خراسان شمالی روزنامه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی خراسان شمالی

نمای نزدیک

روایت «شیرین» از خانواده‌ای ایرانی

درباره یک پویانمایی که در کنار روایت داستانی و ماجراجویی، تلاش دارد برخی مفاهیم تربیتی، فرهنگی و اجتماعی را از طریق قصه به مخاطب کودک منتقل کند

پویانمایی «شیرین» در قالب یک داستان ماجراجویانه، زندگی یک خانواده ایرانی را دنبال می‌کند. داستان از یک سفر دریایی آغاز می‌شود؛ سفری که در جریان آن برای خانواده اتفاقی غیرمنتظره رخ می‌دهد و آن‌ها پس از آسیب دیدن کشتی، سر از جزیره‌ای ناشناخته درمی‌آورند. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، این مجموعه یکی از تولیدات مجموعه پویانمایی شمس است که در کنار روایت داستانی و ماجراجویی، تلاش دارد برخی مفاهیم تربیتی، فرهنگی و اجتماعی را از طریق قصه به مخاطب کودک منتقل کند. فصل نخست «شیرین» به تهیه‌کنندگی «حسین رمضانی» و کارگردانی «رسول آذرگون» در ۱۳ قسمت ۲۶ دقیقه‌ای و با تکنیک کات‌اوت تولید شده است و به‌زودی از شبکه کودک پخش خواهد شد. «محمدرضا هراتی» معاون تولیدات خلاق در مجموعه پویانمایی شمس اظهار کرد: مجموعه شمس اساساً فضایی را برای خود در حوزه محتوا ترسیم کرده است که در آن، مجموعه تولیدات باید در یک منظومه مشخص از مسائل محتوایی قرار بگیرند. در این منظومه، شاخصه ایرانی بودن رفتارها، شخصیت‌ها و سبک زندگی ایرانی مورد توجه قرار می‌گیرد. همان‌طور که در حوزه‌های مختلف تلاش می‌شود مفاهیم و مسائل متناسب با شرایط ایران بازتعریف و ایرانیزه شوند، در تولیدات این مجموعه نیز قرار است موضوعات مختلف به‌تدریج و در قالب آثار گوناگون معرفی شوند. وی ادامه داد: «شیرین» نیز یکی از همین تولیدات است که با همین نگاه طراحی شده و کارگردانی آن را «رسول آذرگون» برعهده دارد. تاکنون دو فصل برای این مجموعه در نظر گرفته شده و فصل نخست در ۱۳ قسمت آماده پخش شده است. داستان درباره یک خانواده ایرانی است که تصمیم می‌گیرند به یک سفر دریایی بروند، اما در جریان این سفر اتفاق عجیبی رخ می‌دهد و کشتی آن‌ها آسیب می‌بیند. «هراتی» ادامه داد: پیش از این اتفاق، اعضای خانواده در قسمت نخست به مخاطب معرفی می‌شوند. پدر خانواده، احمدآقا نام دارد و همراه با همسر و دو فرزندش، شیرین و شهاب، شخصیت‌های اصلی داستان را تشکیل می‌دهند. وی درباره شخصیت احمدآقا توضیح داد: پدر خانواده، فردی فنی است، مهارت حل مسئله دارد و در مواجهه با مشکلات تلاش می‌کند راه‌حل پیدا کند. در ادامه داستان، خانواده با یک موجود دریایی مواجه می‌شوند و اتفاقات مختلفی برای آن‌ها رخ می‌دهد. معاون تولیدات خلاق مجموعه پویانمایی شمس افزود: در جریان داستان یک ربات نیز وارد ماجرا می‌شود که در برخی موقعیت‌ها به شیرین کمک می‌کند. این ربات در ادامه، خانواده را از غرق شدن نجات می‌دهد و آن‌ها وارد یک جزیره می‌شوند؛ جزیره‌ای که بخش مهمی از اتفاقات داستان در آن رخ می‌دهد. «هراتی» با اشاره به رویکرد تربیتی این مجموعه اظهار کرد: سال‌ها این بحث وجود داشته که آیا باید مفاهیم را به‌صورت مستقیم به کودک گفت یا آن‌ها را غیرمستقیم منتقل کرد. به اعتقاد من، در تولیدات کودک هر دو شیوه می‌تواند وجود داشته باشد. گاهی یک مفهوم مستقیماً بیان می‌شود و گاهی کودک با شخصیت داستان ارتباط برقرار می‌کند، خودش را جای شخصیت می‌گذارد و از رفتار و اتفاقات داستان تأثیر می‌گیرد. وی افزود: در «شیرین» قرار نیست در ابتدای هر قسمت، مستقیماً یک نکته تربیتی را مطرح کنیم و بعد بخواهیم همان نکته را آموزش دهیم. داستان باید مسیر خودش را طی کند و مفاهیم در دل همین داستان و رفتار شخصیت‌ها منتقل شوند. «هراتی» با تأکید بر نقش داستان در ارتباط با مخاطب کودک گفت: مجموعه‌های بزرگ پویانمایی در جهان نیز برای انتقال یک مفهوم کوتاه، الزاماً همان مفهوم را به‌صورت مستقیم بیان نمی‌کنند، بلکه در پس زمینه داستان، رفتار شخصیت‌ها و حتی اشیای موجود در محیط، آن مفهوم را به‌تدریج برای مخاطب عادی و قابل درک می‌کنند. وی ادامه داد: ما نیز از ظرفیت داستان استفاده کرده‌ایم. ایرانی‌ها از گذشته ارتباط زیادی با داستان و قصه داشته‌اند. اگر به سبک زندگی ایرانیان در گذشته نگاه کنیم، بخش قابل‌توجهی از سرگرمی‌ها و آموزش‌ها در قالب نمایش، قصه و داستان شکل می‌گرفته است. «هراتی» افزود: آثار ادبی بزرگی مانند آثار حافظ و سعدی نیز سرشار از داستان و روایت هستند. جدا از داستان‌های قرآنی که در خانواده‌های ایرانی مورد استفاده قرار گرفته، قصه و داستان بخش مهمی از فرهنگ ما بوده است. بنابراین باید از این ظرفیت برای انتقال مفاهیم استفاده کنیم. وی گفت: داستان این امکان را فراهم می‌کند که مخاطب برای مدت طولانی‌تری با شخصیت‌ها همراه شود و مفاهیم مورد نظر به‌تدریج در ذهن او شکل بگیرد، بدون این که احساس کند قرار است یک مفهوم مشخص به او آموزش داده شود. معاون تولیدات خلاق مجموعه پویانمایی شمس در بخش دیگری از سخنان خود به اهمیت توجه به ویژگی‌های سِنی مخاطب در تولید پویانمایی اشاره کرد و گفت: همان‌طور که برای کودک دو یا سه ساله نمی‌توان هر نوع خوراکی را با هر میزان و حجمی در نظر گرفت، در حوزه تولید محتوای کودک نیز باید میزان و نوع محتوا متناسب با سن مخاطب انتخاب شود. وی ادامه داد: ممکن است یک محتوا از نظر کارشناسی بسیار مناسب باشد، اما اگر متناسب با ظرفیت ذهنی و سِنی کودک ارائه نشود، نمی‌تواند اثرگذاری لازم را داشته باشد. «هراتی» افزود: تکنیک‌های مورد استفاده در پویانمایی نیز دارای تناسب سِنی هستند. ما در این مجموعه از تکنیک دوبعدی یا «تودی» استفاده کرده‌ایم و تلاش شده است این تکنیک با رنگ و لعاب جذاب برای مخاطب ارائه شود. وی گفت: تکنیک‌های مختلفی در پویانمایی وجود دارد؛ از سه‌بعدی گرفته تا استاپ‌موشن و کمیک‌موشن، اما انتخاب تکنیک باید با توجه به رده سِنی مخاطب انجام شود. در «شیرین» نیز تلاش کردیم تکنیکی را انتخاب کنیم که برای این گروه سِنی پذیرش بیشتری داشته باشد. «هراتی» استمرار در تولید را یکی از عوامل مهم اثرگذاری در حوزه کودک دانست و گفت: در دنیای کودک، یک اثر زمانی می‌تواند اثربخش باشد که استمرار داشته باشد. در کشورهای مختلف، شخصیت‌هایی خلق شده‌اند که کودکان ابتدا با آن‌ها ارتباط برقرار کرده‌اند و این ارتباط در سال‌های بعد نیز ادامه پیدا کرده است. وی افزود: وقتی یک شخصیت برای مخاطب تثبیت می‌شود، مخاطب اتفاقات مختلفی را که برای آن شخصیت رخ می‌دهد می‌پذیرد و با او همراه می‌شود. این یک تکنیک مهم در حوزه تولید محتوای کودک است که متأسفانه در کشور ما کمتر به آن توجه شده است. معاون تولیدات خلاق مجموعه پویانمایی شمس ادامه داد: اگر از خودمان بپرسیم چند شخصیت داریم که در رسانه و میان کودکان تثبیت شده‌اند و بعد بتوانیم از همان شخصیت‌ها در قالب‌های مختلف برای رده‌های سِنی گوناگون محصول تولید کنیم، به نظر می‌رسد هنوز با شرایط مطلوب فاصله داریم. «هراتی» درباره آخرین وضعیت تولید این مجموعه گفت: فصل نخست «شیرین» تولید شده و تحویل شده است و اکنون در مراحل پایانی رفت‌وبرگشت‌ها و آماده‌سازی برای پخش قرار دارد. وی افزود: همزمان فصل دوم نیز در حال تولید است و بیش از ۹۰ درصد زمان‌بندی پروژه در بخش انیمیت پیش رفته است. بخش عمده انیمیت انجام شده و مراحل مربوط به صداگذاری، اصلاحات و رفت‌وبرگشت‌های احتمالی نیز در حال انجام است. معاون تولیدات خلاق مجموعه پویانمایی شمس اظهار کرد: هدف این است که این مجموعه در چند فصل ادامه پیدا کند تا شخصیت «شیرین» برای کودکان تثبیت شود و جهان داستانی آن نیز توسعه پیدا کند. «هراتی» در ادامه یکی از مهم‌ترین تغییرات سال‌های اخیر را ورود هوش مصنوعی به چرخه تولید پویانمایی دانست و گفت: چرخه تولید پویانمایی تا همین یک سال و نیم یا دو سال گذشته، چرخه‌ای بسیار پیچیده و جذاب بود. بخش‌های مختلفی داشت و هر بخش نیازمند تخصص و استعداد خاصی بود. «هراتی» توضیح داد: طراحی شخصیت، دیجیتال‌پینتینگ، طراحی اسکلت و آناتومی، جان‌بخشی به شخصیت‌ها و استفاده از نرم‌افزارهای تخصصی، هر کدام دنیای جداگانه‌های داشتند و افراد متخصص باید در بخش‌های مختلف این چرخه فعالیت می‌کردند. وی افزود: اما هوش مصنوعی وارد این چرخه شده و بخشی از این مراحل را کوتاه یا حتی حذف کرده است. امروز با یک تلفن همراه یا یک تبلت نیز می‌توان وارد فرایند تولید شد. ممکن است فردی یک تصویر ساده طراحی کند، آن را در اختیار یک نرم‌افزار قرار دهد و نرم‌افزار همان تصویر را به یک شخصیت سه‌بعدی تبدیل کند و حتی با اضافه کردن صدا، خروجی متحرک ارائه دهد. معاون تولیدات خلاق مجموعه پویانمایی شمس تأکید کرد: بنابراین یکی از مهم‌ترین چالش‌های مجموعه‌هایی که در حوزه پویانمایی فعالیت می‌کنند این است که چگونه این فناوری جدید را به خدمت بگیرند. «هراتی» با اشاره به سرعت پیشرفت هوش مصنوعی گفت: سرعت حرکت این فناوری بسیار زیاد است و اگر یک مجموعه نسبت به آن بی‌توجه باشد، ممکن است از چرخه رقابت حذف شود. وی ادامه داد: در گذشته ممکن بود چند نفر متخصص در کنار یکدیگر قرار بگیرند؛ یکی طراحی بلد باشد، دیگری آناتومی و طراحی کاراکتر را بداند و فرد دیگری مسئول جان‌بخشی باشد، اما امروز ابزارهای هوش مصنوعی بسیاری از این مراحل را تغییر داده‌اند. «هراتی» خاطرنشان کرد: مجموعه‌های بالادستی و متولیان حوزه پویانمایی باید به این موضوع توجه کنند و به‌ویژه مجموعه‌های کوچک و استارتاپی را که دارای ایده، خلاقیت و انگیزه هستند، برای استفاده درست از این ابزارها حمایت کنند. وی افزود: اگر این ظرفیت با توان و استعداد نیروهای داخلی ترکیب شود، می‌توان خروجی‌های مناسبی برای کودکان تولید کرد؛ خروجی‌هایی که هم فرهنگ ایرانی و آموزه‌های ارزشی ما را در خود داشته باشند و هم توانمندی‌های علمی کشور را به مخاطب کودک منتقل کنند. معاون تولیدات خلاق مجموعه پویانمایی شمس در بخش دیگری از سخنان خود بر ضرورت حمایت جدی‌تر از صنعت پویانمایی تأکید کرد و گفت: کشورهایی مانند ژاپن در میان کشورهای پیشرو این حوزه قرار دارند و پویانمایی در اقتصاد و نظام درآمدزایی آن‌ها نیز جایگاه مهمی پیدا کرده است. وی ادامه داد: اگر ما بتوانیم این صنعت را به‌درستی به خدمت بگیریم و از آن حمایت کنیم، ظرفیت بسیار بالایی در کشور وجود دارد. «هراتی» در پایان گفت: اگر قرار است در حوزه کودک و نوجوان اثرگذار باشیم، باید هم در تولید شخصیت‌های ماندگار جدی باشیم و هم فناوری‌های جدید را بشناسیم و از آن‌ها استفاده کنیم، در کنار آن نیز لازم است فرهنگ ایرانی، آموزه‌های ارزشی و توانمندی‌های علمی کشور در قالب داستان‌هایی جذاب به کودکان منتقل شود؛ این مسیری است که می‌تواند به شکل‌گیری تولیدات ماندگار در حوزه پویانمایی منجر شود.

تجربه جذاب زندگی در کنار کودکان

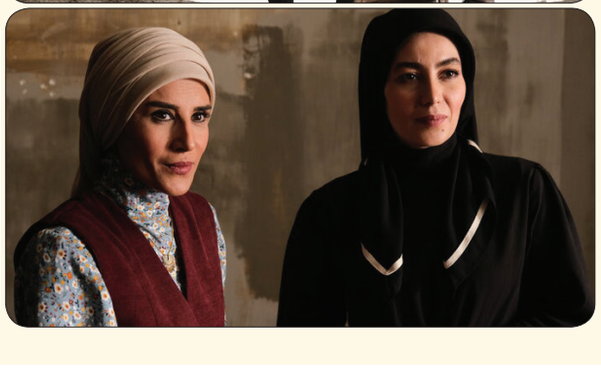
تهیه‌کننده «جونمون» درباره ایده شکل‌گیری این برنامه می‌گوید؛ برنامه‌ای که در آن زوج‌هایی که هنوز تجربه فرزندآوری ندارند، وارد فضایی با عنوان «جهان بچه‌ها» می‌شوند، در کنار کودکان قرار می‌گیرند، برای مدتی با بچه‌ها زندگی و بازی می‌کنند، و در موقعیت‌هایی قرار می‌گیرند که بخشی از واقعیت زندگی با کودک را برایشان ملموس می‌کند

تهیه‌کننده برنامه «جونمون» با تشریح ایده شکل‌گیری این برنامه گفت: تلاش کردیم به جای این که به مخاطب بگوییم فرزندآوری خوب است و باید بچه‌دار شد، فضایی برای تجربه کردن ایجاد کنیم تا زوج‌هایی که هنوز فرزندی ندارند، برای مدتی در کنار کودکان زندگی کنند و شیرینی‌ها و چالش‌های این تجربه را از نزدیک لمس کنند. به گزارش روابط عمومی رسانه ملی، پرداختن به موضوع فرزندآوری در رسانه، یکی از موضوعاتی است که همواره با یک چالش مهم همراه بوده است؛ این که چگونه می‌توان درباره این مسئله صحبت کرد، بدون آن که مخاطب با یک برنامه شعاری و مستقیم مواجه شود. «جونمون» تلاش کرده است پاسخ خود را به این مسئله در قالب یک رئالیتی‌شو پیدا کند؛ برنامه‌ای که به جای توصیه مستقیم، تجربه زندگی در کنار کودکان را به مخاطب نشان می‌دهد. در این برنامه، زوج‌هایی که هنوز تجربه فرزندآوری ندارند، وارد فضایی با عنوان «جهان بچه‌ها» می‌شوند و در کنار کودکان قرار می‌گیرند. آن ها برای مدتی با بچه‌ها زندگی می‌کنند، بازی می‌کنند، تعامل دارند و در موقعیت‌هایی قرار می‌گیرند که بخشی از واقعیت زندگی با کودک را برایشان ملموس می‌کند.

«کامران سیف‌اللهی» تهیه‌کننده برنامه «جونمون» درباره ایده شکل‌گیری این برنامه توضیح داد: وقتی می‌خواهیم درباره فرزندآوری صحبت کنیم، با یک گروه از افراد مواجه هستیم که هنوز فرزند ندارند و طبیعتاً تجربه‌ای از زندگی در کنار بچه‌ها ندارند. ما به این فکر کردیم که بهترین فضایی که می‌توانیم ایجاد کنیم، فضای تجربه است. وی ادامه داد: به جای این که به افراد بگوییم «شما بیایید بچه‌دار شوید» یا مدام درباره خوب بودن بچه‌دار شدن صحبت کنیم، تصمیم گرفتیم یک تصویر جذاب از جهان بچه‌ها بسازیم؛ تصویری که مخاطب بتواند آن را ببیند و با آن ارتباط برقرار کند. تهیه‌کننده برنامه «جونمون» افزود: از همین‌جا به این نتیجه رسیدیم که یک دکور و فضای رنگی طراحی کنیم که اسم آن «جهان بچه‌ها» باشد و زوج‌هایی را که به‌تازگی ازدواج کرده‌اند و هنوز تجربه فرزندآوری ندارند، وارد این جهان کنیم. این زوج‌ها برای مدتی در کنار بچه‌ها قرار می‌گیرند و فرصت زندگی کردن، تجربه کردن و تعامل با آن ها را پیدا می‌کنند. «سیف‌اللهی» با بیان این که ایده اصلی برنامه بر تجربه استوار است، گفت: اگر بخواهیم ماهیت برنامه را برای خودمان تصویرسازی کنیم، اتفاق عجیب و غریبی درباره فرزندآوری رخ نمی‌دهد. ما صرفاً داریم تجربه‌های جذاب زندگی کنار بچه‌ها را می‌بینیم. در واقع قرار نیست یک سخنرانی درباره فرزندآوری داشته باشیم، بلکه می‌خواهیم بخشی از این زندگی را به شکل واقعی نشان دهیم. وی درباره تلاش سازندگان برای دور شدن از شعارزدگی بیان کرد: بچه‌ها طبیعتاً یک‌سری مزایا و شیرینی دارند و در کنار آن، اذیت‌ها، چالش‌ها و خستگی‌های خودشان را هم دارند؛ ما تلاش کردیم همه این ها را ببینیم و فقط بخش مثبت ماجرا را نمایش ندهیم. تهیه‌کننده برنامه «جونمون» با اشاره به ساختار رئالیتی‌شوی برنامه عنوان کرد: ما یک رئالیتی‌شو می‌سازیم و بنابراین احتمال دارد بچه‌هایی که در برنامه حضور دارند، یک جا بازیگوش باشند، یک جا بداخلاق باشند، یک جا کم‌حرف باشند و جای دیگر مهربان، خندان و پرانرژی باشند؛ این ها بخشی از واقعیت زندگی با بچه‌هاست. «سیف‌اللهی» ادامه داد: تلاش ما این بوده که موقعیتی ایجاد کنیم که هم به بچه‌ها خوش بگذرد و هم به زوج‌ها. از طرف دیگر، زوجی که خودمان در برنامه داریم و مجری هستند، خودشان حدود یک سال است که پدر و مادر شده‌اند و این فضا را به خوبی درک می‌کنند. آن ها می‌دانند که بچه داشتن فقط جذابیت و خنده نیست و بخش‌هایی از آن هم چالش و خستگی دارد. وی افزود: حتی در جریان ضبط، این موضوع را می‌بینیم، مثلاً «مونا کرمی» مجبور بود وسط ضبط برای شیر دادن به بچه برود و دوباره برگردد و ضبط را ادامه دهد. ما این رفت‌وآمد را در برنامه داریم، چون بخشی از واقعیت زندگی یک مادر است و نمی‌خواستیم آن را حذف کنیم. تهیه‌کننده برنامه «جونمون» درباره میزان پرداختن به چالش‌های فرزندآوری گفت: طبیعتاً ما نمی‌توانیم در برنامه خیلی به سمت اذیت شدن‌های زیاد برویم، اما چالش‌ها را تا حدودی می‌بینیم. شاید بتوان گفت حدود ۴۰ درصد از آن چه در برنامه اتفاق می‌افتد، به چالش‌هایی مربوط است که در زندگی با بچه‌ها وجود دارد. وی افزود: از غذا خوردن و لباس پوشیدن گرفته تا زندگی کردن با بچه‌ها، جمع کردنشان، ساکت کردنشان، مرتب کردنشان و راضی و متقاعد کردن آن ها، همه این ها بخش‌هایی از سختی زندگی با کودک است و ما در قسمت‌های مختلف برنامه، آن ها را می‌بینیم. «سیف‌اللهی» تأکید کرد: این‌طور نیست که همه چیز در برنامه گل و بلبل باشد. یک‌سری چالش‌ها وجود دارد و شرکت‌کنندگان با آن ها مواجه می‌شوند. ما تلاش کردیم زندگی را همان‌طور که هست ببینیم؛ هم لحظات شیرین را داشته باشیم و هم بخشی از دشواری‌ها را نشان دهیم. وی درباره ایجاد تعادل میان نگاه آموزشی و سرگرمی در برنامه توضیح داد: مخاطب همیشه از خودش می‌پرسد چرا باید این برنامه را ببینم؟ آیا این برنامه چیزی به من اضافه می‌کند؟ آیا به سؤالی که در ذهن من وجود دارد پاسخ می‌دهد؟ این تهیه‌کننده ادامه داد: ما تلاش کردیم که یک فرم جدید و محتوای جدید دارد، به این سؤال پاسخ دهیم. برای رسیدن به این هدف، در مرحله پیش‌تولید حدود هفت تا هشت ماه تحقیق داشتیم. «سیف‌اللهی» گفت: با زوج‌های مختلف و آدم‌های مختلف صحبت کردیم و از موردهای متفاوت استفاده کردیم. همچنین اساتیدی در اتاق فکر ما حضور داشتند و از نظرات روان‌شناسان، روان‌پزشکان، مشاوران خانواده و مشاوران ازدواج استفاده کردیم. وی افزود: همه این داده‌ها را کنار هم گذاشتیم تا به این نتیجه برسیم که در برنامه چه چیزی را باید آموزش بدهیم و نقطه آموزش ما کجاست. یکی از موضوعاتی که به آن رسیدیم، بحث تربیت بود. «سیف‌اللهی» با تأکید بر اهمیت تربیت در فرآیند فرزندآوری بیان کرد: تربیت یکی از مهم‌ترین بخش‌های فرزندآوری است، به همین دلیل تلاش کردیم به تربیت خانوادگی شرکت‌کنندگان هم برگردیم و از آن ها بپرسیم در چه محیطی تربیت شده و بزرگ شده‌اند. شاید این کار در ظاهر ساده باشد، اما برای رسیدن به پاسخ‌های درست، فرآیند سختی است.

این تهیه‌کننده در خصوص شباهت برنامه «جونمون» با برنامه‌های مشابه در جهان گفت: در دنیا برنامه‌هایی ساخته می‌شود که فضای رئال و فان را با حضور بچه‌ها ایجاد می‌کنند و ما هم تحقیقات و مطالعاتی در این زمینه داشتیم، اما ما به این نتیجه رسیدیم که در جهان، نمونه‌ای با این ایده که زوج‌های بدون فرزند را وارد موقعیتی کنند که در کنار بچه‌ها قرار بگیرند و زندگی با آن ها را تجربه کنند، وجود ندارد. این تفاوت اصلی برنامه ما با همه کارهایی است که تا امروز ساخته شده است. «سیف‌اللهی» درباره انتخاب نام برنامه نیز گفت: ما دنبال این بودیم که مخاطب وقتی اسم برنامه را می‌شنود، بتواند با آن همذات‌پنداری کند. شعار ما این است که «بچه‌های ایران، بچه‌هامون، جونمون هستند». وی ادامه داد: برای هر پدر و مادری بچه‌اش جونش است. آدم ممکن است درباره خیلی چیزها از واژه‌های مختلف استفاده کند، اما وقتی می‌گوید «بچه‌ام جونمه»، معنای متفاوتی دارد. این عبارت را بارها از مردم شنیده‌ایم. این تهیه‌کننده تصریح کرد: عنوان «جونمون» از همین‌جا آمده است؛ این که فرزند هر کسی و بچه‌های این خاک، جون ما هستند، بنابراین تلاش کردیم عنوان برنامه هم همین حس را منتقل کند. «سیف‌اللهی» در ادامه درباره دشواری‌های تولید «جونمون» گفت: چالش‌های ما زیاد بود. همین که در فرآیند تولید این برنامه، دو جنگ را دیدیم، خودش اتفاق مهمی بود. در میانه ساخت دکور، جنگ و تولید متوقف شد و بعد از جنگ دوباره برگشتیم و ضبط را انجام دادیم. وی ادامه داد: مسائل اقتصادی و اتفاقات مختلف دیگری هم وجود داشت که طبیعتاً بر روند تولید تأثیر می‌گذاشت. اما در کنار همه این ها، کار کردن با بچه‌ها یکی از سخت‌ترین بخش‌های تولید بود. «سیف‌اللهی» با اشاره به ویژگی‌های کار با کودکان گفت: کار کردن با بچه‌ها هم خیلی سخت است و هم خیلی شیرین و جذاب. خانواده‌های بچه‌ها هم در محل ضبط حضور داشتند و باید واقعاً به بچه‌ها خوش می‌گذشت. نمی‌توانستیم از آن ها انتظار داشته باشیم مثل یک بازیگر بزرگسال رفتار کنند. وی افزود: بچه‌ها ممکن است یک‌باره بخواهند بیرون بروند، آب بخورند، غذا بخورند یا کار دیگری انجام دهند. ما در واقع اجازه دادیم بچه‌ها زندگی خودشان را داشته باشند. این مسئله از نظر تولیدی آدم را اذیت می‌کند، اما در عین حال باعث می‌شود فضای برنامه واقعی‌تر شود. «سیف‌اللهی» درباره طراحی دکور و شیوه تصویربرداری نیز توضیح داد: ما نمی‌خواستیم وقتی زوج‌ها و بچه‌ها وارد فضای برنامه می‌شوند، احساس کنند این جا یک برنامه تلویزیونی است؛ می‌خواستیم راحت باشند و احساس کنند وارد خانه، مهدکودک یا یک فضای واقعی شده‌اند. تهیه‌کننده برنامه «جونمون» افزود: برای همین تلاش کردیم بچه‌ها حضور دوربین را احساس نکنند و مجبور شدیم دوربین‌ها را پشت شیشه قرار دهیم. در مجموع حدود ۱۸ تا ۱۹ دوربین داشتیم. «سیف‌اللهی» ادامه داد: این مسئله طبیعتاً کار تصویربرداری را سخت می‌کرد، چون ارتباط مستقیم با دوربین‌ها نداشتیم و باید تصاویر را از پشت شیشه دریافت می‌کردیم. در عین حال، همه چیز رئال بود و نمی‌توانستیم از بیرون اتفاقات را کنترل کنیم. وی انتخاب زوج‌هایی که مخاطب بتواند با آن ها ارتباط برقرار کند، طراحی دکور، فرآیند پیش‌تولید، تولید و پس‌تولید را از دیگر چالش‌های این برنامه عنوان کرد و گفت: در مرحله پس‌تولید نیز تدوین برنامه و درآوردن ریتم آن کار ساده‌ای نبود. تلاش کردیم در همه این مراحل کاری را که بلد هستیم به بهترین شکل انجام دهیم و در نهایت برنامه‌ای ارائه کنیم که مخاطب با آن ارتباط برقرار کند. «سیف‌اللهی» خاطرنشان کرد: اگر قرار باشد ایران پیر و تنها نشود، یکی از راه‌های آن این است که ما به فرزندآوری کمک کنیم. اما به نظرم برای این کار فقط شعار دادن کافی نیست؛ باید فضایی ایجاد کنیم که افراد بتوانند تجربه کنند و خودشان بخشی از جذابیت‌های زندگی با بچه‌ها را ببینند. وی در پایان گفت: «جونمون» تلاش کرده است همین مسیر را دنبال کند؛ یعنی به جای این که صرفاً بگوییم فرزندآوری خوب است، بخشی از زندگی کنار بچه‌ها را به مخاطب نشان دهیم؛ زندگی‌ای که هم شیرینی دارد، هم خستگی، هم چالش و هم لحظاتی که می‌تواند برای افراد بسیار جذاب و دوست‌داشتنی باشد.

معرفی بازیگران فصل سوم سریال «کارآگاه علوی»



سریال «کارآگاه علوی» که در سال های ۱۳۷۵ و ۱۳۸۷ با استقبال مخاطبان در دو فصل همراه بوده، به ایستگاه پخش فصل سوم خود رسیده است. در این مجموعه بازیگرانی از نسل‌های مختلف سینما و تلویزیون و تئاتر ایفای نقش می‌کنند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی سیما، مجموعه «کارآگاه علوی» در فصل سوم خود این بار با حضور «بهنام تشکر» میزبان مخاطبان خواهد بود؛ همچنین «احمد نجفی» بازیگر اصلی و محبوب فصل اول و دوم سریال کارگاه علوی در این فصل ایفای نقش می‌کند. «کارآگاه علوی» به کارگردانی «سیدجمال سیدحاتمی» و تهیه کنندگی «پرویز امیری» در فصل تازه خود اگر چه در همان بازه زمانی دهه ۱۳۲۰ روایت می شود اما نگاه متفاوتی دارد به ماجراهای جدیدی از تعقیب حقیقت و چالش‌های زندگی. در حالی که تلاش‌ها برای تکمیل مراحل تولید همچنان در جریان است، فصل سوم کارآگاه علوی از جمعه پیش رو روانه آنتن شبکه یک سیما می شود تا نه تنها خاطره دهه های ۷۰ و ۸۰ را جانی دوباره ببخشد که نسل حاضر را به حدود یک قرن پیش و داستان های جنایی و پلیسی آن دوران ببرد.

در این مجموعه که از محصولات جدید و پر بازیگر سیما فیلم است، «رسول نقوی»، «مرتضی اسماعیل‌کاشی» و «کیوان ساکت‌اف» در نقش دیگر کارآگاهان در کنار «بهنام تشکر» حضور دارند. همچنین «علی دهکردی»، «رامین ناصرنصیر»، «هدیه بازوند» و «حمیده مقدسی» نیز از جمله بازیگران اصلی سریال «کارآگاه علوی» هستند. پیشتر در این مجموعه، بازیگرانی همچون «سیامک صفری»، «سوگل طهماسبی»، «هلیا امامی»، «رؤیا میرعلمی»، «آشا محرابی»، «نسیم ادبی»، «قربان نجفی» و «پریا مردانیان» مقابل دوربین رفته‌اند. «بهاره رهنما»، «یوسف صیادی»، «امیرحسین صدیق»، «نگین معتضدی»، «سیروس همتی»، «بهراد خرازی»، «افشین سنگ چاپ»، «ایوب آقاخانی»، «حسین رفیعی»، «اتابک نادری»، «بابک نوری»، «سیدجواد طاهری»، «سامرند معروفی»، «مزدک رستمی»، «مرجان منقی»، «صفا آقاجانی»، «علی غریب»، «عرفان آصفی» و... هم بازیگرانی هستند که در این پروژه ایفای نقش کرده‌اند. دیگر عوامل سازنده این مجموعه عبارتند از: نویسنده: «حسن هدایت»، جانشین تهیه کننده و مدیر تولید: «رضا سبحانی»، مدیر فیلمبرداری: «مسلم تهرانی»، تدوین: «مهدی جودی»، طراح صحنه و دکور: «مرتضی پورحیدری»، طراح لباس: «ژاله زکی‌زاده»، طراح چهره پردازی: «مجید اسکندری»، مدیر صدابرداری: «علیرضا نیازی»، انتخاب بازیگر و دستیار اول کارگردان: «حمیده مقدسی»، مدیر برنامه ریزی: «وحید کاشی»، موسیقی: «فرید سعادتمند»، صداگذاری و ترکیب صدا: «حسین مشعلی» و «امید محمدی پور»، جلوه های بصری: «امیر ولی خانی»، مدیر تدارکات: «علیرضا عبدا... زاده» و عکاس: «نسیم افشاری».