

جای خالی فیلم و سریال حوزه نوجوان در تولیدات

سینمای کودک

زهرا قربانی

دبیر

نوجوانه



از وقتی مسابقات بین ایالت‌ها شروع شده تیر و کمانش همیشه همراهش است. شده قهرمان و اسمش افتاده سر زبان‌ها و حالا همه اهالی کشور پانچ او را به هو جساتش می‌شناسند. کتنیس اوردین را می‌گویم در فیلم‌های گرسنگی یا ه هانگر گیم. دختر نوجوانی که در تلاش است یک پادآرمانشهر یا ویران شهر را کم یک جامعه آرمانی که بشود در آن نفس کشید و زیر ظلم دولتش زندگی کرد، تبدیل با یکی دوتا جست‌وجوی درست می‌شود یک فهرست بلند بالا از فیلم و سریال به دست آورد که مضمون و شخصیت اصلی آن بالاخره یک ربط نوجوانان پیدا می‌کند. آن هم نه کلیشه نوجوان رسانه و فیلم‌های ما که در پس خاطره‌های مان یک هدفن بلوتوتی روی گوشش گذاشته و آ دوپس دوپس گوش می‌کند. یک نوجوان که قرار است ساختارشکن و بی‌عیب و نقص عمل کند و هوشمند و مطالبه‌گر باشد و مثل یک رهبر کند جامعه از مفهوم شر و پلیدی پاک شود و حالا پس از اختتامیه جشنواره فیلم کودک و نوجوان باید باز بررسی کنیم تا ببینیم چقدر سینما نوجوان، درباره نوجوان، حامی تولیدات نوجوان و جریان‌ساز در حوزه نوجوان عمل می‌کند؟!

چند سال پیش در گفت‌وگو با حامد با مروت نژاد کارگردان فیلم «منطقه پرواز ممنوع» در پاسخ به این‌که چرا فیلمسازان سراغ سینمای نوجوان و ساخت فیلم برای این قشر سنی نمی‌روند، او به دو نکته اشاره کرد:

۱. بازیگران مطرح و محبوب علاقه‌ای به بازی در این فیلم و

سریال‌ها را ندارند

۲- ترس از سودآوری در تولیدکنندگان فیلم و سریال و اصطلاحاً فروش کم گیشه

اگر نخواهم مدام با نمونه موفق به نام هری پاتر مثال‌هایم را شروع کنم، در آمار فروش و تماشا آثار تصویری خصوصاً تولیداتی مثل سینمایی که مارول و دی‌سی ارائه می‌دهند اتفاقاً مخاطب پر و پا قرص صندلی سینماها نوجوان هستند و اصل فروش فیلم‌هایی با سبک و سیاق ابرقهرمانی، سرگرمی محور و تخیلی به قشر نوجوان اختصاص پیدا می‌کند. اگر به تاریخچه فروش فیلم‌های روی پرده جهان سری

بزنیم متوجه می‌شویم که عمدتاً پربیننده‌ترین و محبوب‌ترین‌های این دنیای تصویری، دقیقاً همان فیلم‌هایی بودند که مبتنی بر ذائقه مخاطب نوجوان ساخته شده‌اند در نتیجه با نیازسنجی مخاطب، پژوهش و مطالعه‌اشتی دادن اوباسینمای ملی که به ژانرهای مورد علاقه‌اش توجه ویژه دارد می‌توان آثاری تولید کرد که نه تنها با ارزش‌های



چند هفته پیش بود که خبر فوت یک پیرمرد دوست‌داشتنی برای فیلم‌بازها شده بود رشته استوری در فضای مجازی و خاطره‌بازی و ابراز همدردی. مایکل گیمون همان مدیر مدرسه هاگوارتز در نقش دامبلدور که از نوجوانان دهه ۷۰ و ۸۰ و حتی ۹۰ هم اورامی‌شناسند در ۸۲ سالگی سینمای جهان را ترک کرد و بیش از پیش اثبات شد که زبان هنر و سینما قوم و شهر و کشور نمی‌شناسد. قطعاً هری پاتر و جامعه بی‌شمار سینه‌چاکان و علاقه‌مندان به دنیای جادوگری‌اش معطوف و محدود به هیچ جغرافیا و مذهبی نمی‌شوند و این اثر و آثار این چنینی که در سینمای غرب و شرق کم هم نیستند یک ویژگی مهم دارند: جریان‌سازی اتفاقی که صرفاً با ساخت یک فیلم پدید نمی‌آید. زیاد شنیده‌ایم که پشت ماجرای تولیدات تصویری آن طرف‌آبی‌ها همیشه مغزهای متفکر همه فن حریفی نشسته‌اند که یک اثر را به یک پدیده تأثیرگذار و جریان‌ساز تبدیل کنند و علاوه بر به کار بستن تمام قوا برای ساخت یک محصول کار درست، دست به خلق زنجیره‌ای از محصولات آن هم می‌زنند و این تنها گوشه‌ای از موجی است که راه می‌افتد. مصداقی و واضح بخواهم بگویم همین سری فیلم‌های هری پاتر که اولین بار سال ۲۰۰۱ غوغایی در دنیای سینما به پا کرد که تا ۱۰ سال آتشش همچنان داغ ماند، حتماً صرفاً با ساخت فیلم میسر نمی‌شد. از عرضه وسایل جادوگری و نوشت‌افزار و کافه‌هایی با چیدمان و حال و هوای این فیلم، تا گردمایی طرفداران و جشن امضا و خلاصه یک پروپاگاندا و جوسازی تبلیغاتی، همه در خدمت تأثیرگذاری و فراگیری این فیلم بودند. جریانی که همین اواخر به فیلم باربی کمک کرد تا این عروسک متولد ۱۹۵۹ جان تازه‌ای بگیرد و دوباره اسمش سر زبان‌ها بیفتد. فارغ از این‌که سری فیلم‌های هری پاتر، هانگرگیم، پرسی جکسون و... همه از کیفیت خوب بصری و داستان پردازی بدیعی برخوردار هستند و کمتر فیلمی می‌تواند به گرد پای این تولیدات برسد، نباید فراموش کرد زنجیره محصول و تبلیغ حول محور محصول اساساً سودای است که ما برای فیلم‌های خوب‌مان هم سراغش نرفته‌ایم

والا نه در داستان‌سرایی و نه حتی در خلاقیت و ساخت، کم از سینماگران شرق و غرب نداریم.

