



مجموعه کلاه قرمزی، به لطف هنر و نوآوری خالقانش همواره یکی از محبوب‌ترین برنامه‌های تلویزیون بوده است. تا آنجا که هیچ‌گاه رنگ و بوی تکرار به خود نگرفت. اضافه کردن مهمان‌های معروف به برنامه، تولید آیت‌های نمایشی، موسیقی‌های جذاب و آموزش‌های ضمنی گنجانده شده در متن این مجموعه در عین سادگی و میزانشن‌های خطی و پهلوه‌پهلوه در هر دوره به موفقیت این مجموعه انجامید

کلاه قرمزی، هزاران ستایش و دوصد افسوس

من می‌شتم همکار مجری



در میان عروسک‌هایی که تا به حال در جعبه جادو حاضر شده‌اند، جناب خان و کلاه قرمزی شاخص‌ترین‌شان هستند. عروسک‌هایی که سال‌ها همراه مردم بودند و در برنامه‌های مختلف حضور داشتند. کلاه قرمزی خودش دو فیلم سینمایی داشت و چندسالی هم به عنوان ویژه‌نامه نوروزی تلویزیون روی آنتن رفت. جناب خان هم با خندوانه مجدد پایش به رسانه‌ها باز شد و جلوه جدیدی از نمایش عروسکی را به اجرا گذاشت. البته قدمت و جذابیت کلاه قرمزی و همراهانش بسیار بیشتر از جناب خان است به همین دلیل در این گزارش فصل‌تر به کلاه قرمزی و خالقانش پرداختیم.

نه تنها از منظر ارزشمند دانستن مقوله فرهنگ نخبگانی انجام می‌شود که حتی با ارجاع به فرهنگی بودن انقلاب، این پدیده را خطری برای آینده برمی‌شمرد.

انقلاب در گیشه سینما

کلاه قرمزی و پسرخاله در سه ماه آکران خود بیش از ۱۷۱ میلیون تومان فروخت. این درحالی بود که قیمت بلیت ۵۰ تا ۸۰ تومان بود. به عبارتی به قیمت‌های سال ۹۸ این فیلم فروشی بیش از ۴۰ میلیارد تومانی رقم زد. این فیلم توانست حدود

کلاه قرمزی ابتدا یک مورچه عروسکی بود که به دست مسعود صادقیان بروجنی سال ۱۳۶۰ ساخته شد و در برنامه «سقانک و شانه به سر دانا» به کارگردانی ایرج طهماسب مورد استفاده قرار گرفت. صادقیان سابقه ساخت عروسک‌های برنامه‌های هادی و هدی، مدرسه موش‌ها و السون و ولسون را نیز در کارنامه خود دارد.

اما چند سال بعد بود که کلاه قرمزی اتفاق بسیار بزرگی را رقم زد. زمانی که سال ۱۳۷۳ فیلم سینمایی کلاه قرمزی و پسرخاله راهی پرده سینما شد، پدیده‌ای رخ داد که تا پیش از آن سابقه نداشت. عروسکی پارچه‌ای با دماغی اغراق شده همراه پسرخاله‌اش آنچنان اقبالی به خود جذب کردند که حتی صدای اهالی فرهنگ و اندیشه را هم درآورد. نشریه گزارش در شماره ۴۸ خود در بهمن ۷۳ مقاله‌ای منتشر کرد با عنوان «کلاه قرمزی و ملوک الطوائفی فرهنگ» و آکران فیلم سینمایی کلاه قرمزی و پسرخاله را در برابر هفته کتاب و مهاجوریت اهالی فکر و اندیشه و قلم قرار داد. در بخشی از این مقاله آمده بود: «فاجعه این نیست که مردم ما کتاب نمی‌خوانند، فاجعه در این است که به تماشای فیلم کلاه قرمزی می‌روند. ساعت‌ها در صف می‌ایستند، یا بلیت ۲۰۰-۲۵۰ تومانی را از بازار سیاه می‌خرند تا بروند و ببینند چگونه کلاه قرمزی و پسرخاله‌اش می‌گویند «اکشال نداره»، «ها چی میگی»، «مگه چی شده». این نشریه در ادامه عکسی از صف خرید بلیت کلاه قرمزی در برابر سینماها آورده است و توضیح داده این صف در سرمایه ۷۰۰۰ درجه تشکیل شده و جلوتر می‌نویسد: «راستی چرا مردم ما کتاب نمی‌خوانند اما برای دیدن کلاه قرمزی سرودست می‌شکنند؟ چرا مردان و زنان ما (حتی تحصیلکرده‌هایمان) به بهانه ارضای تمایلات فرزندان خود به دیدن فیلم کلاه قرمزی می‌روند و سالن سینما را از قهقهه خود به لرزه درمی‌آورند؟» قصد مرور این مقاله را ندارم. اما جالب است بدانید این طور تاختن به اقبال مردمی به این دو عروسک و خالقان‌شان،

شش میلیون بیننده را به سالن‌های سینما ببرد. کارگردانی این فیلم به عهده ایرج طهماسب بود و نویسندگی آن را ایرج طهماسب، حمید جبلی و همایون اسعدیان انجام داده بودند. بازیگری ایرج طهماسب، فاطمه معتمدآریا، حمید جبلی، مرحوم مرتضی احمدی و مرحومه حمیده خیرآبادی را نباید از یاد برد.

پس از این موفقیت، کلاه قرمزی در چند برنامه تلویزیونی دیگر به همراه آقای مجری حضور پیدا کرد تا این‌که دوباره در سال ۸۱ به سالن‌های سینما بازگشت. این بار همراه دختری معصوم به نام سروناز. کلاه قرمزی و سروناز با کارگردانی ایرج طهماسب، تهیه‌کنندگی حمید و مجید مدرسی، نویسندگی ایرج طهماسب و حمید جبلی و بازیگری ایرج طهماسب، فاطمه معتمدآریا، رضا فیض‌نوروزی و رضا عطاران، ۸۳۵ میلیون تومان فروخت، ۱/۵ میلیون بیننده جذب کرد و پرفروش‌ترین فیلم سال شد.

بازگشت آقای مجری (!) و همکارش

چند سال بعد کلاه قرمزی دوباره به تلویزیون بازگشت. نوروز ۸۸، کلاه قرمزی و پسرخاله، همراه ایرج طهماسب و حمید جبلی و باران کوثری و محمدرضا هادی به تلویزیون آمدند و مهمان‌هایی را به جمع خود فراخواندند. دوره‌ی عیدانه کلاه قرمزی در سال‌های بعد هم تکرار شد. در نوروز ۹۰، پسرعمه‌ها و فامیل دور و ببعی هم اضافه شدند. عروسک‌هایی که با طراحی و کاراکترسازی بسیار دقیقی همراه بودند و توانستند دل‌های بسیاری را به دست بیاورند. سال ۹۱ خواهر پسرعمه‌ها هم آمد اما پدیده آن سال، جیگر بود. عروسکی که آنقدر محبوب شد که حتی برایش شایعه هم ساختند و گفتند او ممنوع‌التصویر شده است.

سه‌گانه کلاه قرمزی تکمیل شد

در نیمه سال ۹۱ طهماسب و جبلی باز هم دست کلاه قرمزی را گرفتند و به سینما بردند. کلاه قرمزی و بچه‌ننه اگرچه موفقیت‌های دو نسخه قبلی خود را نتوانست تکرار کند اما باز هم اقبال زیادی به آن نشان داده شد. سال ۹۲ دختر همسایه آمد. عروسکی که غیر از چند کلمه کوتاه چیز دیگری به زبان نمی‌آورد اما او هم تبدیل به یکی از نشان‌های دوست‌داشتنی خانه آقای مجری شد. غیر از او گابی و خانم بزرگ هم از روستا سر رسیدند. در مجموعه‌های سال ۹۳ و ۹۴ و ۹۷ هم شخصیت‌های جدید اضافه شدند. دوره، بچه فامیل دور، عزیزم ببخشید، آقای همساده، دیبی، گدا، داداش گلم، پیشی جان، موشی جان، گیگیلی و دیگر عروسک‌ها هم آمدند و رونق بخش این برنامه تلویزیونی در نوروزها شدند.

مجموعه کلاه قرمزی، به لطف هنر و نوآوری خالقانش همواره یکی از محبوب‌ترین برنامه‌های تلویزیون بوده است. تا آنجا که هیچ‌گاه رنگ و بوی تکرار به خود نگرفت. اضافه کردن مهمان‌های معروف به برنامه، تولید آیت‌های نمایشی، موسیقی‌های جذاب و آموزش‌های ضمنی گنجانده شده در متن این مجموعه در عین سادگی و میزانشن‌های خطی و پهلوه‌پهلوه در هر دوره به موفقیت این مجموعه انجامید. در این میان نباید هنر و تلاش عروسک‌گردانان و صداپیشگان این مجموعه را فراموش کرد. دنیا فنی‌زاده که سال‌ها عروسک‌گردانی کلاه قرمزی را برعهده داشت در کنار جمع بی‌نظیری از صداپیشگان نظیر حمید جبلی، محمدرضا هادی، بهادر مالکی، محمد بحرانی، کاظم سیاحی، هوتن شکیبا، نگار استخر، علی سربابی و ... از عوامل اصلی موفقیت این مجموعه بوده‌اند.

جای خالی محصولات جانبی

علی‌رغم همه موفقیت‌ها و ستایش‌هایی که کلاه قرمزی در طی حدود سه دهه نصیب خود کرده است، اما باید با دریغ و افسوس از تبدیل نشدن این مجموعه و کاراکترهایش به سایر محصولات فرهنگی نیز بگوییم. هجمه مرد عنکبوتی و بن‌تن و کاراکترهای انیمیشن‌های والت دیزنی و پیکسار آنچنان بود که جایی برای کلاه قرمزی و دوستانش روی دفاتر و کیف‌ها و نقاشی‌ها و ... ایجاد نشد. بازار پردازی یا به قول فرنگی‌ها مرچندایز (merchandise) کاراکترهای این مجموعه تخصص و همتی می‌طلبید طی این سال‌ها وجود نداشته است. این‌که چه کسی مسؤول این اتفاق است را به درستی نمی‌توان عنوان کرد. به هر صورت هم تلویزیون، هم خالقان این مجموعه، هم تولیدکنندگان محصولات و هم سیاستگذاران باید پای این کار می‌آمدند و نتیجه این شده است که می‌بینیم. محبوب‌ترین کاراکترهای عروسکی ساخته شده در طول دوره عمر تلویزیون، نتوانستند جای خود را روی لباس و کیف و کفش کودکان نسل‌های مختلف باز کنند و این درحالی است که باری و السا و آنا و ... با وجود عدم حضور روی آنتن موفق به انجام این کار شدند.

