

انیمیشن‌های جدید خیلی‌ها را چند ساعتی پای تلویزیون می‌نشانند

خاطر‌ه‌بازی‌های دیروز، خاطر‌ه‌سازی‌های امروز



تارا ذکانی

خاطر‌ه‌بازی ماجرای این روزهای نسل سوم است. بچه‌های نسل سوم به بعد دنبال خاطر‌ها هستند؛ کارتون‌های دوره کودکی، آهنگ‌ها و کاست قصه‌های بچگی، بازی و اسباب‌بازی‌های آن دوره. این خاطر‌ه‌بازی با کمی تفاوت به امروز هم سرایت کرده. سال‌هاست انیمیشن‌های مختلفی ساخته می‌شوند که نه فقط بچه‌ها بلکه بزرگ‌ترا را هم به سالن‌های سینماهای دنیا می‌کشانند. البته در ایران سالن‌های سینما و فیلم‌های مخصوص کودکان کمتر مخاطب کودک و نوجوان دارند، چه رسد به مخاطب بزرگسال. اینجا کارتون‌ها وارد می‌شوند، دوبله می‌شوند و بعد در دسترس همه علاقه‌مندان قرار می‌گیرند. پدیده این هفته می‌رود به سراغ خاطر‌ه‌سازی‌های جدید؛ کارتون‌هایی که یک‌دفعه بین کوچک‌تراها و بزرگ‌تراها باب شدند، آنها را پای تلویزیون میخکوب کردندو محبوبیت‌های بی‌نظیری به دست آوردند.

■ **گوش‌مروارید و آقای گرگ**

پیام‌های اخلاقی کاملاً ساده ویژگی کارتون‌های دوره کودکی ماست. اگر گوش‌مروارید می‌دیدیم آقا گرگ نماد بدی‌ها بود و خرگوش کوچولو نماد خوبی‌ها. درس‌های اخلاقی بیشتر به صورت جدی و بدون چاشنی طنز به خورد ما داده می‌شد. همه چیز قطعی بود. سیاهی بد بود و سفیدی خوب. اما دوره جدید، دوره تغییر در فرم کارتون‌سازی است، هر چند محتواهای اخلاقی همچنان دست‌نخورده باقی مانده‌اند. نمادها تغییر شکل پیدا می‌کنند. اگر در قصه‌های قدیمی و به دنبال آن کارتون‌هایی که بر این اساس ساخته می‌شدند، غول‌ها همیشه باعث وحشت بچه‌ها و نماد بدی بودند سینماگران امروزی شخصیتی به نام شرک را خلق کردند که نه‌تنها باعث وحشت بچه‌ها نمی‌شود بلکه همه،از کوچک و بزرگ، او را دوست دارند. مفاهیم مطلق در حال تغییر شکل هستند. وقتی اشت که به جای ظاهرینی کمی هم به عمق و باطن پرداخته شود.

■ **ادویه‌ای به نام طنز**

طنز یعنی خلاقیت. یعنی بیان مفاهیمی که شاید اگر در قالب جدیت بیان می‌شدند ذهن از پذیرش آنها سر باز می‌زد. اما طنزهای هوشمندانه‌ای که در کارتون‌ها به کار گرفته می‌شوند، انعطاف‌پذیرند. مفاهیم بعضاً عامیانه اخراقی در قالب طنزهای ظریف طوری ساخته و پرداخته می‌شوند که بیننده‌ها با فراغت خاطر و بدون احساس معذب بودن به تماشای کارتون‌هایی‌نشینند.شخصیت‌های کارتونی به صورت ناگهانی دچار تحول نمی‌شوند، بلکه این فرآیند به صورت تدریجی و طی برخورد با عواملی که هر کدام در داستان در جای درست خودشان قرار گرفته‌اند، تغییر می‌کنند.

■ **تغییر روند داستان‌های قدیمی**

شنل قرمزی داستان آشنای سال‌های سال نسل‌های مختلف است. داستانی مثل سوپرمن اسطوره مورد علاقه خیلی از آدم‌هاست. اما مگر چقدر می‌شود این داستان‌های قدیمی را شنید و خسته نشد؟ سازندگان کارتون‌ها و انیمیشن‌ها خیلی از سوز‌هایشان را از بین داستان‌های قدیمی انتخاب می‌کنند. ساختارشکنی آنها به شکل تغییر روند داستانی و تغییر شخصیت‌هاست. در انیمیشن داستانی شنل‌قرمزی (اغفال‌شدگان)، مادر بزرگ که در داستان اصلی نقشی فرعی داشت، ناگهان

مهم می‌گویی؟

انیمیشن‌هایی که ما را سر جایمان میخکوب می‌کنند

دلزده از دنیای واقعی

انیمیشن خیلی دوست دارم، چون از دنیای واقعی جدایم می‌کند. چون هیچ چیزش واقعی نیست. جدیت حال به هزن دنیای واقعی را ندارد. همین فانتزی بودنش خوب است و من را جذب می‌کند. قیافه آدم‌هايش را که واقعاً نیستند دوست دارم. اینکه پر از رنگ است... همه چیزش من را جذب می‌کند. چون آدم‌های توی انیمیشن شبیه آدم‌های واقعی نیستند برای من جالبند. انیمیشن‌های مورد علاقه‌ام خیلی زیادند. مثلاً «شرک» یا «گره‌سگ» را خیلی دوست دارم. کام‌پیگنر انیمیشن‌هاست.م برای من الهامی که توی زندگی‌های واقعی هرروزمان کلی مشکل برای خودمان داریم و با چیزهای ناخوشایند زیادی روبه‌رو هستیم، هر چیزی که ما را از این فضای واقعی و جدی و پر از مشکل دور کند باید جالب باشند. و چه چیزی بهتر از انیمیشن که ما را صاف می‌برد توی دنیای خوب و پر از خاطره کودکی. من وقتی انیمیشن می‌بینم واقعاً محوش می‌شوم و به چیز دیگری فکر نمی‌کنم.

اصلاً نمی‌توانم به چیز دیگری فکر کنم چون غرق می‌شوم تویش. نه اینکه ارادی باشد. نه، واقعاً دست خودم نیست. همه چیزش را انگار خودم حس می‌کنم. وقتی شیطنت یک بچه را می‌بینم و تلاشش برای پنهان کردن خرابکاری‌هایش از چشم پدر و مادرش، همه روزهای کودکی خودم می‌آید جلوی چشمم. نمی‌گویم که اصلاً فیلم نمی‌بینم و فقط انیمیشن می‌بینم، چرا فیلم هم می‌بینم اما جذابیتی

دارای نقشی اصلی می‌شود. اگر تصور ذهنی ما تا قبل از دیدن این کارتون از مادر بزرگ‌های قصه‌ها موجوداتی کسل، منفعل و آرام بود، در این انیمیشن تصور ذهنی ما کاملاً دچار نوسان می‌شود. مادر بزرگ

این قصه پا به پای جوان‌ها تفریح می‌کند، کارهای مهیج انجام می‌دهد و شیطنت می‌کند. ذهن‌ها تشنه داستان‌هایی هستند که هم رنگ و بوی آشنای گذشته‌ها را داشته باشند و هم چاشنی‌های جدید و امروزی.

■ **دوبله‌هایی با عطر ایرانی**

خیلی وقت‌ها صحبت از بومی‌سازی می‌شود. دوبله‌های فارسی کارتون‌ها بدون شک یکی از عوامل تأثیرگذار بسر روی میزان محبوبیت کارتون‌ها بین ایرانیان به خصوص بین بزرگسالان است. نسلی که با فیلم‌های فارسی بزرگ شده و لحن‌های لوطی‌وار برایش آشناست، ناگهان با دوبله‌هایی اینچینی روبرو می‌شود. شخصیت‌های پهلوان‌مسلك کارتون‌ها با صلاهایی گیرا و تکیه‌کلام‌هایی پهلوانی دوبله می‌شوند. نمونه‌اش در کارتون عصر یخبندان کاملاً پیداست. مندی، ماموت این قصه، موجودی است که در ابتدا خیلی خشک و جدی به نظر می‌آید اما کم‌کم در طول داستان نشان می‌دهد که آنقدرها هم که به نظر می‌رسد خشن نیست و خیلی هم به اصطلاح بابرام است. درست مثل شرک. دوبله این شخصیت‌ها به فارسی بسیار هوشمندانه انجام شده است. استفاده از اصطلاحات رایج بین ایرانیان و شعرهای معروف فارسی به جای شعرهای انگلیسی کارتون‌ها به میزان هضم مخاطب از داستان و علاقه‌مندی به شخصیت‌ها می‌افزاید.

■ **شخصیت‌هایی متضاد**

معمولاً برای بارز کردن یک ویژگی می‌توان از تقابل آن خصیصه با خصیصه متضادش استفاده کرد. معمولاً شخصیت‌هایی که از افتادگی و منات خاصی برخوردار هستند روبه‌روی شخصیت‌های متضادشان قرار می‌گیرند. در داستان‌هایی مثل عصر یخبندان و شرک وجود شخصیت‌هایی مثل سید و الاغ در مقابل مندی و شرک لازم است. خصایصی مثل سکوت، آرامش و منات متضادها با عاقل بودن و تصمیم‌گیری صحیح می‌شوند.در مقابل شلوغ‌کاری، وراجی و ناآرامی مترادف با حماقت. اما نه حماقتی که افراد را فراری بدهد بلکه افراد شخصیت‌های این گونه را با نوعی دلسوزی دوست می‌دارند. ویژگی‌های شخصیت‌های متین داستانی با قرار گرفتن در برابر شخصیت‌هایی متضاد پررنگ‌تر می‌شوند و به صورت ضمنی روش درست رفتار کردن را به بچه‌ها و حتی بزرگ‌تراها می‌آموزند.

■ **مفاهیم بزرگانه در دنیای کودکان**

یک غول سبز زشت که عاشقش یک شاهزاده می‌شود و در راه رسیدن به عشقش تلاش می‌کند. مضمون شرک یک این بود؛ داستانی جدید با بهره‌گیری از ساختارهای داستان‌های قدیمی. اما رفته رفته، شرک تغییر شکل پیدا کرد. درست مثل آنچه از عشق در دنیای واقعی می‌گویند عشق تند او تبدیل شد به محبتی نسبت به خانواده و سپس خستگی‌اش از روزمرگی زندگی.

در آخرین سری کارتون شرک این تغییر شکل به یکی از اساسی‌ترین معضلاتی که به خصوص در جوامع غربی باب شده است، پرداخت: یکناختی زندگی پس از ازدواج و ندانستن قدر دستاوردهای زندگی مشترک. در این داستان مخاطب با مردی خانواده‌دار روبه‌رو می‌شود که دلش برای روزهای آزادی خودش تنگ شده است و می‌خواهد دوباره یک غول باشد. او از نجات دادن همسرش پشیمان



است. در این داستان شخصیت منفی، کسی است که شرک را از تمام چیزهایی که دارد دور می‌کند تا یک روز از روزهای مجردی‌اش را برگرداند. در نهایت کار به جایی می‌رسد که شرک دوباره برای به دست آوردن زندگی‌اش تلاش می‌کند و حتی تا مرز نابودی و فدا کردن خودش نیز پیش می‌رود. بازگشت او به زندگی متاهلی‌اش، آن هم با علاقه‌ای بیش از پیش، نماد تشویق به بازگشت زوجها به دانستن ارزش دستاوردهای زندگی‌شان و گذشت و فداکاری است؛ مفهومی که بیشتر از بچه‌ها بزرگسالان با آن ارتباط می‌گیرند.

■ **بچه‌های امروز**

احتمالاً شما هم متوجه تفاوت‌های بچه‌های امروزی را یکی دو نسل قبل شده‌اید. آنها به طرز حیرت‌آوری باهوش و تیز هستند. مسائل مربوط به بزرگسالان را کاملاً درک می‌کنند و تا حدودی که بتوانند ارزیابی، نمی‌توان به قطعیت گفت که ساخت کارتون‌هایی با مضمون اتفاقات دنیای بزرگ‌تراها باعث این امر شده یا آمادگی ذهنی بچه‌ها برای پذیرش مفاهیم بزرگسالان باعث ساخت این کارتون‌ها. اما هر چه که هست، بچه‌ها با مفاهیم ارائه‌شده در این مجموعه‌ها به خوبی ارتباط برقرار می‌کنند. کارتون‌ها دوجانبه هستند. مفاهیم کلّی برای بچه‌ها کاملاً قابل درک هستند و نکات ظریف و جانبی مورد علاقه



بزرگ‌تراها، بی‌حساب نیست که بعضی‌ها بچه‌های امروزی را سر بزرگ می‌دانند.

■ **رهایی از کسالت**

مسئلاً پرداختن به اوقات فراغت و برنامه‌ریزی برای آن، یکی از ضروریات برای همه نسل‌هاست. بزرگ‌تراها دوست دارند وقتی خسته از سر کار به خانه برمی‌گردند آرامش داشته باشند و حتی بختند. انیمیشن‌های جدید کاملاً این امکان را به آنها می‌دهد. کارتون به خودی خود نمادی از دنیای پاک، شیرین و معصوم کودکی است و از این جهت می‌تواند بزرگسالان را به خود علاقه‌مند کند. از طرف دیگر مفاهیم گنجانده‌شده بسیار متنوع و مفرح هستند و حتی برای ساعتی هم که شده می‌توانند ذهن درگیر آدم‌بزرگ‌ها را معطوف به خود کنند و خستگی‌شان را از بین ببرند.

■ **اسطوره وال-ای**

وال-ای بدون شک یکی از بهترین‌هاست؛ انیمیشنی که می‌تواند برای سالیان سال در ذهن‌ها باقی بماند. موجودی که در مفاهیم ذهنی ما مترادف با بی‌احساسی است، یعنی یک روبات با تلاش بی‌نظیری مفاهیم عمیق انسانی را زنده می‌کند. زندگی یکناختش با ورود ایوا، روایت مونث، عوض می‌شود. این داستان از کلمات استفاده بسیار اندکی برده است. در عوض رفتارها و نمادها بهترین عناصر انتقال‌دهنده پیام‌ها هستند. زمینی

رسماً عاشق شخصیت‌هایش می‌شدم. دعا می‌کردم مثلاً تیم امید برنده باشد. دوباره دیدن فیلم‌های دوران کودکی هم همین حس را بهم می‌دهد. مثلاً فیلم «خواهران غریب» را که می‌بینم، یاد روزهای ۹ سالگی‌ام می‌افتم و همین طوری اشک می‌ریزم! خیلی توی خط کارتون دیدن نبودام و نیستم و این هم دلیل خاصی ندارد. گاهی نسبت به بعضی چیزها یک یادگار الکی دارم و یکی از این چیزها هم منم. البته گاردی که در مقابل انیمیشن دیدن دارم، دلایلش این است که فکر می‌کنم حوصله دیدنش را ندارم. یاد نمی‌آید هیچ‌وقت شده باشد که تنهایی نشسته باشم و کارتون دیده باشم. هروقت که دیدهام همراه خواهرم بوده و به اصرار او، البته همان موقع‌ها هم خیلی خوشم آمده اما این باعث نشده که ترجیح بدهم به جای فیلم، انیمیشن نگاه کنم. فکر می‌کنم انیمیشن‌های امروز خیلی جذاب تر از انیمیشن‌های گذشته‌اند.

مشخص است که کار کارشناسی دقیقی پیش از تولید هر کدام از این انیمیشن‌ها انجام شده. انیماتورها دقیقاً می‌دانند که یک کودک چه چیزی را دوست دارد و از نظر روانشناسی دوست دارد صحنه یک انیمیشن چطور ساخته شود و چپن‌اش چطور باشد. کار روانشناسی عمیقی که برای کارتون‌ها انجام می‌شود، باعث می‌شود تأثیرگذاری‌شان خیلی عمیق باشد. مثلاً وقایعی که من انیمیشن می‌بینم، تا مدت‌ها شخصیت‌هایش توی ذهنم می‌ماند و با دیدن عروسک‌های این شخصیت‌ها در مغازها، دلم برای آنها تنگ می‌شود. حس می‌کنم انگار قرار است همیشه زنده و در حال حرکت باشند، نه ثابت و بی‌تحرک، در ویرنرین مغازه‌ها.

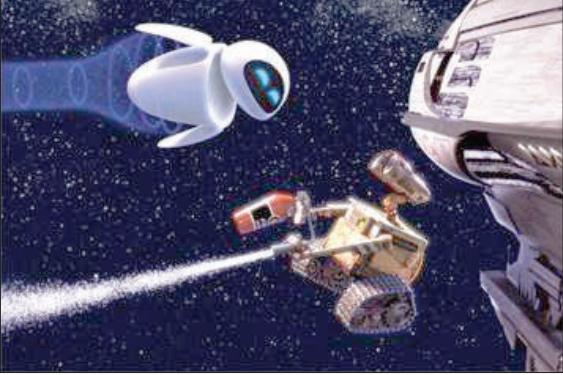
مخاطبان بزرگسال انیمیشن‌ها زیاد شده‌اند

آمان‌الله فرانی مقدم

تجربه‌های دوران کودکی از تماشای انیمیشن‌ها و خاطراتی که از روزهای کارتون دیدن در ذهن بزرگسال‌ها مانده است، دلیل اصلی علاقه آنها به تماشای انیمیشن در روزهای بزرگسالی است. علاقه‌مندی به تماشای انیمیشن در دوران بزرگسالی در روانشناسی اجتماعی دنیا، نوعی از «بازگشت به دوران کودکی» است. بخش بزرگی از برنامه‌های تلویزیونی وارداتی را در زمان‌های قدیم‌تر، انیمیشن‌ها تشکیل می‌داد بنابراین تماشای کارتون و برنامه‌های تلویزیونی از این دست، وقت اکثر کودکان را پر می‌کرد. به این ترتیب می‌شود گفت خاطرات پرتنگی از روزهای کارتون دیدن در ذهن بزرگسالان امروز باقی مانده است که با دیدن انیمیشن‌های امروزی که با کارتون‌های قدیم بسیار متفاوتند، دوباره در ذهن‌ها زنده می‌شوند. این افراد می‌خواهند با دیدن انیمیشن‌ها خودشان را به رویا و خیال بسپارند و با یادآوری خاطرات آن روزها، ذهن خود را ارضا کنند. گاهی دیدن انیمیشن برای بزرگسالان، به یاد آوردن آرزوها و امیالی است که در دوران کودکی داشته‌اند و نتوانسته‌اند به آنها برسند. با تماشای این کارتون‌ها و پرت شدن به روزهای کودکی این آرزوها به همان شکل گذشته خودشان زنده می‌شوند. مثلاً اگر فیلم کلاه‌قرمزی را به یاد بیاورید، این فیلم ویژه کودکان ساخته شده بود و مخاطب اصلی‌اش بچه‌ها بودند. اما دیدیم که چه تعداد زیادی از بزرگسالان هم مخاطب این فیلم قرار گرفتند و از تماشایش لذت بردند.

اصولاً انسان همیشه علاقه دارد که دوران کودکی خودش را به یاد بیاورد و در روزهای بی‌خبری و بی‌خیالی نسبت به مشکلاتی که بزرگ‌تراها با آنها دست به گریبان بوده و هستند، سیر کند. چیزی که گاهی در قالب کلمه «نوستالژی» متجلی می‌شود همان میل به بازگشت به روزهای گذشته و حسرت از دست دادن آن روزهاست. گاهی این بازگشت از طریق ترانه‌ها و اشعار و حکایاتی است که یاد آن روزها را به ذهن ما می‌آورند و گاهی هم به وسیله برنامه‌های تلویزیونی مثل کارتون‌ها. یادآوری روزهای شیرین کودکی به واسطه این است که در آن روزها خبری از مسسولیت‌ها و دغدغه‌ها و وظایفی که امروز یک بزرگسال با خود دارد، نبود. با دیدن یا شنیدن یا حس کردن هر چیزی که یاد روزهای بی‌دغدگگی را در ذهن فرد زنده کند، نوعی حس آرامش و بی‌خیالی به فرد دست می‌دهد. بنابراین به نظر من دلیل روی آوردن افراد بزرگسال به تماشای انیمیشن‌ها این است که از واقعیتی که در زندگی امروزشان درگیر آن هستند، دقایقی فراغت پیدا کنند و گریزی بزنند به رویاها و خیالاتی که در انیمیشن‌ها به تصویر کشیده می‌شود و بتوانند خودشان را در قالب آن انیمیشن‌ها تصور کنند.

می‌شود دلیل دیگری هم برای این قضایه برشمرد و آن مطلوب نبودن برنامه‌های ویژه بزرگسالان است. جذاب نبودن برنامه‌های بزرگسالان می‌تواند عاملی باشد برای سوق دادن آنها به تماشای برنامه‌های ویژه کودک. طرافتی که در ساخت برنامه‌های کودکان به کار بسته می‌شود معمولاً بیشتر از ظرافت ساخت برنامه‌های بزرگسالان است. گاهی موضوعات سریال‌ها و برنامه‌های مخصوص بزرگسالان هم موضوعات تکراری و غیرجالبی است و فرد دنبال محتوای متنوع و گوناگون است و به همین خاطر این برنامه‌ها او را ارضا نمی‌کنند. او هم دنبال برنامه‌های ویژه کودکان می‌رود که هم محتوای متنوعی دارند و هم رنگ و بوی شاد و پرنشاطی دارند و در فرد روحیه شادی و نشاط را ایجاد می‌کنند. چنین برنامه‌هایی غم و غصه را از فرد می‌گیرد، آنها را از مشکلات روزمره‌شان دور می‌کند و به رویاهای دوردست دوران کودکی می‌برد. نباید فراموش کرد که این انیمیشن‌ها همراه خودشان پیام‌هایی دارند و به منظور خاصی تهیه شده‌اند. یک فلسفه تربیتی و هم یکسری پیام‌های سیاسی اجتماعی در این برنامه‌ها نهفته است. دیدگاه اقتصادی و فرهنگی نهفته در این برنامه‌ها را هم نباید ندیده گرفت و نباید از همه‌های فرهنگ‌ها هم غافل شد. مارشال ماکلوهان که یک دانشمند در حوزه علوم ارتباطات بود، می‌گفت برای اینکه شدت تأثیرگذاری پیام را بالا ببریم باید تعداد وسایل ارسال پیام را زیاد کنیم و سعی کنیم هر روز در زمینه وسایل ارسال پیام به نوآوری‌هایی دست پیدا کنیم که پیام با سرعت و در وسعت بیشتری به دست مخاطب برسد. اما هارولد لاسول که عالم دیگری در زمینه جامعه‌شناسی



ارتباطات است، گفت باید جذابیت محتوا را بالا ببریم و پیام را زیبا کنیم تا اثر عمیق‌تری بر مخاطب داشته باشیم. در زمینه ساخت انیمیشن‌ها نظر لاسول بیشتر منعکس شده. این انیمیشن‌ها طوری ساخته می‌شوند که مخاطب با دیدن محتوا و رنگ و لعاب آنها، کاملاً جذب آنها بشود و به راحتی ازشان دل نکند. محتوا به صورت زیبا، متنوع و دل‌انگیز برای مخاطب آماده می‌شود و در عین حال حاوی پیام‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و دینی مورد نظر فرستنده نیز هست. پس سازندگان با تکیه بر همین تئوری لاسول مرتب محتوا را تازه و دل‌انگیز می‌کنند تا مخاطب را از دست ندهند و مخاطبان جدیدی هم پیدا کنند. به همین خاطر است که می‌بینیم انیمیشن‌های دیروز با انیمیشن‌های امروز، زمین تا آسمان متفاوتند و اساساً قابل مقایسه نیستند.

هرچند انیمیشن‌های امروز، هم مخاطب کودک دارند و هم بزرگسال اما نباید فراموش کرد که میزان تأثیرپذیری این دو دسته مخاطب از پیام‌هایی که با دیدن انیمیشن‌ها در معرض آنها قرار می‌گیرند، به یک اندازه نیست. مخاطب بزرگسال ساختارهای ذهنی تقریباً شکل‌یافته‌ای دارد و مخاطب منفعل این برنامه‌ها نیست. هرچند تا حدی هم می‌تواند تحت تأثیر پیام قرار بگیرد و نوعی از تمایل به فرهنگ کشور سازنده و بریدن از آداب و رسوم و فرهنگ جامعه را به صورت ناخوaste پذیرا باشد. اما شکي نیست که این تأثیر در نسل کودک و نوجوان عمیق‌تر است. همین تأثیر عمیق‌تر می‌تواند موجب این شود که بزرگسال در مقابل کودک، منفعلانه‌تر جلوه کند و مقداری از رفتارهای ناچالاب و عجیب نسل جدید برای نسل قدیم، عاقلانه جلوه کند. مثلاً مهاجرت جوان به غرب برای والدین امروز، خیلی جافتاده‌تر است تا والدین دیروزی. یعنی فرد بزرگسال امروز برای پذیرش تغییر نسل بعد از خودش آماده‌تر است و زمینه مساعدتری دارد و سختگیری پدر و مادرهای دیروز را از خودش بروز نمی‌دهد.

