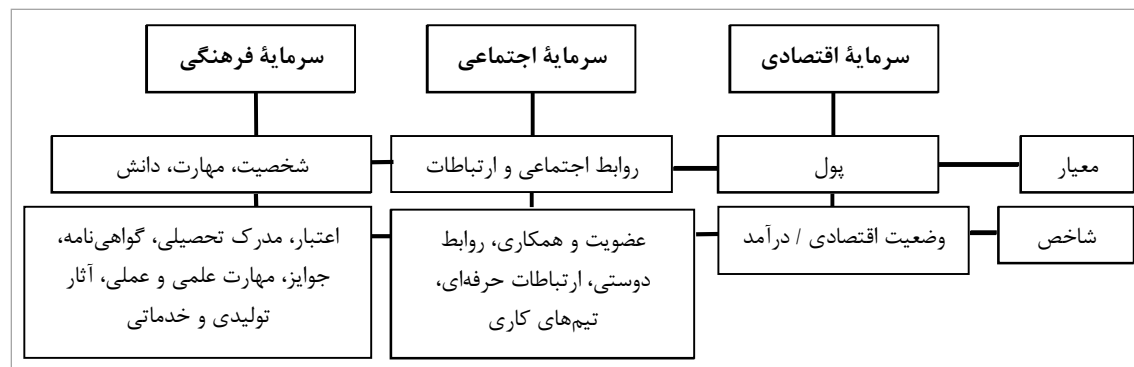
علی‌اکبر صادقی، پرویز محلاتی، ابوالفضل نورالدین زرین کلک، مرتضی ممیز، مصطفی اوجی، سودابه آگاه، ابوالفضل همتی آهویی، نفیسه ریاحی، ابراهیم حقیقی، محمدرضا عدنانی، هوشنگ محمدیان، محمدرضا دادگر.

نقش کانون در افزایش سرمایه‌های طراحان گرافیک و انیمیشن‌سازان

کانون مثل یک میدان قدرتمند فرهنگی و هنری عمل می‌کرد و می‌توان مهم‌ترین خصوصیت کانون را افزودن سرمایه‌های کنشگران دانست. به اعتقاد بوردیو هر نوع دارایی، منابع یا کالاهایی که در جامعه دارای ارزش باشند، می‌تواند نوعی سرمایه محسوب شود. «ساختار اجتماعی جوامع، یک فضای اجتماعی پیچیده است که در آن انواع سرمایه‌ها براساس موقعیت اجتماعی گروه‌های اجتماعی توزیع شده است». بوردیو به چهار نوع سرمایه اشاره می‌کند که عبارت‌اند از: سرمایه اقتصادی^۵ (پول و دارایی)، سرمایه فرهنگی^۶ (دانش و مدارک تحصیلی)، سرمایه نمادین^۷ (منزلت و شأن) و سرمایه اجتماعی^۸ (روابط و عضویت در یک گروه) (Bourdieu, 1984: 316) (نمودار ۲). کانون محفلی پدید آورد تا دارندگان سرمایه‌های فرهنگی و متخصصان هر رشته به آن رجوع کنند و در فضایی امن و پویا، سرمایه‌های خود را به منصفه ظهور برسانند. اغلب طراحان گرافیک، جوانانی مستعد بودند که از تحصیلات دانشگاهی در زمینه هنر برخوردار بودند، اما تجربیات عملی محدودی داشتند. این سرمایه اولیه با حضور در محیطی صحیح، مولد سرمایه بیشتر شد. کانون به آن‌ها فرصت مهارت‌ورزی و شکوفایی بیشتر سرمایه‌های اکتسابی و غیراکتسابی را داد.

کانون و افزایش سرمایه‌های فرهنگی طراحان گرافیک و انیمیشن‌سازان

بوردیو همراه با ژان کلود پاسرون^۹، اولین بار در سال ۱۹۷۷ در کتاب «بازتولید در آموزش، جامعه و فرهنگ»



نمودار ۲. سرمایه‌ها و معیارها و شاخص‌های آن (نگارندگان)

بود و کانون برای نخستین بار اهمیت صفحه‌آرایی، تصویرگری، چاپ و قطع مناسب را با الگوهای محلی به ناشران ایرانی آموخت. تأثیر کتاب‌های کانون بر تولیدات سایر ناشران، آنچنان بود که تا مدت‌ها قطع خستی کتاب‌های کودکان به «قطع کانونی»

شهرت داشت (URL: 1). «کانون با برنامه منظم و سازمان‌یافته به کار تولید و نشر کتاب برای کودکان و نوجوانان پرداخت و در این راه، از بهترین نویسندگان، مترجمان و تصویرپردازان استفاده می‌کرد. از میان تصویرگران، آثار علی‌اکبر صادقی در

جدول ۲. طراحان گرافیک فعال کانون و فعالیت‌های حوزه طراحی در کانون (دهه ۱۳۵۰-۱۳۴۰ ه.ش.)

طراح	تصویرسازی	انیمیشن	طراحی پوستر	سایر موارد
فرشید مشقالی	قهرمان (۱۳۵۱)، مارمولک کوچک اتاق من (۱۳۵۴)، ماهی سیاه کوچولو (۱۳۴۷)، می‌تراود مهتاب (۱۳۵۶)، شهر ماران (۱۳۴۹)، جمشید شاه (۱۳۴۶)، پسرک چشم‌آبی (۱۳۵۳)، عمونوروز (۱۳۴۶)، آرش کمانگیر (۱۳۵۰)، با هم زندگی کنیم، من و جوجه‌تیغی و عروسکم	آقای هیولا (۱۳۴۹)، سوءتفاهم (۱۳۴۹)، پسر و ساز و پرند (۱۳۵۰)، شهر خاکستری (۱۳۴۹)، راحت‌تر بهتر	مداد بنفش، دار، دوباره نگاه کن، دروازه، آن‌که خیال بافت و آن‌که عمل کرد (۱۳۵۰)، شهر خاکستری (۱۳۴۹)	طراحی جلد صفحه گرامافون و جلد آلبوم موسیقی «لی‌لی‌لی حوضک»، طراحی پوسترهای فستیوال بین‌المللی فیلم کودک
علی‌اکبر صادقی	پهلوان پهلوانان (۱۳۴۹)، حقیقت بلندتر از آسمان (۱۳۵۳)، گردآفرید (۱۳۵۲)، عبدالرزاق پهلوان (۱۳۵۱)، مفرغ‌سازان (۱۳۵۳)، عبادتی چون تفکر نیست (۱۳۵۳)، باران، آفتاب و قصه کاشی (۱۳۵۳)، فرزند زمان خویشتن باش، شطرنج بازی کنیم (۱۳۵۴)، سفرهای سندباد (۱۳۵۵)، مادر پیغمبر (۱۳۵۵)، آن‌ها زنده‌اند (۱۳۵۶)، خورشیدخانم آفتاب کن، با هم زندگی کنیم (۱۳۵۶)، گذری به چهارمحال و بختیاری (۱۳۵۶)	هفت شهر (۱۳۵۰)، گلباران (۱۳۵۱)، من آنم که... (۱۳۵۱)، ملک خورشید (۱۳۵۲)، رخ (۱۳۵۳)، زال و سیمرغ (۱۳۵۳)	من آنم که... (۱۳۵۱)، ملک خورشید (۱۳۵۲)، رخ (۱۳۵۳)، زال و سیمرغ (۱۳۵۶)	از سال ۱۳۵۶ به نقاشی (سبک سورئالیسم) روی آورد.
نورالدین زرین کلک	امیرحمزه صاحبقران (۱۳۴۶)، کلاغ‌ها (۱۳۴۷)، زال و سیمرغ (۱۳۵۱)، زال و رودابه (۱۳۵۴)، قصه گل‌قالی (۱۳۵۲)، قصه کرم ابریشم (۱۳۵۲)، نوروزها و بادبادک‌ها (۱۳۵۴)، وقتی که بچه بودم (۱۳۵۳)، کوروش شاه (۱۳۵۳)	وظیفه اول (۱۳۴۹)، زمین بازی با بوش (۱۳۵۰)، اتل مثل توتوله (۱۳۵۲)، تداعی (۱۳۵۲)، دنیای دیوانه دیوانه (۱۳۵۴)، امیرحمزه دلدار و گور دلگیر (۱۳۵۵)		در سال ۱۳۵۳ اولین مدرسه پویانمایی ایران را تأسیس کرد و سه سال بعد، رشته پویانمایی را در دانشگاه فارابی دایر کرد.
مهمزی ممیز	تصویرسازی‌های ممیز مربوط به نشریات کتاب هفته، کیهان هفته، نگین و رودکی بود.	آن‌که خیال بافت و آن‌که عمل کرد (۱۳۵۰)، یک نقطه سبز (۱۳۵۱)، سیاه پرند (۱۳۵۲)	تجربه، سیاه پرند. سایر پوسترهای ممیز مربوط به سینمای موج نو است.	فعالیت‌های حرفه‌ای و اجرایی ممیز خارج از کانون گسترده بوده است.
عباس کیارستمی	کیارستمی از سال ۱۳۴۰ به‌عنوان نقاش تبلیغاتی در آتلیه ۷ و یکی دو مؤسسه دیگر به کار طراحی جلد کتاب، پوستر و آگهی‌های بازرگانی پرداخت و بعدها به «تبلی فیلم» رفت. از سال ۱۳۴۶ در سازمان تبلیغاتی «نگاره» به طراحی و ساختن تیتراژ فیلم پرداخت.	ساخت فیلم کوتاه و بلند برای کانون، از جمله: نان و کوجه (۱۳۴۹)، زنگ تفریح (۱۳۵۱)، مسافر (۱۳۵۲)	پوستر فیلم‌های: لباسی برای عروسی (۱۳۵۴)، سیاه و سفید (۱۳۵۱)، دو راه‌حل برای یک مسئله (۱۳۵۳)	ساخت تیزرهای تبلیغاتی پیش از ورود به کانون. وی در ادامه به کارگردان مؤلف بدل شد.

(نگارندگان)

کرد (مهرابی، ۱۳۷۱: ۳۵۳). تبلیغات سینمایی فیلم‌های کانون به یکی از موفق‌ترین پوسترهای سینمایی تاریخ ایران بدل شدند. در تبلیغات سینمایی فیلم‌های کانون، توجه به ایده و محتوای داستان، از اهمیت بسیاری برخوردار بودند. فرشید مثقالی، سرپرست بخش گرافیک کانون که غنای تصویرسازی‌هایش مثال‌زدنی است، در طراحی پوستر برای فیلم‌های کانون و خارج از آن، از دیدگاه تصویرسازانه بهره می‌گرفت. عباس کیارستمی با توجه به نگاه رئالیستی‌اش، از عکس و کادربندی‌های ویژه عکاسی استفاده می‌کرد. ممیز از ترکیب‌های چاپ سیلک‌اسکرین، عکس و تکنیک‌های گرافیکی دیگر بهره می‌گرفت. پوسترهای سینمایی کانون، برآمده از روایت فیلم بود و هر طراح با توجه به گرایش فرمی، دست به خلق پوستر می‌زد.

تولیدات انیمیشن: فاطمه شکیب درمورد اهمیت نقش کانون در معرفی و تحول انیمیشن در ایران می‌گوید: «اگرچه انیمیشن در کانون آغاز نشد، اما در کانون پروبال گرفت و در زمان کوتاهی به یک جریان تبدیل شد که اکنون از آن به‌عنوان دوران طلایی انیمیشن ایران یاد می‌شود. آثار تولیدشده در این زمان توسط پیش‌کسوتان و استادان انیمیشن، مانند علی‌اکبر صادقی، نورالدین زرین‌کلک و فرشید مثقالی، به موفقیت‌های جهانی دست یافتند» (URL: 1). طراحان فعال در عرصه انیمیشن کانون معمولاً همان تصویرسازان کتاب بودند. اسد بینا در این باره بیان می‌کند: «فعالیت کانون در خصوص نقاشی متحرک و دعوت از هنرمندان تحصیل‌کرده نقاش و تصویرساز، موجب شد که نوعی دید مدرن و روح تازه به این هنر دمیده شود. باید توجه داشت که هیچ‌کدام از هنرمندان این حوزه، ابتدا دانش آموخته این هنر نبودند و آن را در کانون یا با حمایت کانون در کشورهای دیگر آموختند» (URL: 2). تجربه‌های طراحان کانون در زمینه تصویرگری کتاب کودک، بستر مناسبی برای رشد نقاشی متحرک در این مرکز را فراهم ساخت. دهه پنجاه که دوره طلایی انیمیشن ایران خوانده می‌شود، به‌وسیله مدیریت خلاق کانون میسر شد. نسل دوم طراحان و انیماتورهای ایرانی، افرادی چون نورالدین زرین‌کلک، علی‌اکبر صادقی، مرتضی ممیز، فرشید مثقالی، احمد عربانی، پرویز نادری، عبدالله علیمراد، آراپیک باغداساریان، وجیه‌الله فرد مقدم، محمد مقدم و نفیسه ریاحی بودند.

تولیدات موسیقی: در سال ۱۳۵۰ احمدرضا احمدی، بخش تازه‌ای را در کانون با عنوان «مرکز تهیه نوار و صفحه برای کودکان و نوجوانان» دایر کرد. با مدیریت احمدی در این مرکز، مجموعه‌ای غنی از صدای شاعران معاصر ایرانی، نوارهای قصه برای کودکان، نوارهای زندگی و آثار موسیقی دانان

چهارده کتاب، بهمن دادخواه در ده کتاب، فرشید مثقالی در نه کتاب، به چاپ رسید» (طاهر احمدی، ۱۳۸۲: ۸۶). انتشار قصه‌های عامیانه از سال ۱۳۴۵ و با نشر کتاب «مهمان‌های ناخوانده»، به‌عنوان اولین کتاب تألیفی سازمان انتشارات برای کودکان مورد توجه قرار گرفت. در سال ۱۳۴۶ کتاب «جمشید شاه»، به‌عنوان بهترین کتاب سال شورای کتاب انتخاب شد. در سال ۱۳۴۸ کتاب‌های «قصه طوقی»، «دور از خانه» و «ماهی سیاه کوچولو» کتاب‌های برگزیده شورای کتاب شدند و کتاب‌های «ماهی سیاه کوچولو» با تصویرگری فرشید مثقالی و «گل و بلور خورشید» با تصویرگری نیکزاد نجومی در نمایشگاه بولونی جایزه گرفتند (شریفی، ۱۳۷۷: ۳۲). تصویرسازی، طراحی جلد، صفحه‌آرایی و تبلیغات برای موضوعات مختلف حوزه انتشارات، بر سرمایه‌های فرهنگی طراحان گرافیک می‌افزود.

تولیدات تئاتر و نمایش عروسکی: در دی ماه ۱۳۵۰ مرکز تئاتر کانون با همکاری دان لافون، کارگردان آمریکایی و با هدف تولید بهترین نمایشنامه‌ها برای کودکان و نوجوانان و آموزش تئاتر به آن‌ها آغاز به کار کرد. طراحان گرافیک، کار تبلیغات و طراحی پوستر نمایش‌ها را بر عهده داشتند و همچنین در طراحی دکور تئاترها نیز فعال بودند. دعوت از کارگردان‌های غربی و فرستادن هنرمندان تئاتر به کشورهای اروپایی، پنجره‌ای جدید برای تئاتر و به‌ویژه تئاتر عروسکی باز کرد. در سال ۱۳۴۸، یک بخش اختصاصی برای تئاتر عروسکی در کانون دایر شد تا هنرمندان ایرانی و بین‌المللی برای آموزش نسل جدید از عروسک‌گردان‌ها وارد عرصه شوند. در سال ۱۳۵۴، اولین جشنواره بین‌المللی تئاتر عروسکی ترتیب داده شد (Mohseni, 2014: 2). تئاترهایی که روی صحنه می‌رفتند و رویدادهای کشوری و بین‌المللی تئاتر کودک، توسط طراحان گرافیک کانون معرفی و تبلیغ می‌شدند.

تولیدات سینمایی: در پایان سال ۱۳۴۷ نمایش‌های «سیرک بزرگ مسکو» توسط کانون در تهران و آبادان برگزار شد و بودجه حاصل از این نمایش، وقف تهیه امکانات استودیویی و وسایل لازم برای «مرکز سینمایی کانون» شد. وظیفه راه‌اندازی مرکز به عهده عباس کیارستمی و فیروز شیروانلو گذاشته شد (هاشم بابادی، ۱۳۹۴: ۴۵). این مرکز در سال ۱۳۴۹ فعالیت خود را آغاز کرد. در نخستین سال آغاز فعالیت «مرکز سینمایی کانون»، پنج فیلم تهیه شد که در پنجمین فستیوال جهانی فیلم‌های کودکان در تهران شرکت داده شد. «نان و کوجه» (۱۳۴۹) اثر عباس کیارستمی در این فستیوال خوش درخشید و هیئت داوری بین‌المللی، مجسمه طلایی فستیوال را به مرکز سینمایی کانون اهدا

جهان و آوازهای محلی و فولکلور ایران تهیه و منتشر شد. طراحان گرافیک برای جلد صفحات گرامافون، جلد آلبوم موسیقی طراحی می‌کردند. نمونه‌های آثار این حوزه عبارت‌اند از: طراحی جلد صفحه‌های گرامافون «گل اومد بهار اومد» (۱۳۵۰) و «شعرهای نیما یوشیج با صدای احمد شاملو» (۱۳۵۱) از سودابه آگاه، طراحی جلد صفحه «آهنگ‌های محلی» از بهرام خائف، طراحی جلد صفحه گرامافون «لی‌لی‌لی حوضک» (۱۳۵۱) فرشید مثقالی، طراحی «مجموعه صدا برای نوجوانان» (۱۳۵۵) و غیره.

کانون و افزایش سرمایه اجتماعی طراحان گرافیک و انیمیشن‌سازان

سرمایه اجتماعی جمع منابع واقعی یا بالقوه‌ای است که حاصل شبکه‌ای بادوام از روابط کمابیش نهادینه‌شده آشنایی و شناخت متقابل یا به بیانی دیگر، با عضویت در یک گروه است؛ شبکه‌ای که هر یک از اعضای خود را از پشتیبانی سرمایه جمعی برخوردار می‌کند و آنان را مستحق اعتبار می‌سازد. این روابط ممکن است فقط در حالت عملی در مبادلات مادی یا نمادینی که به آنان در حفظ آن روابط کمک می‌کند، وجود داشته باشد (پاتنام، ۱۳۸۴: ۱۴۷). کانون به افراد مستعد و جوان در حوزه‌های فرهنگ و هنر این امکان را می‌داد که با تجربه‌آموزی و گسترش مهارت‌ورزی در گرایش تخصصی خویش، سرمایه‌های فرهنگی خود را غنی سازند. این مهم، کانون را به معدنی از کنشگران متخصص بدل ساخت. مجموعه وسیعی از ارتباطات انسانی شکل گرفت که رفتاری تعاملی جهت بالا بردن بهره‌وری سازمان و اعضای آن داشتند و جمعی از ادیبان، هنرمندان و طراحان را با دغدغه‌های فرمالیستی گرد هم آورد. طراحان گرافیک کانون، شبکه ارتباطی سالمی ایجاد کردند. مصطفی اوجی که در زمینه خوشنویسی و تایپوگرافی مهارت داشت، از سال ۱۳۴۹ با معرفی مرتضی ممیز، به جمع طراحان کانون اضافه شد. ابراهیم حقیقی در مورد ورودش به کانون عنوان می‌کند: «آقای ممیز به من پیشنهاد دادند که در فیلم "آن که خیال بافت و آن که عمل کرد" همکاری کنم. از هیچ کاری در روند ساخت فیلم، کوتاهی نکردم و تجربیات فراوانی به دست آوردم. پس از مدتی، آقای مثقالی تصمیم گرفتند قسمت‌های مختلف کانون را گسترش دهند و آقای اوجی، دستیار آقای مثقالی، به من و آقای عرفانی پیشنهاد همکاری دادند. همکاری من با کانون در سال ۱۳۵۰ شروع شد و تا سالیان زیاد ادامه پیدا کرد» (پارسانژاد، ۱۳۹۶: ۳۴). این شبکه به واسطه نوع ارتباط سازنده روزبه‌روز گسترده‌تر می‌شد. آن‌ها با هم در طراحی مشارکت و همکاری داشتند.

برای مثال، اوجی در مجموعه چاپی «موسیقی دستگاهی ایران» که یونیفورمش را مثقالی طراحی کرده است، از شکسته‌نستعلیق استفاده کرد. زرین کلک کتاب‌های زیادی را تصویرسازی کرد؛ از جمله «امیر حمزه صاحبقران»، «کلاغ‌ها» (که برنده جایزه سیب طلایی نمایشگاه دوسالانه تصویرگران براتیسلاوا شد)، «زال و سیمرغ»، «زال و رودابه» و «آ اول الفباست». او همچنین تصویرسازی فیلم‌های متحرکی چون «وظیفه اول»، «اتل و متل»، «امیر حمزه»، «چشم تنگ دنیا دار»، «بر قدرت‌ها»، «زمین بازی با بوش»، «دنیای دیوانه دیوانه» را بر عهده داشت (پورجم، ۱۳۸۱: ۱۳۸).

علی‌اکبر صادقی پس از فراغت از تحصیل از دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران، به کانون آمد و در زمینه تصویرسازی و انیمیشن فعالیت کرد. تصویرسازی کتاب‌های «پهلوان پهلوانان»، «سفرهای سندیباد»، «حقیقت بلندتر از آسمان»، «گردآفرید»، «عبدالرزاق پهلوان»، «مفرغ‌سازان»، «باران، آفتاب و قصه کاشی»، «فرزند زمان خویشان باش»، «شطرنج بازی کنیم»، «خورشیدخانم آفتاب کن»، «با هم زندگی کنیم» و «گذری به چهارمحال و بختیاری» در کنار ساخت انیمیشن‌های «هفت شهر»، «کلباران»، «من آنم که...»، «رخ» و «زال و سیمرغ» از نمونه کارهای وی هستند که نشان‌دهنده چندوجهی بودن حوزه فعالیت طراحان در کانون است که خود باعث گسترش شبکه‌های اجتماعی آن‌ها می‌شد. این امر در مورد فرشید مثقالی نیز صدق می‌کند. وی تصویرساز کتاب‌هایی چون «قهرمان»، «مارمولک کوچک اتاق من»، «ماهی سیاه کوچولو»، «می تراود مهتاب»، «شهر ماران»، «جمشید شاه»، «من و جوجه تیغی و عروسکم»، «پسرک چشم‌آبی»، «عمو نوروز»، «آرش کمانگیر»، «مازن»، «با هم زندگی کنیم» و آثار انیمیشنی چون «پسر و ساز و پرنده»، «آقای هیولا»، «سوء تفاهم»، «شهر خاکستری» و «راحت‌تر بهتر» است.

کنشگران نهاد کانون، شبکه ارتباطی گسترده‌ای با سایر میدان‌های هنری و ادبی داشتند. اکثر هنرمندان عرصه‌های فرهنگ و ادب از سینماگران موج نو، نویسندگان، شاعران و ادیبان زمان خود در ارتباط بود. او برای فیلم «خداحافظ رفیق» امیر نادری، نقدی در مجله سپید و سیاه با عنوان «خسته نباشی رفیق» نوشت که این نقد سبب معرفی فیلم به تماشاچیان شد. «دوایی به همراه پرویز کلانتری، عباس کیارستمی، اکبر صادقی، پرویز نادری، نورالدین زرین کلک، سیروس طاهباز، خسرو سینایی و معزی مقدم جزو افرادی بودند که بخش سینمایی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان

طی سیزده سال فعالیت (از ۱۳۴۵ تا ۱۳۵۷)، صدوچهل‌وشش عنوان کتاب را برای گروه‌های سنی مختلف منتشر کرد» (رحیمی، ۱۳۸۷: ۲۱). این حجم از تولید کتاب، فضا را برای تصویرسازی توسعه داد، چراکه تصویر جزء جدانشدنی کتاب کودک محسوب می‌شود. در تصویرسازی به‌کارگیری تکنیک‌های مختلف، ذهن کودکان را به‌سمت جهانی متفاوت و خلاقانه هدایت می‌کند. مثقالی، تفکر خلاق را امر مهم در تصویرسازی می‌داند: «طراحان به تفکر خلاق نیاز دارند تا بتوانند ایده‌ها و تصاویری را خلق کنند که موجبات لذت و جذب هرچه بیشتر مخاطبان را فراهم آورد» (مثقالی، ۱۳۸۸: ۵۲). دو امر در تحقق پرورش ذائقه بصری مخاطبان مورد توجه است: (۱) تکنیک‌های به‌کارگرفته‌شده در آثار و ترکیب‌بندی عناصر تصویری و نوشتاری؛ (۲) محتوایی که طراحان روی آن کار می‌کردند.

درباب محتوا می‌توان به نقش کانون در احیای ادبیات عامیانه ایران، افسانه‌ها و مثل‌های فارسی و داستان‌های اساطیری اشاره کرد. طراحان برای نمایش این محتوای غنی و بکر، از مهارت‌های هنری خود در قالب تکنیک‌های مختلف بهره می‌گرفتند. نخستین دستاورد آتلیه کانون، کتاب «عمو نوروز» نوشته فریده فرجام و م. آزاد با تصویرگری فرشید مثقالی بود؛ با این هدف که حرکتی نو در تصویرگری کتاب پدیدار شود. مثقالی کتاب «جمشید شاه» نوشته مهرداد بهار (۱۳۴۶) را با تأثیر گرفتن از دو هنر باستانی و اسلامی و به‌کارگیری برخی نمادهای اساطیری تصویرگری کرد. او در روایت دیداری خود، از خطوط محیطی ظریف، اما قوی بهره گرفت که با اغراق و دفرم‌اسیون در بیشتر موارد همراه است. چند عامل سبب پویایی بیشتر کار می‌شود: بخش‌بندی‌های گوناگون رنگ، درآمیختن نقاشی و طراحی، نقاشی و کلاژ، نقاشی و سایه‌روشن که سبب چرخش چشم می‌شود. «ماهی سیاه کوچولو»، به گفته خود مثقالی، اولین کتابی است که هم به فضای کودکان وفادار بود و هم با تکنیک تازه‌ای ساخته شد (قائینی و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۳). گرایش و علاقه علی‌اکبر صادقی به ادبیات ملی ایران، به گفته خودش، از همان دوران کودکی با او همراه بود. کتاب «پهلوان پهلوانان» بر پایه یک داستان پهلوانی ایرانی نوشته شده است. صادقی خود اشاره کرده است که این کتاب را با آمیزه‌ای از نقاشی‌های دوران باستان، مینیاتور و نقاشی قهوه‌خانه‌ای تصویرگری کرده است. در کتاب «پهلوان پهلوانان»، «گردآفرید» یا «عبدالرزاق پهلوان» تصویرها فاقد پرسپکتیو هستند. شخصیت‌ها همچون آثار دوره هخامنشی بیشتر از روبه‌رو یا نیم‌رخ ترسیم شده‌اند. صادقی در کتاب «عبدالرزاق پهلوان» از تکنیک قلم هاشور و مرکب

نوجوانان را پایه‌ریزی کردند. دوایی همچنین طی سه دوره، در سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۵۲ دبیرکل جشنواره بین‌المللی فیلم‌های کودکان و نوجوانان بود» (امید، ۱۳۷۷: ۱۰۳)؛ جشنواره‌ای که اکثر پوسترهای آن را فرشید مثقالی طراحی کرده است و کار تبلیغات و معرفی آن به عهده طراحان گرافیک کانون بود.

کانون و افزایش سرمایه اقتصادی طراحان گرافیک و انیمیشن‌سازان

سرمایه اقتصادی که بی‌درنگ و مستقیماً قابل تبدیل به پول است، ممکن است به شکل حقوق مالکیت درآید (استونز، ۱۳۷۹: ۳۳۵). «موقعیت افراد بر حسب حجم و نوع سرمایه آن‌ها مشخص می‌شود و جایگاه آنان را ابتدا در خانواده و سپس در جامعه مشخص می‌سازد» (بوردیو، ۱۳۸۰: ۳۴). هر چند کانون یک نهاد ناسودبر محسوب می‌شد که درآمدی بیش از آنچه به دست آورده بود نداشت و سودهای حاصل از فعالیت‌های جنبی نیز صرف امور دیگر سازمان می‌شد (همچون برنامه سیرک که کانون آن را هدایت کرد و سود حاصل از آن برای تأسیس مرکز سینمایی کانون صرف شد)، با این حال، کنشگران این میدان در عوض تولیدات خویش، درآمد مناسبی داشتند. ابوالفضل همتی می‌گوید: «سال ۱۳۵۴ وارد کانون شدم. سیروس طاهباز آن زمان در کانون مدیر انتشارات بود. با توجه به سابقه موفقیت‌های من در زمینه هنر، طاهباز به من اعتماد کرد و کار سفارش می‌داد. هر چند با آن کارها درآمد زیادی نداشتیم، اما تا قبل از انقلاب توانستم یک ماشین ژیان بخرم. ابتدای سال ۱۳۵۶ نیز استخدام رسمی کانون شدم، به‌گونه‌ای که سه ماه اول استخدام آموزشی بود» (پارسانژاد، ۱۳۹۶: ۳۸)؛ نمونه‌ای از اعتمادسازی که کانون بر پایه آن، نیروهای متخصص را جمع‌آوری می‌کرد و با درآمد متناسب و ایجاد محیطی پویا، بر فعالیت‌های آن‌ها ارج می‌نهاد.

آثار گرافیکی کانون و ارتقاء بینش بصری مخاطبان

هدف اصلی کانون، پرورش نسلی توانمند و آشنا با کتاب بود. در این بین، با به خدمت گرفتن طراحان و هنرمندان، به پرورش ذائقه بصری مخاطبانش نیز کمک فراوانی نمود. طراحان گرافیک و انیمیشن‌سازان کانون، به کمک تکنیک‌ها و مهارت‌های برآمده از سواد بصری، به خلق آثاری در حوزه تصویرسازی، طراحی پوستر، ساخت انیمیشن و غیره دست زدند که موجب رشد سواد بصری مخاطبان شد و استانداردهای زیباشناسی آن‌ها را بالا برد. مشهودترین و واضح‌ترین این تأثیرات را می‌توان در تصویرسازی کتاب کودک دید. «کانون

رنگی و در کتاب «گردآفرید» از تکنیک نقاشی روی تخته سه‌لایی با رنگ‌وروغن بهره برده است (همان: ۹۷). «توجه مدیریت هنری کانون در بازگشت به هنر کهن ایران، هرچند به گذشته‌نه‌چندان دور، در نقاشی‌های علی‌اکبر صادقی (در نگاهی تازه به نگارگری) و فرشید مثقالی (در نگاهی تازه به چاپ سنگی، از جمله در کتاب «افسانه آفرینش در ایران») باز می‌گردد» (اکرمی، ۱۳۸۴: ۹۷).

قصه‌ها و افسانه‌های عامیانه و اساطیری ایران، دستمایه کار انیماتورهای کانون نیز بود. انیمیشن «اتل مثل توتوله» ساخته زرین کلک در این مرکز تهیه و در نهمین فستیوال بین‌المللی فیلم‌های کودکان به نمایش درآمد. آثار صادقی، از جمله «هفت شهر»، «گلباران»، «من آنم که...»، «رخ» و «زال و سیمرغ» همه از حال‌وهوایی شرقی و اساطیری برخوردار هستند، اما تأثیر نقش خلاقانه تکنیک در آثار گرافیکی کانون، فقط منحصر به موضوعات اساطیری یا عامیانه نبود. زرین کلک در تصویرسازی کتاب «کلاغ‌ها» (۱۳۴۸) اثر ابراهیم نادری، از تکنیک چاپ انگشتی سود برد و در صفحه‌آرایی متن آن از فرم‌های تصویری بهره گرفت که کاری نو در ایران محسوب می‌شد. در تصویرسازی کتاب‌های «قصه کرم ابریشم» (۱۳۵۲) نوشته خودش، «نوروزها و بادبادک‌ها» (۱۳۵۴) اثر ثمن باغچه‌بان نیز به تکنیک توجهی ویژه داشت. در آثار فرشید مثقالی گرایش‌های انتزاعی و ساختارشکنی همه‌جانبه و پرهیز از طبیعت‌گرایی به‌خوبی مشهود است و می‌توان وی را یکی از هنرمندان پیشرو در تصویرسازی انتزاعی قلمداد کرد. وی در استفاده از امکانات رنگ در گسترش سایه‌روشن‌های تصویری، پیرنگ نمودن حضور پردامنه خیال در تصویر و به‌کارگیری تکنیک‌های گوناگون متناسب با متن، تأثیرگذار بود (مهردادفر، ۱۳۹۵: ۴۶).

تصویرسازی کتاب‌های دینی با کارهای علی‌اکبر صادقی در این دهه آغاز شد. استفاده از عناصر تذهیب و تشعیر و بافت مینیاتوری که فضاهای ویژه‌ای را خلق کرد، از ویژگی آثار وی است که در اکثر مواقع، مورد توجه کودکان گروه‌های سنی «ب، ج، د، ه» بود (امین‌سلماسی، ۱۳۹۶: ۴۶). تنوع فرمالیستی‌ای که در طراحی پوسترهای تولیدات کانون وجود داشت، خود منبع دیگری از پرورش ذوق مخاطبان محسوب می‌شد. ممیز با طراحی پوستر فیلم «تجربه» ساخته عباس کیارستمی و «سیاه پرده» این حیطه را تجربه کرد. پوسترهای وی جدی است و فضای کودکانه کارهای مثقالی، مصطفی اوجی و سودابه آگاه را ندارد. پوسترهای فرشید مثقالی مانند «شهر خاکستری»، «مداد بنفش»، «دار»، «دوباره نگاه کن»، «دروازه»، «آن که خیال بافت و آن که عمل کرد» غنای تصویرسازی و گرایش به انتزاع و پرهیز از طبیعت‌نگاری را دارا است.

ابراهیم حقیقی نیز با همکاری در زمینه فیلم‌های مستند و طراحی پوستر برای سینمای آزاد وارد کار شد. وی با پوسترهای فتومونتاژ همچون «گردش یک روز خوش آفتابی» و استفاده از تصویرسازی در پوستر فیلم «هفت تیرهای چوبی»، فضای کودکانه را القا می‌کرد. پوسترهای مصطفی اوجی تلفیقی از عکس و تصویرسازی بود که به همنشینی چشم‌نوازی دست می‌یابد. علی‌اکبر صادقی همان‌طور که در انیمیشن و نقاشی‌هایش فضایی اساطیری و ایرانی را القا می‌ساخت، در طراحی پوسترهایش نیز به این امر تکیه می‌کرد. کیارستمی در طراحی پوستر از عکس برگرفته‌ی سکانسی از فیلم استفاده می‌کرد که به‌نوعی گرایش رئالیستی وی را در ساخت فیلم‌هایش نشان می‌دهد. محمدرضا دادگر، سودابه آگاه و پرویز نادری نام‌های دیگری هستند که در طراحی پوستر کانون فعال بودند. در نهایت تنوع و نوآوری‌ای که در آثار طراحان کانون دیده می‌شود، در ذهن مخاطب آگاهی بصری را ایجاد می‌کند تا به‌واسطه آن، سطح ادراک بصری‌اش افزایش یابد.

جمع‌بندی

کانون به‌عنوان یک نهاد ناسودبر و با هدف پرورش نسلی متعالی، به‌عنوان سازمانی کارآمد، توانست مدیریتی عملکردی با بهره‌وری بالا داشته باشد که نه تنها به تحقق برنامه‌های اصلی کانون انجامید، بلکه همچون میدانی قدرتمند، باعث ارتقاء حوزه‌های هنری و ادبی دیگر شد. در اینجا تنها به تأثیر کانون بر حوزه گرافیک پراخته شد و نکته مهم این است که ارتقاء حوزه گرافیک حتی در دستور کار کانون قرار نداشت. آنچه مهم است، مدیریتی است که بهره‌وری تولید را بالا برد؛ مدیریت منابع انسانی که با ایجاد محیطی سالم، پویا و سازنده به افزایش سرمایه‌های انسانی منجر شد.

عوامل اصلی مدیریت سازنده کانون از این قرار است:

۱. مدیریت راهبردی و اثربخش
 ۲. مدیریت صحیح منابع انسانی
 ۳. رشد اعتماد در سازمان
 ۴. رشد روحیه همکاری به‌جای کنترل
 ۵. تسهیم و تسهیل اطلاعات توسط سازمان و اعضا
 ۶. رشد گروه‌های کاری و پرورش روحیه کار گروهی
 ۷. ایجاد فضا برای نیروهای مستعد و جوان
- این عوامل در بهترین شکل، با نگاه بی‌طرفانه کانون به کنشگران فعال در کانون خود را نشان می‌دهد. ابوالفضل همتی می‌گوید: «در آن زمان گزینش وجود نداشت و کانون فقط به توانایی و شایستگی افراد توجه می‌کرد. فضای باز کانون مانعی برای هیچ‌یک از هنرمندان ایجاد نمی‌کرد و تفاوت آن دوره

نیست» (۱۳۵۲)، «حقیقت، بلندتر از آسمان» (۱۳۵۲)، «آن‌ها زنده‌اند» (۱۳۵۴) و «آتش باش تا برافروزی» (۱۳۵۷). صادقی برای دیگر کتاب‌های دینی، چون کتاب «مادر پیامبر» (۱۳۵۳) اثر بنت‌الشاطی، نیز تصویرسازی‌های خلاقانه کار کرده است. کانون در امر سرمایه‌گذاری به استعدادها و توانایی جوانان، حتی نشانه سازمان را به فراخوان گذاشت و طرح محمد پولادی، دانشجوی دانشکده هنرهای تزیینی (دانشگاه هنر کنونی) را برگزید. مدیریت صحیح منابع انسانی، یکی از مهم‌ترین دستاوردهای کانون بود که در نتیجه استراتژی عمل‌گرا و درست آن، سرمایه‌های همه کنشگران، از جمله طراحان گرافیک و انیمیشن افزایش یافت (نمودار ۳).

با اکنون، این است که اگر امروزه افراد مؤمن جذب کانون می‌شوند، اما در دوره اول کانون نخبه‌های دانشگاه‌ها به استخدام درمی‌آمدند و شاید تفاوتی بین فرد اسلامی یا هر عقیده دیگر نبود» (پارسناژاد، ۱۳۹۶: ۴۴). محمد باقری: «کتاب‌هایی چون "ماهی سیاه کوچولو" و "مهمان‌های ناخوانده" با جریان توده همراه بود و در کانون کار شد. از سویی، افراد مستعدی چون غلامرضا امامی که تفکرات اسلامی داشتند نیز کتاب‌هایی با مضمون اسلامی در کانون می‌نوشتند و ممانعت برای چاپ نداشتند» (همان: ۴۳). کتاب‌هایی که غلامرضا امامی تألیف نمود، توسط علی‌اکبر صادقی تصویرسازی می‌شد؛ همچون «فرزند زمان خویشتن باش» (۱۳۵۱)، «عبادتی چون تفکر



نمودار ۳. کانون و افزایش سرمایه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی طراحان گرافیک (نگارندگان)

نتیجه‌گیری

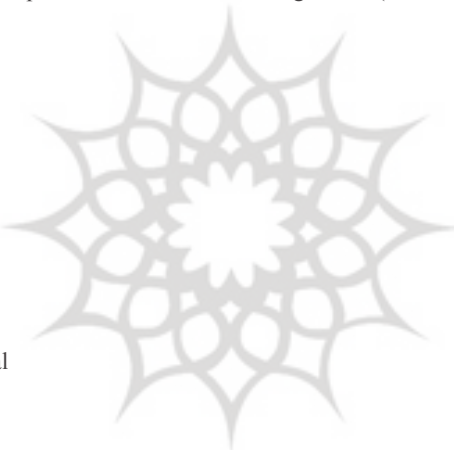
هدف اصلی نهادهای فرهنگی، تعالی فرهنگ جامعه و ایجاد محیط مساعد برای شکوفایی توانمندی‌های کنشگران عرصه ادب، هنر و فرهنگ است. یکی از نهادهایی که به‌درستی چنین آرمانی را محقق ساخت، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان بود. این کانون به‌شکل عملی و با در اختیار گرفتن سرمایه‌های انسانی و اعتمادسازی و مشارکت همراه با تعامل، توانست یکی از غنی‌ترین دوره‌های فرهنگی معاصر را شکل دهد. کانون به طراحان گرافیک و انیمیشن‌سازان جوان فرصت مهارت‌ورزی و بروز سرمایه‌های فرهنگی‌شان را داد. فرشید مثقالی، علی‌اکبر صادقی، نورالدین زرین‌کلک، عباس کیارستمی، مرتضی ممیز، سودابه آگاه، مصطفی اوجی، محمدرضا عدنانی، نفیسه ریاحی، ابراهیم حقیقی، محمدرضا دادگر، پرویز محلاتی، ابوالفضل همتی آهویی و هوشنگ محمدیان، طراحانی که در دوره پهلوی در حوزه تصویرسازی کتاب، تبلیغات محصولات و رویدادهای کانون و ساخت انیمیشن فعالیت می‌کردند، دوره‌ای طلایی را در حوزه تصویرسازی کتاب کودک و انیمیشن ایران رقم زدند. افزایش سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آنان، با بهره‌وری کانون به‌عنوان نهادی تأثیرگذار

ارتباط مستقیم داشت. سرمایه‌گذاری کانون روی متخصصان حوزه‌های مختلف، از جمله گرافیک و بی‌طرفی در مورد نگرش‌های فکری کنشگران، محیطی امن و حرفه‌ای را ایجاد نمود که ماحصل آن، رشد تصویرسازی کتاب کودک، انیمیشن، کسب جوایز ملی و بین‌المللی و فرایندی بود که در نهایت باعث ارتقاء بینش فکری و بصری مخاطبان کانون شد.

در این مقاله به مطالعه شاخص‌های رشد اجتماعی طراحان گرافیک و انیمیشن کانون در قالب سرمایه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی پرداخته شد و مشخص شد که کانون در دهه چهارم و پنجم به‌عنوان نهادی قدرتمند، فارغ از جهت‌گیری‌های سیاسی و فکری، با ارزش دادن به تخصص و توان جوانان متخصص، محیطی امن و پویا ایجاد نمود و نتیجه آن، به‌جا ماندن دوره طلایی در حوزه ادبیات کودک، سینمای کودک، تصویرسازی کتاب کودک، انیمیشن و دیگر گرایش‌های وابسته گرافیک، انیمیشن و سینما است.

پی‌نوشت

1. Pierre Bourdieu (1930-2002)
2. Institute for the Intellectual Development of Children and Young Adults (IIDCYA)
3. Non-profit organization (NPO)
4. Technocracy
5. Capital Economic
6. Cultural Capital
7. Symbolic Capital
8. Social Capital
9. Jean-Claude Passeron (1930)
10. Embodied Cultural Capital
11. Objective Cultural Capital
12. Institutionalized Cultural Capital



منابع و مآخذ

- اساسنامه کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، مصوب ۱۳۵۹/۲/۳۱.
- استونز، راب (۱۳۷۹). متفکران بزرگ جامعه‌شناسی. ترجمه مهرداد میردامادی، چاپ اول، تهران: مرکز.
- اکرمی، جمال‌الدین (۱۳۸۴). بررسی تصویرگری در آثار ناشران: انتشارات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان. کتاب ماه کودک و نوجوان، (۹۳)، ۹۸-۸۱.
- امید، جمال (۱۳۷۷). تاریخ سینمای ایران. جلد اول، چاپ اول، تهران: روزنه.
- امین‌سلماسی، مهرداد (۱۳۹۶). تصویرسازی تاریخیچه، اصول و مبانی، تکنیک‌ها. چاپ اول، تهران: فخرآکیا.
- بوردیو، پی‌یر (۱۳۸۰). نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی. ترجمه مرتضی مردیها، چاپ اول، تهران: نقش‌ونگار.
- پاتنام، رابرت (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه. ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، چاپ اول، تهران: شیرازه.
- پارسائزاد، داریوش (۱۳۹۶). «جریان‌های فکری حاکم بر تولیدات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان با روش تاریخ شفاهی (از سال ۱۳۴۴ تا ۱۳۷۹)». پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد پژوهش هنر، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران.
- پورجم، پروین (۱۳۸۱). «تاریخچه و بررسی تصویرسازی کتاب کودک در ایران (از شروع فعالیت کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان)». پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد ارتباط تصویری، دانشگاه هنر، تهران.
- تنهایی، آرش (۱۳۸۹). گرافیک: اوج‌های پوستر در ایران (کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان). تندیس، (۱۸۵)، ۱۶-۱۷.

- رحیمی، فروغ (۱۳۸۷). تاریخچه و ساختار تشکلات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان. *اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی*، سال دوم (۷)، ۲۸-۲۰.
- شریفی، سعید (۱۳۷۷). کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان (۱۳۵۷-۱۳۴۴). گفتگو، (۱۹)، ۳۸-۲۹.
- قائینی، زهره و محمدی، محمدمهدی (۱۳۹۰). *تاریخ ادبیات کودکان ایران*. جلد هشتم، چاپ اول، تهران: چیستا.
- طاهراحمدی، محمود (۱۳۸۲). از شورای کتاب کودک تا کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان (۱۳۵۷-۱۳۴۱). *گنجینه/اسناد*، دوره سیزدهم (۳-۴)، ۸۹-۸۳.
- مثقالی، فرشید (۱۳۸۸). در چندوچون تصویرگری. *حرفه هنرمند*، (۳۰)، ۳۹-۲۲.
- مهربابی، مسعود (۱۳۷۱). *تاریخ سینمای ایران از آغاز تا سال ۱۳۵۷*. چاپ اول، تهران: مؤلف.
- مهردادفر، مریم (۱۳۹۵). *تصویرسازی*. چاپ اول، تهران: مارلیک.
- هاشم بابادی، مژده (۱۳۹۴). «بررسی گرافیک عنوان‌بندی فیلم‌های کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان». پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد ارتباط تصویری، دانشگاه هنر، تهران.

- Mohseni, Salma (2014), A Light in the Darkness, A glance on an Iranian Theatre and Puppet Theatre Center, *Puppetry International Magazine*.
- Bourdieu, Pierre (1980). Le capital social. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales* 31, 2-3.
- Bourdieu, Pierre (1986). **The forms of capital**. In: John G. Richardson (ed.): Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. New York: Greenwood Press, s. 241-258.
- Bourdieu, Pierre (1984). **The Field of Cultural Production**. Oxford: polity.
- URL 1: https://www.bbc.com/persian/arts/2015/06/150621_151_kanoon_50th_anni (access date: 1400/9/23).
- URL2: https://www.bbc.com/persian/arts/2015/08/150818_151_kanoon_animations_cinema (access date: 1400/10/12).



Received: 2023/03/01

Accepted: 2023/10/04

The Role of the Institute for Intellectual Development of Children and Adolescents in the Progress of Graphic Arts and Animation in 1960- 1970s (Studying the Increasing Capital of Actors)

Najibeh Rahman* Sara Shadrokh**

Abstract

Society is an extensive field formed by social structures. The social structures utilize well-ordered and purposeful instruments in order to incorporate and develop the principles ruling the social interactions. The Institute for Intellectual Development of Children and Adolescents is a trend making organization in the field of art and culture. This organization has contributed significantly to development of visual and performing arts for children and adolescents, besides its main objective, which is promoting the children's intellectual development by reading books. By establishing a sublime circle, the institute contributed to productivity of the graphic arts, and provided a dynamic environment to increase the Iranian graphic designer's assets. Paying attention to the field of children and adolescents was one of the important challenges of the forties and fifties, and many firsts in the field of science related to children were made in this period. The important parts of the center were as follows: Libraries, Publishing Unit, Cinema Unit, Animation Unit, Music Unit, Theater Center, Visual Arts Center, and Public Relations. The field of graphics was used in two ways in different departments of the center: 1) in cultural and artistic productions and 2) in advertisements of the products of different departments of the center. The present study investigates the role of this institute in the development of graphic arts in Pahlavi Era. The main objective of this study is to show the significance of a powerful organization, with realistic and accurate productivity measures, in development of culture and arts (here graphic arts), besides highlighting achievements of the institute in the field of graphic arts in 1960s and 1970s. The main research question is about performance of the institute in development of graphic arts in Iran. The question is answered by the study of the increased social, cultural, and economic assets. This is a descriptive-analytic study based on the information collected using documentary research methods. The results show that in spite of not having a direct plan for development of graphic arts, the strategic management of this institute provided the graphic arts practitioners the chance of increasing their assets in this institute and make a chapter of Iran's graphic arts history.

Keywords: Graphic, Institute for the Intellectual Development of Children and Young Adults, 1960-1970s, Cultural Capital

* PhD in Art Research, Master of Graphic (graphic), Faculty of Art . Semnan University, Semnan, Iran.

alecto.r@yahoo.com

** Instructor of Graphics Department , Faculty of Art , Semnan University, Semnan, Iran.

s_shadrokh@semnan.ac.ir