



# رجس و جوی

+

مروری بر  
برنامه‌های  
شبکه نمایش  
خانگی در  
سال ۱۴۰۲

# ما فایا

شبکه نمایش خانگی بستر پختی است که در سال‌های اخیر تبدیل به رقیبی برای صداوسیما و تلویزیون شده است. بستری که البته عمده مخاطب آن گروه سنی جوان و نوجوان است و برای تلویزیون و شبکه‌های فیلم جای هیچ نگرانی نیست؛ چرا که در پی این رقابت، آن‌ها مخاطب میان‌سال آی‌فیلم بین خود را از دست نخواهند داد. تاک‌شو، گیم‌شو و رئالیتی‌شو از جمله برنامه‌های جذاب و پرمخاطب برای قشر جوان و نوجوان است که بسترهای پخش نمایش خانگی نیز به آن واقف هستند و تمام توان خود را در ساخت رئالیتی‌شوها به کار می‌گیرند. سال ۱۴۰۲ را شاید بتوان سالی دانست که تعداد قابل توجهی رئالیتی‌شو در آن پخش شده که در ادامه به آن اشاره خواهیم کرد.

## • سعید ابوطالب و قرق رئالیتی‌شوهای نقش منفی

ابوطالب به یک شخصیت اصولگرا معروف است و به عنوان نماینده مردم تهران در مجلس هفتم نیز حضور داشته است. وی پس از حمله آمریکا به عراق، با یک گروه فیلمبرداری به آمریکا رفته و در آنجا دستگیر می‌شود و پس از ۴ ماه آزاد می‌شود و به ایران بازمی‌گردد. فردی با چنین سابقه‌ای وقتی در قامت کارگردان رئالیتی‌شوهای مافیا و امثالهم که صرفاً جنبه سرگرمی و تجاری دارند قرار می‌گیرد، کمی تا قسمتی انگشت‌ها به دهان می‌ماند. به هر حال ابوطالب انتخاب کرده که وقت و هنر خود را صرف برنامه‌هایی از جمله شام ایرانی، رالی ایرانی، شب‌های مافیا، پدرخوانده، ارتش سری و ضد کند. برنامه‌هایی با ماهیت محتوایی خنثی که هیچ پیام خاصی را به مخاطب منتقل نمی‌کند. از جمله این برنامه‌هایی که در سال ۱۴۰۲ از شبکه نمایش خانگی پخش شده‌اند، پدرخوانده ۲ و ضد است. بخشی از ارتش سری نیز در اواخر سال ۱۴۰۱ و بخشی دیگر در اوایل سال ۱۴۰۲ پخش شده است.

«پدرخوانده ۲» از ۲۸ مرداد ۱۴۰۲ از بستر فیلم‌نت شروع به پخش کرد. گرداننده این رئالیتی‌شو طبق روال سابق، کامبیز دیرباز است. تفاوت این رئالیتی‌شو با فصل اول آن در گریم بازیکنان و تغییر اندکی در قوانین بازی است.

«ضد» رئالیتی‌شوی دیگری است که سعید ابوطالب آن را کارگردانی کرده و همزمان با پدرخوانده ۲ از بستر تماشاخونه پخش می‌شد. گرداننده یا «ضد» این برنامه نیز، مجید و اشقانی است.

«ارتش سری» نیز مانند دیگر رئالیتی‌شوها، یک مسابقه نقش منفی با سناریو و سبکی متفاوت نسبت به پدرخوانده و ضد است که از اواخر سال ۱۴۰۱ از بستر فیلمو شروع به پخش کرد. گرداننده این برنامه، ستاره درخشان رئالیتی‌شوهای شب‌های مافیا و پدرخوانده، امیرعلی نبویان است که این بار به جای بازیکن در نقش گرداننده بازی ظاهر می‌شود.

## • ناتو

«ناتو» نیز یک رئالیتی‌شو با سناریوی نقش منفی است که تفاوتش با دیگر رئالیتی‌شوهای مافیایی این است

که در این برنامه جنبه طنز و سرگرمی بیشتر و هیجان و رقابت در آن کمتر دیده می‌شود. کارگردان این برنامه مهدی صفی‌پاری و گرداننده آن محمدرضا علیمردانی است. این برنامه در اردیبهشت ۱۴۰۲ از بستر فیلمو شروع به پخش کرد.

## • شب‌های مافیازودیاک

فصل اول رئالیتی‌شوی شب‌های مافیازودیاک از مرداد ۱۴۰۲ شروع به پخش کرد. فصل دوم آن نیز هم‌اکنون در حال پخش است. کارگردان این برنامه برخلاف انتظار محمدرضا رضائیان و گرداننده آن نیز محمد بحرانی است. در واکنش به ساخت این رئالیتی‌شو، سعید ابوطالب در لایوی اینستاگرامی که با امیرعلی نبویان داشت، به شوخی آن را مافیای فیک دانست. سازندگان این برنامه می‌توانند رقبای قابل توجهی برای ابوطالب و تیمش باشند.

## • اسکار

در برابر سایر رئالیتی‌شوهای نمایش خانگی، اسکار سبک کاملاً متفاوتی با آن‌ها دارد. مجری و کارگردان این برنامه مه‌مان مدیری و دستیار او نیما اصغرنژاد و یا همان شعبان نژاد است که در همه قسمت‌ها در کنار مدیری حضور دارد. این برنامه محصول فیلمو است و هم‌اکنون نیز در حال پخش است. بازیکنان این مسابقه از بازیگران و هنرمندان عمدتاً کم‌دین هستند و آن‌ها برای رسیدن به بیشترین امتیاز و در نهایت اسکار با یکدیگر رقابت می‌کنند. این برنامه برگرفته از رئالیتی‌شوی Taskmaster (کارفرما) ساخته بریتانیا است که در اولین قسمت نیز مه‌مان مدیری به آن اشاره می‌کند. نحوه امتیازدهی به بازیکنان کاملاً سلیقه‌ای و برعهده مدیری است. فضای حاکم بر بازی نیز مطابق با سبک خاص مدیری و راحتی و آسان‌گیری‌اش در فیلم‌سازی است. به گونه‌ای که نمی‌توانی تشخیص دهی سوتی‌هایی که مشاهده می‌شود ناشی از اهمال‌کاری سازندگان برنامه است یا اینکه عمداً درون برنامه گنجانده شده‌اند. همان استراتژی که در سریال‌های دهه هشتاد مدیری نیز مشاهده می‌کردیم.

هر سیستمی به این نکته واقف است که امروزه رسانه تبدیل به ابزار قدرتمندی شده که از آن می‌توان در جهت فرهنگ‌سازی استفاده کرد. فضای حاکم بر شبکه‌های نمایش خانگی نشان‌دهنده این است که سیاست‌گذاران این رسانه در خواب غفلت فرو رفته‌اند یا شاید هم عمداً خود را به خواب زده‌اند. در زمانه‌ای که خوراک فکری جوانان و نوجوانان کشور تبدیل به مفاهیمی مبتذل و عبث شده، هیچ تلاشی در جهت تغییر این ذائقه از سمت رسانه‌ها و مسئولان امر دیده نمی‌شود. البته خود این رسانه‌ها نیز باعث به وجود آمدن این ذائقه ابتذال‌پسند شده‌اند و نمی‌توان از آن‌ها انتظاری جز این داشت. گویی ساختن برنامه‌های سرگرمی‌محور و خنثی تنها کاری است که از آن‌ها برمی‌آید.

## + بررسی انیمیشن‌های

سینمایی ایرانی سال ۱۴۰۲

## مسیر روشن

## انیمیشن در ایران

ساخت انیمیشن از طرفی وظیفه‌ی هنرمندان برای آموزش فرهنگ اصیل ایرانی به نسل‌های بعد است و از طرفی کودکان را نمی‌شود با مسابقات و تاک‌شوهای بی‌کیفیت و کپی‌شده سرگرم کرد. علاوه بر این ارجاع دادن کودکان به کارهای خارجی، باتوجه به تهاجم فرهنگی این روزها چندان صحیح نیست.



اراشم نامینی مقدم

سال ۱۴۰۲ برای طرفداران انیمیشن در ایران سال هیجان‌انگیزی بود. مسافری از گانورا این روزها خیلی‌ها را به همراه کودکانشان به سینما می‌کشد. پسر دلفینی با ماجرای جذاب و روایت منحصر به فردش از دنیای زیر آب، فروش قابل توجهی را در ایران و حتی خارج از کشور رقم زد. در نهایت بچه زرنگ با دیالوگ‌های طنزآمیز و ریتم هیجان‌انگیز و جذابش حتی در مقایسه با فیلم‌های گیشه هم عالی عمل کرد. این پویانمایی با سطح کیفی خودش جشنواره فیلم فجر را هم متحول کرد.

هرچند در مورد دوبله، انتظارات بیشتری از این انیمیشن‌ها بود اما به صورت کلی این انیمیشن‌ها با کیفیت خودشان کار را برای کسانی که بخواهند در آینده برای کودکان ایرانی کار تولید کنند، سخت کردند. بعد از این انتظارات مخاطب خیلی بالاتر خواهد رفت و سازندگان باید با دقت بیشتری به تولید انیمیشن بپردازند.

اما باید توجه داشت که کیفیت ساخت و استفاده از جلوه‌های ویژه بصری با وجود اهمیت بالا، تنها یکی از عوامل مورد توجه مخاطب است. عامل اصلی موفقیت یک انیمیشن و حتی فیلم و سریال، سیر روایی و خط داستانی آن است. این روزها صنعت مانگا و انیمه‌های ژاپنی به خوبی این موضوع را در دنیا ثابت کرده است. اتاق‌های فکر و استفاده از تیم‌های نویسندگی قوی و اهمیت دادن به این بخش از کار، درآمدزایی را از این صنعت به صورت چشم‌گیری بالا برده است.

تولیدکنندگان ایرانی نیز پیش از این با ساخت پویانمایی‌هایی نظیر شکرستان و پهلوانان نشان داده‌اند که یک اثر، حتی با کار گرافیکی ساده هم می‌تواند به موفقیت برسد؛ مشروط به این که به ذائقه‌ی مخاطب احترام گذاشته و در تک‌تک دیالوگ‌ها و صحنه‌ها دقت نظر داشته باشد. این مهم نیز حاصل نمی‌شود مگر با استفاده از تیم نویسندگی کارکشته و مجرب.

استفاده از متخصصان در نویسندگی کودک و نوجوان علت موفقیت تمام آثار رده اول دنیا است. اگرچه استفاده از زبان طنز و شوخی می‌تواند کمک زیادی به آثار ویژه نوجوان و کودک داشته باشد، اما این شوخی‌ها باید متناسب با سن مخاطب طراحی شوند وگرنه به جای بالابردن کیفیت، به اثر ضربه خواهند زد.

در سه انیمیشن ایرانی امسال سطح استفاده از زبان طنزآمیز قابل قبول است. برای مثال دیالوگ‌های ببر مازندران به همراه اتفاقاتی که برای او می‌افتد مخاطب را به خنده وادار می‌کند و پیام خود را در رابطه با انقراض این گونه‌ی جانوری به مخاطب منتقل می‌کند اما باید پذیرفت که برای رسیدن به سطح جهانی و فروش بین‌المللی باید شوخی و طنز از دیالوگ به جلوه‌های بصری منتقل شود. علی‌الخصوص شوخی‌های دارای پیام.

برای مثال شوخی‌های انیمیشن عصر یخبندان با سنجابش، هم پیام لازم مثل تغییر مکان قاره‌ها را به مخاطب منتقل می‌کند و هم کودک را مجذوب خودش می‌کند. این پیام بدون یک کلمه دیالوگ به صورت کامل به مخاطب القا می‌شود و در فرایند دوبله و ترجمه آسیب نمی‌بیند. در هر حال با توجه به آثار پیش رو، مسیر انیمیشن‌سازی در ایران آغاز شده و باید در سال‌های آینده منتظر اتفاقات جالب‌تری باشیم. آثاری که با استفاده از تکنیک‌های انتقال مفهوم بدون بیان آن در دیالوگ، در سطح جهانی حرفی برای گفتن داشته باشند.