



سید رضا صائمی  
منتقد



آرش برهمن  
روزنامه‌نگار



## من شاخ‌دار، من بدون شاخ!

فناوری سرانجام توانسته است آهسته، بی‌صدا و دلنشین زمینه انقلاب سوم در ادبیات کودک ایران را فراهم کند. انقلابی که نتیجه گداخت میان سه مؤلفه زنده و مؤثر امروز جامعه ایرانی است؛ گریز از جنبه قدرت، دلزدگی از بازی سیاست و فرار سیدن عصر خودروایتگری. نگاهی به آی قصه به عنوان یکی با شاید سرشناس‌ترین پرچمدار این جنبش نشان می‌دهد چگونه وقتی این پیرنگ‌ها را به یکدیگر ببیمایم می‌توانید به تصویری زیبا و همه‌گیر برسید.

گریز از قدرت: آنچه در یک دهه پس از پیروزی انقلاب اسلامی بر کانون پرورش فکری کودکان گذشت دلیل غیر قابل انکاری بر انگیزه‌های فعالین جدید عرصه ادبیات کودک برای دور ماندن از بازی قدرت است. در فضای فعلی محتوای دیجیتالی که کتاب، پادکست، لایبی، داستان، فیلم و بازی همگی در هم تلفیق شده‌اند دیگر تلویزیون پایه‌بارتی آشناتر «برنامه کودک» دارای تریبون اصلی نیست. حالانگاه فرزندان طبقه روبه‌اضمحلال متوسط شهری به سمت صفحات گوشی‌های موبایل دوخته شده است و هرچه این ابزار همه‌کاره، صفحات بزرگ تر و درخشان‌تری پیدا کرده صفحات تلویزیون‌ها و طبقات کتاب‌ها و کتابخانه‌ها کوچک‌تر شده‌اند. در حالی که پدران و مادران جدید دانش آموخته‌تر و صدمه فقیرتر شده‌اند این سرگرمی‌های امن، قابل کنترل، ارزان و قابل حمل برای کودکان دنیایی را خلق کرده‌اند که دیگر والدین دست‌بازتری برای گزینش محتوای کودک خود دارند و دیگر ناگزیر نیستند به محتوای پروپاگاندا، میان‌مایه و بشدت آلوده به پس‌زمینه‌های اعتقادی و رسمی بسند کنند. به جای ساعت‌های طولانی کودکی که باید خیره به صفحه تلویزیون این مفاهیم جهت‌دار را همضم کند کودکانی به دنیا آمده‌اند که می‌توانند محتوای مورد پذیرش خود و خانواده را انتخاب و با آن حتی تعامل کنند.

دلزدگی از سیاست: رویکرد هنری و علمی به محتوای کودک سال‌هاست که دست کم در ابعاد عمومی جامعه مامغفول مانده است. در عمل طی دهه‌هایی که رؤیای خانواده پرجمعیت جذابیت خود را برای نسل جدید والدین از دست می‌داد و هیولای تورم تمام جنبه‌های رفاه و از آن جمله آرزوی امنیت اقتصادی را می‌بلعید بخش فناوری تنها بخشی بود که حتی با وجود تحریم، تورم و اعمال فشارهای مقرراتی بازار از آن‌ها تر ماند و همین نوید این را می‌داد که بزودی اینترنت جایگزین سایر جنبه‌های دور از دسترس محتوای کودک خواهد شد که شد. نتیجه اینکه نسلی که پای کلاه قرمزی و زوی‌زی گولو بزرگ شد ناگزیر بود فرزندش را پای بن‌تن و باب اسفنجی بزرگ کند.

نهادهایی مانند آی قصه فراتر از یک کسب و کار پاسخ به همین خلأ موجود و مغفول در جامعه هستند و استقبال خیره‌کننده از چنین محتوایی که خودجوش، با حداقل هزینه و با عشق آفرینند گانش شکل گرفته است هم تائید این نیاز را تأیید کرده. داستان پدید آوردن دکان آی قصه هم نه تنها همین گذر از سیاست به محتوا را نشان می‌دهد بلکه تمرکز آنها بر پل زدن میان چهره‌های قدیمی و پیشگام ادبیات و سرگرمی کودک ایران و توسعه‌دهندگان جوان و فناوری این محتوا اثبات می‌کند این پل لرزان و جوان چقدر برای این شکاف هویتی ضروری بوده است.

فرار سیدن عصر خودروایتگری: حتی ساده‌اندیش‌ترین تحلیل‌گر اجتماعی ایران هم نمی‌تواند چشم را بر این حقیقت فروبندد که کودک امروز چه ما بخواهیم و چه نخواهیم در جهان «شاخ‌های مجازی» بزرگ خواهد شد. کودکان را نه می‌شود از ابزار حیاتی ارتباطی آینده به کل جدا کرد و نه می‌شود آنها را به حال خود وا گذاشت. انفجار دسترسی به اینترنت در ایران بدون شک هم والدین و هم فرزندان آنها را بسیار فردگراتر کرده است. جایی که برای نسل آینده به جای یک کاغذ و مداخله‌گری داشتن یک صفحه لمسی برای ساختن جهان خودشان کافی است. حالا مابین فرصت را داریم که همراه رشد نسلی باشیم که قهرمانانش اسطوره‌هایی برهنه، مصرفی و بر ساخته هستند یا بر قهرمانانش خود فرزندانمان هستند. می‌توانیم شانس این را به کودکانمان بدهیم که خودشان برای یکدیگر داستان بنویسند، قصه بگویند، نقاشی بکشند و اسطوره بسازند یا دیگران برای فروختن، مصرف و نمایش بیشتر این جهان را خلق کنند. آی قصه تالینجاتلاشی نجیبانه برای همین خلق اسطوره‌های واقعی از خود بچه‌ها برای بچه‌ها بوده است. تلاشی روزافزون برای آنکه شخصیت هاور وایت هایش با همکاری کودکان در فرم و محتوا خلق شوند و آنچه امروز با عنوان جعلی «اینفلوئنسر» شناخته می‌شود جای خود را به فردیت و استقلال شخصیت خود تک تک بچه‌ها بدهد.

پایان این سخن شتابزده آنکه فراموش نکنیم که در آی قصه حرف‌آغیر از حرف ندای فارسی نماد من و اینترنت هم هست. این مجموعه کوچک، پرآرزو و پروسواس کوشیده است نقطه تلافی و فراخوان میان فردیت جدید در عصر اینترنت برای کودک ایرانی باشد. جایی که در این جهان پراشوب و پرمدعی مدرن لازم نیست حتی کودکان هم شاخ باشند. ■



## سینمای دیجیتال و کودکان آنلاین

در جهانی زیست می‌کنیم که مفهوم و تجربه کودک و کودکی متفاوت از گذشته است. نه گذشته خیلی دور؛ کافی است کودکان امروز، زیست-جهان و رفتارشناسی آنها را با کودک دودهمه و حتی یک دهه پیش مقایسه کنید و ردپای جهان رسانه‌ای و دیجیتال را در جهان کودکانه آنها پی بگیرید تا متوجه شوید که کودک دیجیتال و آنلاین امروزی چه تفاوت‌هایی با کودک دیروز کرده و کودک در مقام و به مثابه مخاطب چقدر متمایز از مخاطب کودک دیروز است. کودک امروز انواع فناوری‌های نوین در صنعت سرگرمی را تجربه کرده و جذب او با سینما دشوارتر شده. کودک امروز به یک معنا کودک آنلاین است. کودکی که زیستن در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بخشی از تجربه روزمره او است. کودکی که جای مانیتور تلویزیون و پرده سینما چشم به قاب گوشی اش دوخته و نیاز هایش را در آنجا جست‌وجو می‌کند. خوب و بد این قصه بحث دیگری است و همه آسیب‌های رفتاری و اجتماعی استفاده افراطی از فضای مجازی و تکنولوژی‌های رسانه‌ای بر کودکان و نوجوانان را می‌دانیم و قطعاً گفت و گو کردن درباره آن در جای خود ضروری است اما مسأله‌ای که هم خانواده‌ها و هم سینماگران باید در ارتباط با کودک جدید و فهم آن بدانند این است که به نیازهای او در همین فضای مجازی پاسخ دهند و از همین فضای مجازی آنها را با واقعیت‌های زندگی آشنا کنند. امروز پرسش‌های زیادی هم در ذهن والدین هم معلمان و هم اهالی هنر و رسانه از جمله فیلمسازان کودک پررنگ است که باید برای آنها پاسخ جدی و راهگشا پیدا کرد. اینکه سینمای کودک ما به سمت قصه‌هایی برود که کودک امروز را بدرستی ترسیم کند. دغدغه‌هایش را بشناسد و به تصویر بکشد. بخشی از این دغدغه‌ها و بخشی از مشکلات کودکان امروز در تجربه‌های مجازی آنها صورت می‌گیرد. سینمای ما درباره کودکان و فضای مجازی اثر جدی نداشته است. امروزه یکی از چالش‌های تربیتی خانواده‌ها با کودکان‌شان ویکی‌از نگرانی‌های مهم پدر و مادرها از رفتار کودکان شان به کنش‌ها و تنش‌های آنها در فضای مجازی ربط دارد.

سینمای ما چقدر توانسته به طرح این مشکلات در قالب‌های نمایشی بپردازد؟ چقدر توانسته به خانواده‌ها و کودکان کمک کند که فرهنگ صحیح حضور در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی را بیاموزند؛ که چطور مواجهه سازنده و بدون آسیب با تکنولوژی‌های نوین داشته باشند.

به قول مولوی چون سر و کار تو با کودک فتاد پس زبان کودکی باید گشاد. زبان کودک امروز زبان رسانه‌ای است و رسانه او مجازی. بر این اساس سینما هم خود به عنوان یک رسانه باید نسبت به هویت رسانه‌ای کودک امروز اهتمام و التزام داشته باشد و از این منظر حرفی جذاب برای مخاطب کودک. یکی از دلایل موفقیت سینمای کودک در دهه ۶۰ که به دوران طلایی سینمای کودک مشهور است در نزدیکی و فهم متقابل زبان سینما و زبان مخاطب بوده. گویی سینماگران آن زمان با کودکان زمان خود بیشتر از امروز مماس بودند. جهان سینمایی با جهان کودک سنخیت و هم‌زمانی بیشتری داشت. به نظر می‌رسد سینماگران امروز ما در نسبت با کودکان امروز دچار یک انقطاع زمانی شده و دنیای آنها را نمی‌فهمند. شاید زبان رسانه و زبان مجازی میانجی خوبی برای ارتباط مؤثر بین کودکان و فیلمسازان کودک باشد.

از این نقطه به تفاهم و درک متقابل بین فیلمسازان کودک و مخاطبان کودک رسید و آن را به لایه‌ها و سطوح مختلف نیازهای کودک بسط داد. سینمای ما اکنون در یک جامعه رسانه‌ای شده نفس می‌کشد و جریان دارد. جامعه‌ای رسانه‌ای شده که کودک در آن اولاً تنها با تکنولوژی و ابزاری به نام سینما در ارتباط نیست و رسانه‌های جایگزین و رقیب قدرتمندی مثل رسانه‌های مجازی در اختیار او است که موجب شده سینما تنها گزینه‌ای برای سرگرمی و فراغت نباشد. دوم اینکه از حیث تربیتی و فرهنگی نیز کودکان امروز تجربه متفاوت از نسل پیش را از سر می‌گذرانند که کنش‌مندتر و کنشگرتر از گذشته است. کودک امروز دیگر مخاطب منفعل نیست بلکه به عنوان یک مخاطب کنشگر خود تولیدکننده پیام و محتوا است و نه صرفاً تماشاگر و مصرف کننده آن. نیازها و خواسته‌های کودک امروز بواسطه بسط تاریخی مدرنیته دچار دگرگونی و دگر دیسی شده و در نهایت نه فقط سینمای ما که جامعه ما با کودک و کودکی جدید مواجه است. بدیهی است تا زمانی که این کودک و کودکی جدید بدرستی شناخته نشود سینمای کودک ما با بحران مواجه خواهد شد. تا زمانی که مخاطب کودک ما دغدغه‌ها و نیازهای خود را بر قاب و پرده سینما نبیند نمی‌توان به آشتی او با سینما امیدوار بود. سینمای کودک ما شاید مجهزتر به تکنولوژی‌های سینمایی شده باشد اما هنوز پایش در فهم مخاطب کودک می‌لنگد و اینجاست آن گلوگاه اصلی است که باید درباره اش فکر کرد و چاره‌ای اندیشید. بر این مبنای باید گفت سینمای کودک ما در حال حاضر به پژوهش و تحقیق میان رشته‌ای نیاز دارد تا با همکاری پژوهشگران و سینماگران کودک، زمینه و بستری برای فهم کودک جدید و پیچیدگی هایش فراهم شود تا در این خوانش و بازشناسی به بازآفرینی و احیای دوباره سینمای پررونق کودک امیدوار شد. کودکان امروز کودکان پویا و کنشگرند اما سینمای کودک ما در برابر این مخاطب، ایستاست و باید زبان خود را به زبان کودک امروز نزدیک کرده و تطبیق دهد. شاید سینمای کودک بتواند مخاطب خود را از طریق اکران و نمایش آنلاین بالا ببرد و این به فیلمسازان انگیزه بیشتری بدهد تا به سمت ساخت فیلم کودک سوق پیدا کرده و شاهد افزایش تولید آثار کودک در سینمای ایران باشیم. اکران آنلاین می‌تواند راهبردی مؤثر هم برای افزایش تولید فیلم‌های کودک باشد و هم افزایش مخاطبان کودک اما در این میان یک چیز را نباید فراموش کرد و آن اهمیت جذابیت دراماتیک است. تا زمانی که نتوان قصه خوب برای کودکان روایت کرد و هم خوب قصه برای آنها گفت. چه کودک دیروز و چه کودک امروز و چه کودک فردا همه اول از هر چیز جذب قصه خوب و روایت جذاب می‌شوند. سینمای کودک ما اگر از حیث فرمی به الزامات اکران آنلاین نیازمند است از حیث محتوای و مضمون و درون‌مایه به قصه‌های خوب و فیلمنامه‌های جذاب نیازمند است. همه این عوامل منوط به یک شرط است: فهم دقیق کودک امروز. ■