

پنجشنبه ۸ بهمن ۱۳۹۴ • سال سیزدهم • شماره ۲۵۰۷ • ۹

شرق روزنامه رسانه

امید به کشاورزی فرازمینی با کاشت اولین گل در فضا	صفحه ۱۰
آیا منظومه شمسی ما دوباره ۹ عضو می‌شود؟	صفحه ۱۱
خبرنگاران عقب‌نشینی نخواهند کرد	صفحه ۱۲

نگاه بیرون

سانسور در عصر رسانه‌های اجتماعی

نزدیک به نیم‌میلیون نفر قبل از اینکه دن ایلپک ویدئوی خود را روی فیس‌بوک بارگذاری کن آن را دیده بودند. ایلپک یک طنزپرداز استرالیایی است که ویدئوی طنز خود را درباره عمل زیبایی اندام جنسی خانم‌ها ساخته بود و پرسیده بود که آیا این یک مَد جدید است یا نه. او فیلمی را که در این‌باره به طنز ساخته بود در سال ۲۰۱۱ روی شبکه یوتیوب به نمایش گذاشته بود و می‌خواست با پیش‌آمدن دوباره موضوع، آن را در فیس‌بوک نشان دهد. اما خیلی زود بعد از اینکه روی دکمه پُست‌کردن کلیک کرد پیامی از این وب‌سایت اجتماعی دریافت کرد که هشدار داده بود محتوای پُست او پاک شده و برای ۲۴ ساعت هم از واردشدن به وب‌سایت محروم شد. توضیح اضافی‌ای نیز داده نشده بود.

تجربه ایلپک تغییر طبیعت سانسور را روشن‌تر می‌کند. تا همین اواخر، انتخاب ایلپک برای انتشار مطالب یک تصمیم تحریریه‌ای بود؛ مثل همان کاری که یک سازمان خبری هرروز انجام می‌دهد و تنها با قوانین سرزمینی که رسانه در آن واقع است محدود می‌شود. اما امروزه این تصمیمات با قوانین فیس‌بوک نیز محدود می‌شود. خروجی‌های رسانه‌های اجتماعی بر اکوسیستم اطلاعاتی امروز تسلط دارند. بیش از ۶۰ درصد آمریکایی‌ها اخبار را از فیس‌بوک یا توییتر می‌گیرند و این رقم در حال افزایش است. وب‌سایت‌های خبری و خروجی‌های اجتماعی به‌طور روزافزونی یک رابطه همزیستی دارند و هرکدام برای بالابردن ترافیک و کسب‌وکار به دیگران نگاه می‌کنند. با رشد این رابطه، نهادهای نظارت محتوای رسانه‌های اجتماعی بیش از پیش روی آنچه رسانه‌ها منتشر می‌کنند تأثیر می‌گذارند.

این اتفاق، جابه‌جایی بنیادین قدرت را از دولت به شرکت‌های خصوصی نشان می‌دهد و راه‌هایی را که ما از آزادی بیان حمایت می‌کنیم، آن را محدود می‌کنیم یا درباره‌اش بحث می‌کنیم، زیر سؤال می‌برد. جیلیان یورک، مدیر دایره بین‌المللی آزادی بیان در بنیاد مرزهای الکترونیک، می‌گوید که ناشران خبر باید ارزیابی کنند که این جابه‌جایی برای آنها چه معنایی دارد: «قوانینی که تحت آنها مطالب منتشر می‌شوند دیگر قانون نیستند بلکه اصطلاحات مالکیتی وب‌سایت‌ها هستند».

باید گفت که همیشه ساده نیست که تعیین کرد چرا یک مطلب در رسانه‌های اجتماعی سانسور می‌شود. در مارس ۲۰۱۵ نیز دوبار عکس خصوصی اما پوشیده یکی از دانشجویان دانشگاه واترلو حذف شد. در ماه آوریل یک مطلب درباره قانونی شدن ماری‌جوانا در ایالت نیویورک از فیس‌بوک حذف شد. در ماه آگوست، فیس‌بوک لینکی را که به گزارش مرکز مطالعات مهاجرت مربوط بود و نشان می‌داد بسیاری از فرصت‌های شغلی به وسیله مهاجران اشغال شده، با یک تذکر که این مطلب شامل محتوایی است که دیگران آن را زیان‌بار تشخیص داده‌اند مسدود کرد. در همه این موارد فیس‌بوک گفته است که حذف مطالب اشتباه بوده و محتوای به اشتراک‌گذاشته‌شده را بازگردانده است.

برخی از دولت‌ها از مزیت قدرت تازه‌به‌دست‌آمده رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و این رسانه‌ها را تحت فشار می‌گذارند تا منافع امنیت ملی را بیشتر رعایت کنند. در آمریکا این کار به معنی درخواست از شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی برای کمک به مبارزه با داعش و دیگر شکل‌های بنیادگرایی است. در اوایل ژانویه امسال دسته‌ای از شرکت‌های دره سیلیکون شامل گوگل، فیس‌بوک و اپل با مقامات امنیت ملی در کاخ سفید ملاقات کردند تا روی روش‌های مبارزه با تروریسم آنلاین بحث کنند.

برای دولت عمل از طریق رسانه‌های اجتماعی می‌تواند راهی برای دوزدن روندهای قانونی باشد. ترور نسیم، مدیر بنیاد آزادی مطبوعات، می‌گوید: «اگر کنگره قانونی را تصویب کند که بتواند برخی از محتوایی را غیرقانونی اعلام کند که دولت آمریکا از شرکت‌های می‌خواهد آنها را حذف یا سانسور کند، ممکن است به دیوار مخالفت با قانون اساسی برخورد کند».

سازمان‌های خبری به‌طور روزافزونی محتوای خود را به‌طور مستقیم روی رسانه‌های اجتماعی منتشر می‌کنند و مطالب را طوری تهیه می‌کنند که مخصوص ارسال در رسانه‌های اجتماعی است. کری هایک، مدیر تولیدات نوظهور خبری در روزنامه واشنگتن‌پست، به‌خلاف افراد معمولی که احساس می‌کنند به‌صورتی غیرمنصفانه قدرت را در هر دو بخش حفاظت از زندگی خصوصی و آزادی بیان، به شرکت‌ها واگذار می‌کند. تیم نیز موافق است که رسانه‌ها باید با حالتی ته‌اجمی فعالیت‌های فیس‌بوک را گزارش کنند. برخلاف افراد معمولی که احساس می‌کنند به‌صورتی غیرمنصفانه سانسور می‌شوند و راهی برای فرجام‌خواهی ندارند، روزنامه‌نگاران و وب‌سایت‌های خبری قابلیت ارتباط با عموم را دارا هستند و با این وسیله می‌توانند به این بحث بازگردند که چه‌چیزی در عرصه عمومی از آزادی بیان حفاظت می‌کند و چه‌چیزی حفاظت نمی‌کند؛ همان که بنیان‌گذاران جامعه مدرن مدنظر داشته‌اند.

منبع: کلمبیا جورنالیسم ریویو

نکته

کانال تلگرامی رسانه‌ای یک‌سویه

از دست‌آوردهایی که اپلیکیشن تلگرام برای کاربران خود دایر کرده، امکان ایجاد کانال است. کانال را می‌توان به‌نوعی خبرنامه‌ای به حساب آورد که در مقایسه با گروه‌های تلگرامی- امکانی که تلگرام بابت ایجاد آن به‌سرعت مورد استقبال کاربران قرار گرفت- قابلیت مدیریت ساده‌تری دارد. برای استفاده از این قابلیت یا به عبارت دیگر ساخت کانال در تلگرام باید اپلیکیشن تلگرام برای کاربر به‌روز باشد. اخیرا افراد، شرکت‌ها و گروه‌های مختلفی در تلگرام اقدام به ساخت کانال کرده‌اند.

اما برخلاف بیشتر شبکه‌های اجتماعی که امکان تعامل در آنها یکی از ویژگی‌های تأثیرگذار و از دلایل اقبال عمومی به نه‌است، در کانال تلگرام امکان ارتباط متقابل برای کاربران و مدیر کانال وجود ندارد. واقعیت این است که کاربران می‌توانند عضو کانال تلگرامی شوند اما نمی‌توانند پیامی برای سایر افراد ارسال کنند. قابلیت فرستادن پیام تنها برای مدیر کانال امکان‌پذیر است و دلیل آن هم این است که تنها مدیر کانال دسترسی لازم برای فرستادن پیام برای تمامی اعضا را دارد. درواقع اعضای کانال‌های تلگرامی نه‌تنها نمی‌توانند برای یکدیگر پیامی بفرستند که نمی‌توانند پیامی برای مدیر نیز بفرستند. افزون بر این‌ها اعضای کانال نمی‌توانند اسامی اعضا ی دیگر را ببینند و مطلع باشند که جز آنها چه کسانی عضو



کانال‌ها هستند. تنها مدیر امکان دیدن اسامی تمامی افراد کانال را دارد. این البته هرچند فضایی به‌نسبت امن‌تر برای اعضای کانال ایجاد می‌کند اما یکی دیگر از مواردی است که موجب می‌شود این امکان یک‌طرفه به نظر برسد. یکی از مزایای نسبی‌ای که کانال در مقایسه با گروه تلگرامی از آن برخوردار است، امکان اضافه‌کردن مدیر به مدیران کانال است. این امکان در گروه‌های تلگرامی وجود ندارد. در گروه تلگرامی امکان حذف هیچ پیامی وجود ندارد اما در کانال تلگرامی مدیر می‌تواند اقدام به حذف پیامی کند که مورد پسندش نیست. یکی دیگر از قابلیت‌هایی که در کانال تلگرامی وجود دارد، امکان دیدن تعداد موارد خوانده‌شدن پیام‌هاست. این امکان برای تمامی اعضای کانال وجود دارد. خلاف آنچه در گروه‌های تلگرامی دیده می‌شود، اگر یکی از اعضا از کانال خارج شود یا به آن بپیوندد، پیام خروج او برای سایر اعضا فرستاده نمی‌شود.

در گروه‌ها برخی اوقات روایات‌هایی اضافه می‌شد که مطالب غیراخلاقی و شایعه و تبلیغات منتشر می‌کرد اما در کانال‌های تلگرامی امکان اضافه‌شدن روایات وجود ندارد.



عکس: رونف رستمی/شرق

همچنین بهترین فیلمنامه خانه سینما و بهترین صداسازی خانه سینما شد و در آن پروژه چین AYYAC هم جایزه برد.

اما چرا مجموعه‌ای که این‌همه در جشنواره و بعدها در میان مخاطبان پرشمار شبکه‌های اجتماعی مورد استقبال قرار گرفت، برای پخش ازطریق صبا مجوزهای لازم را به دست نیاورد؟ درختی در پاسخ به این پرسش می‌گوید: «این نشان می‌دهد سیاست‌گذاری‌ها و مدیریت در صداوسیم‌ا صبا غلط است. آنها لازم است اعتماد بیشتری به ما مؤلفان و تولیدکنندگان داخلی داشته باشند. زمانی‌که من مجموعه حیات‌وحش را ساختم، چون از هیچ جایی سفارش نگرفته بودیم و دست من باز بود، همگی ایده خودم بود. چند قسمتی که دیده شد، باخورد‌های خوبی داشت. باوجودی‌که هیچ نظارتی روی ساخت این مجموعه نشده بود، حیات وحش هیچ خط قرمزی را رد نکرده بود». به اعتقاد درختی، با ساخت این مجموعه ثابت شد که سازندگان آن هم دغدغه فرهنگ دارند و هم می‌شود در ایران کاری ساخت که با استانداردهای جهانی هم قابل‌قیاس باشد و البته اینکه بدون نظارت می‌شود تمام چارچوب‌ها را رعایت کرد؛ چون سازندگان اساسا با همین چارچوب‌ها زندگی کرده‌اند و این بخشی از هویت آنهاست. او معتقد است که سازمان صداوسیم‌ا به‌عنوان رسانه ملی لازم است اعتماد بیشتری به سازندگان داشته باشد و آدم‌های کاربلد را جذب کند و این نکته مهم را در نظر بگیرد که خیلی‌ها پافشاری زیادی ندارند و با کوچک‌ترین فشار و محدودیت فضا را ترک می‌کنند و درنهایت استعدادهایی که می‌توانند به مردم خدمت کنند، حذف می‌شوند. دراین‌میان و باوجود اقبال عمومی به مجموعه حیات وحش، این مجموعه هیچ آورد مالی برای کارگردان و تهیه‌کننده نداشته است.

باوجود اینکه مجموعه حیات وحش برای پخش به فیس‌بوک و بالطبع فیلترشکن نیاز داشت و این کار دبدن را برای مخاطبان دشوار می‌کرد، به شکل کم‌سابقه‌ای دیده شد. درختی می‌گوید پیش از آن مخاطبان و بیشتر فرش دانشگاه و جوان‌ترها بودند اما بعد از انتشار حیات‌وحش، با طیف گسترده‌ای از مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی مواجه شده است. درختی درباره نتایج این استقبال می‌گوید: «بعد از دیدن این استقبال بود که تهیه‌کننده به این فکر افتاد کاری برای شبکه اجتماعی به شکل روزانه بسازیم. نتیجه این شد که بعد از چند سال، در سال گذشته این کار را با مجموعه «دیرین دیرین»، آغاز کردیم».

روال معمول این‌گونه است که کارگردانان رابتدا از طریق رسانه ملی معروف می‌شوند. به این شکل که کار آنها پخش می‌شود و طرفدارانی پیدا می‌کنند و بعد در شبکه‌های اجتماعی مورد توجه قرار می‌گیرند. اما درباره درختی راه برعکس طی شده است؛ یعنی از شبکه اجتماعی و رسانه‌های جایگزین به تلویزیون و رسانه‌های جریان اصلی. ماجرای شروع ساخت «دیرین دیرین» به شکلی که درختی تعریف می‌کند، این‌گونه است: «از یک جایی متوجه شدیم شبکه‌های اجتماعی به مرور در حال گرفتن جای تلویزیون هستند و این رسانه‌ای جدید بود که به نظرم‌ان رسید خوب است از این شبکه استفاده کنیم. رابتدا پیشنهاد کار روزانه یک دقیقه‌ای از سوی تهیه‌کننده مطرح شد و من روی قابلیش فکر کردم. با تمام محدودیت‌ها، از ابتدا هدف این بود که از شبکه اجتماعی آغاز کنیم و به پخش در تلویزیون برسیم. اما بر حسب تجربه‌های قبلی، می‌دانستیم کارکردن با سازمان صداوسیم‌ا بسیار دشوار است. اما وقتی که مجموعه «دیرین دیرین» هم خوب دیده شد و توانست اثرگذار باشد، این امکان را یافتیم که با سازمان مذاکره کنیم و درنهایت در حال حاضر «دیرین دیرین» از تلویزیون پخش می‌شود». به نظر می‌رسید در این مرحله اقبال عمومی به مجموعه‌ای که استانداردهای جهانی انیمیشن در آن رعایت شده است، توانست بر نظر مدیران سازمان صداوسیم‌ا تأثیر بگذارد.

با وجودی که درختی معتقد است هیچ رسانه‌ای درحال‌حاضر تأثیر تلویزیون را ندارد، اما می‌گوید به‌مرور شبکه‌های اجتماعی جای تلویزیون را می‌گیرند. این است که از قابلیت این شبکه‌ها برای ارتباط بیشتر با مخاطبان بهره می‌گیرد: «به‌هرحال، ما با فیس‌بوک شناخته شدیم و بعد از اینکه تلگرام به‌عنوان شبکه‌ای که فیلتر نبود و دسترسی به آن ساده‌تر بود، در ایران فعال شد، روی این شبکه تمرکز کرده‌ایم و در روز بالای یک‌میلیون بازدیدکننده داریم».

زمینه مجموعه انیمیشین «دیرین دیرین» نقد اجتماعی است و به شکل طنز ساخته شده است. درختی درباره این مجموعه می‌گوید: «من خودم فرزند دارم و برای من مهم است بچه‌های ایرانی انیمیشن خوب ببینند، اما درباره این مجموعه -چون می‌دانم بخشی از مخاطبان آن کودکان هستند- و با وجودی که تلاش زیادی کرده‌ام برای بچه‌ها بدآموزی نداشته باشد، اما بازهم نمی‌توانم ادعاکنم «دیرین دیرین» مناسب کودکان است».

گفت‌وگو با علی درختی، کارگردان انیمیشن‌هایی که در خارج از تلویزیون دیده شدند

دیرین دیرین؛ غلبه رسانه جایگزین بر رسانه‌های اصلی



در آن برای مخاطب معنادار باشد؛ اما در عمل، یک‌باره قسمت دوازدهم که انقراض حیوانات بود، منتشر شد و در این میانه بسیاری از قسمت‌ها سوخت. به‌هرحال، اینکه مجموعه حیات وحش در فضای مجازی آپلود شد، چیزی نبود که ما انتظار آن را داشته باشیم. وقتی دیدم که مجموعه، در حال انتشار با عنوان یک کار خارجی است، ناچار در توضیحی نام عوامل را اضافه کردم تا مخاطبان بدانند این کار یک کار ایرانی است».

این یک سوی ماجرا بود و سوی دیگر اتفاق‌هایی بود که رخ می‌داد، اگر مجموعه حیات وحش روی فیس‌بوک پخش نمی‌شد. درختی می‌گوید: «اگر شبکه اجتماعی نبود و مجموعه ازطریق فیس‌بوک دیده نشده بود، پیگیر پخش تلویزیونی می‌شدیم و درنهایت تهیه‌کننده به دنبال پخش می‌رفت؛ اما به نظر می‌رسد چون این اتفاق افتاد و مجموعه در شبکه اجتماعی در چند قسمت دیده شد، تهیه‌کننده چندان پیگیر پخش تلویزیونی مجموعه نشد». با وجودی که درعمل، فیس‌بوک موجب شد مجموعه کارهای علی درختی دیده شود و مورد استقبال قرار بگیرد، خود او معتقد است این شکل از انتشار موجب شد امکان رسیدن به اهداف تعریف‌شده وجود نداشته باشد و البته افق‌های تازه‌ای به وجود بیاید: «به‌هرحال، در مجموعه حیات وحش به اهدافی که از قبل متصور بودیم، نرسیدیم. بیش از این، تصور عمومی این بود که ایرانی‌ها می‌توانند کار خوب بسازند؛ اما اینکه ایرانی‌ها در ایران هم می‌توانند کار خوب بسازند، چندان مورد قبول نبود. با ساخت این مجموعه می‌خواستیم به تهیه‌کنندگان بگوییم در ایران هم می‌شود کار خوب ساخت؛ اما به نظر می‌رسید چنین چیزی اساسا برای مرکز صبا چندان اهمیتی ندارد».

درختی معتقد است که انتشار مجموعه حیات وحش در فیس‌بوک تا اندازه‌ای موجب شد این مجموعه به شیوه درخوری به نمایش درنیاید البته معتقد است اگر این مجموعه ازطریق تلویزیون امکان پخش داشت، به مراتب می‌توانست اثرگذارتر باشد؛ کم‌اینکه پیش از هر اقدام دیگری، تعدادی از قسمت‌های مجموعه حیات وحش به تلویزیون ارائه شد. کارگردان درباره تجربه این ارائه می‌گوید گویی فقط به مرکز صبا راهش دادند و فردی که مسئول پذیرش مجموعه بود، از کارگردان و بالطبع مجموعه‌ای که ساخته چندان خوشش نیامده است. تهیه‌کننده در ابتدا قسمت‌هایی از حیات وحش را برای پخش به شبکه تلویزیونی صبا معرفی می‌کند، اما پذیرفته نمی‌شود. او درباره دلایل پذیرفته‌نشدن این اثر می‌گوید: «اصلا اجازه ندادند که طرح حیات وحش مطرح شود. استدلال آنها این بود که بچه‌ها این مجموعه را درک نمی‌کنند و زیادی کلامی است. به اعتقاد من، این ایرادها عجیب‌وغریب بود. همان روز کارشناسی که مسئول بررسی این کار بود، در پاسخ به اعتراض من که «این مجموعه انسان‌های اولیه تاریخی است»، گفتند اگر می‌خواهی مجموعه تاریخی بسازی، زندگی سعدی بساز».

او در پاسخ به اینکه مگر برای تصمیم‌گیری درباره کاری که برای پخش به صبا ارائه می‌شود لازم نیست شورایی تصمیم‌گیری کند، می‌گوید: «شورایی هم وجود دارد؛ اما برای رسیدن به آن شورا لازم است اثر مورد توجه یک نفر قرار بگیرد که درباره ما به قدری نگاه سلیقه‌ای داشت که تا زمان بازنشسته‌شدن او کارهای ما به شورا راه‌نیافتند». درختی البته فراموش نمی‌کند که بگوید البته در همین سازمان هم افراد باوجدانی وجود دارند که اجازه بدهند کارهای خوب پخش شود.

ادامه کار به شکل مستقل

همین اتفاق موجب می‌شد کارگردان و تهیه‌کننده مجبور شوند به شکل مستقل به کارشان ادامه بدهند و برای تأمین نیازهای اقتصادی، حامی مالی جذب کنند. بعدازاین و در سال‌های بعد، از زمانی‌که پویانمایی حیات وحش موفق نشد از تلویزیون پخش شود، در چندین جشنواره جایزه برد. این نشان می‌داد مجموعه، هم از نظر عام جذاب بوده و هم از نظر هنری استانداردهای بالایی داشته است. این انیمیشن در جشنواره پویانمایی تهران جایزه ایران و بخش بین‌الملل را برد و در بخش صدا بهترین اثر شد.



نگار حسینی: از میانه‌های دهه ۸۰ که برای نخستین‌بار یکی از مجموعه کارهای علی درختی با عنوان «قند عسل» از صداوسیم‌ا پخش شد، تا نیمه دهه ۹۰ چیزی از این کارگردان و تصویرساز از تلویزیون سازمان صداوسیم‌ا دیده نشد. هرچند مجموعه «قند عسل» مجموعه نسبتاً موفقی بوده، درختی با مجموعه پویانمایی «حیات وحش» در اوایل دهه ۹۰ در میان مخاطبان عام، به‌واقع شناخته شد. آشنایی مخاطبان انیمیشن با این کارگردان نه ازطریق تلویزیون، بلکه از شبکه فیس‌بوک رخ داد. این شیوه، شیوه‌ای نبود که مخاطبان به‌طورمعمول مجموعه‌های خوب را بشناسند. سال‌ها روال این بوده که مجموعه‌های موفق ازطریق صداوسیم‌ا نمایش داده می‌شوند و از این راه کارگردانان شناخته می‌شوند و بعدها در شبکه‌های اجتماعی به‌سرعت معروف می‌شوند؛ اما برای درختی راه برعکس طی شده است؛ این‌طورکه ابتدا کارهای او به طریقی که خودش هم نمی‌داند چگونگی، در شبکه‌های اجتماعی و حتی به اسم مجموعه خارجی پخش شده و اقبال مخاطبان آن‌قدر بوده که درنهایت سازمان صداوسیم‌ا را وادار کند بخواهند این مجموعه‌ها را از تلویزیون نمایش دهند. درحال‌حاضر، مجموعه «دیرین‌دیرین»، انیمیشنی یک دقیقه‌ای هر روز از صداوسیم‌ا پخش می‌شود.

مجموعه حیات وحش در اوج روز‌های فیس‌بوک، روی این شبکه اجتماعی قرار گرفت و به‌سرعت با استقبال مخاطبان روبه‌رو شد؛ گو اینکه این مجموعه نخستین کار کارگردان نبود، کارگردانی که تصور می‌شد خارجی است. «علی درختی» درباره کارهایی که پیش از مجموعه حیات وحش انجام داد و اتفاقاتی که در سال‌های بعد افتاد، می‌گوید: «سال ۸۴ و ۸۵، مجموعه‌ای به اسم «شهر زندگی» ساختم که به «قندعسل» معروف شد. بعد از آن، دوباره کارهایی در تعداد محدودتر برای شبکه صبا ساختم که در دامنه کمتری پخش و دیده شد».

به نظر می‌رسید مجموعه قندعسل خوب پیش می‌رود تا اینکه به گفته درختی مانند بسیاری کارهای دیگر که از ایزار کمدی در آنها استفاده می‌شود، به مذاق شهرداری خوش نیامد و درنهایت پخش آن نتوانست ادامه یابد. از همین جا بود که ساخت مجموعه حیات وحش آغاز شد. درختی می‌گوید: «ما کارگردان معمولاً مستقیماً با تلویزیون کار نمی‌کنیم، بلکه با تهیه‌کنندگان کار می‌کنیم. آقای ابوالحسنی، به‌عنوان تهیه‌کننده مجموعه‌هایی که من می‌سازم، پیشنهاد دادند مجموعه‌ای ارزان و با تعداد بالا بسازیم تا بعد درباره فضای پخش آن تصمیم بگیریم. درواقع تلاش کردیم کاری بسازیم که بشود به شکل بین‌المللی هم آن را نمایش داد».

درختی به ایده ساخت مجموعه‌ای اشاره می‌کند که دارای استانداردهای جهانی باشد و قابلیت پخش در خارج از ایران را داشته باشد. هنگامی‌که بخش‌هایی از مجموعه حیات وحش روی فیس‌بوک قرار گرفت، بسیاری تصور می‌کردند این انیمیشن خارجی است و در ایران دوبله شده است. درختی دراین‌باره می‌گوید: «اینکه مخاطبان تصور می‌کردند مجموعه حیات وحش خارجی است، برای خود من هم جالب بود. واقعیت این است که من از کلیشه‌های معمول پیروی نمی‌کردم. کاری که من در ساخت این مجموعه انجام دادم، تأکید بر قوی‌بودن مجموعه به‌لحاظ بصری بود. درواقع چون خودم تصویرسازی کرده‌ام و کارتونист بوده‌ام، بخش بصری کار برایم مهم بوده است. همین بود که به نظر می‌رسید کار خارجی است. ضمن اینکه از کلیشه‌های موجود به‌شدت فراری‌ام و اساسا آنها را ایرانی نمی‌دانم. به‌عقیده‌ام، این انیمیشن‌هایی که به اسم انیمیشن ایرانی ساخته می‌شوند، یا قجری‌اند یا فقط دو، سه سده ایران را نمایش می‌دهند؛ برای مثال پته‌جقه، به بعد از صفویه تعلق دارد. این است که این‌ها کاملاً ایرانی نیستند؛ یعنی می‌خواهم بگویم ایرانی‌بودن یا چند شکل و سمبل، تعریف و به آنها محدود نمی‌شود. اینکه تصور کنیم ایرانی‌بودن یعنی نمایش سرو و پته جقه و چند نماد، گمراه‌کننده است».

فیس‌بوک آغاز ماجرای شناخته‌شدن بود

به‌هرحال، ماجرای شناخته‌شدن مجموعه‌هایی که علی درختی آنها را کارگردانی می‌کرد، از فیس‌بوک آغاز شد. درختی درباره روال قرارگرفتن مجموعه حیات وحش روی این شبکه اجتماعی می‌گوید: «ما خودمان مجموعه حیات وحش را روی فیس‌بوک نگذاشتیم. ما آن مجموعه را در ۱۶ قسمت تولید کردیم و درنهایت بابت اینکه تهیه‌کننده نتوانست آن را بفروشد ناچار به توقف تولید آن شدیم؛ ولی عجیب است که در یک نمونه کارهای شرکت تهیه‌کننده، یکی دو قسمت کپی شده و در نمایشگاهی ارائه داده شده بود. ما اساساً نمی‌دانیم این مجموعه چگونه روی فیس‌بوک قرار گرفت، فقط حدس می‌زنیم ممکن است حیات وحش ازطریق این نمونه کار روی شبکه اجتماعی منتشر شده باشد. درواقع این شکل از نمایش برای ما مطلوب نبود؛ چون این مجموعه باید از قسمت نخست به‌ترتیب دیده می‌شد تا اینکه شوخی‌ها و طنز موجود