

موزیک لجن با چه سرمایه‌ای تولید می‌شود و از چه مکانیسمی برای جذب مخاطب استفاده می‌کند

سادیسیم مانکن



محمدحسین سلطانی خبرنگار

«حتی سعی در شناختن این آدم‌ها هم کراهت داره چه برسه به اینکه بخوای آهنگ‌هاشون رو گوش هم بدی.»

این کامنت را خانمی زیر یکی از آخرین پست‌های «فرهیختگان» گذاشته. خانم کامنت‌گذار نظرش را درباره پستی مطرح کرده که مربوط

به یک تحلیل آماری درباره افزایش میزان مخاطبان ساسان حیدری یا همان ساسی مانکن است. حقیقتش را بخواهید، این جملات چندان هم از نظر و نگاه ما دور نیست. بازی‌ها و تبلیغات رسانه‌ای ساسان حیدری از یک طرف و از طرف دیگر واکنش‌های متقابل آن در داخل، عملاً بدل به بازی عبانده حیدری با جامعه ایران شده، بازی‌ای که گویا انتها ندارد و با هر تِرک و افزایش چند میلیونی بازدید، ترک جدید منتشر و بازی تازه شکل می‌گیرد. با این حال کلیپ آخر ساسان حیدری یک تفاوت با سایر آواها (بهتر است از گفتن واژه موسیقی برای این فرد پرهیز کنیم) و حرکاتی دارد که برای ویرال شدن و گرفتن مخاطب انجام می‌دهد؛ آخرین کنش رسانه‌ای او واکنشی است نسبت به مخالفت‌های جامعه ایرانی با ساسان حیدری. او تقابلی با تفکرات رایج سیاسی ندارد، بلکه نقطه مقابلش را مخاطبی قرار می‌دهد که فارغ از نگاه‌های دینی مذهبی و حتی ملی در برابر ابتذل قرار گرفته است. حیدری را نمی‌توان اولین حامی علنی ابتذل دانست اما قطعاً یکی از مهم‌ترین نمادهای آن است، نمادی که سالانه ترکی می‌دهد و تمام آنچه جامعه ایرانی از آن می‌ترسد را یادآور می‌شود. خوب، تا اینجا‌یی مثن چیزهایی را گفتیم که طبیعتاً مخاطب کم و بیش آن‌ها را شنیده اما اجازه بدهید با شرح یک موقعیت، مسئله اصلی را مطرح کنیم.

اولین نسل زدی حوالی تان را پیدا کنید و اگر توانستید یک مکالمه کوتاه با او داشته باشید و در باره جدیدترین بازی ساسان حیدری پرسید، پرسید چرا او وایرال می‌شود و شنیده می‌شود؟ چرا حدود ۲۵۰ هزار نفر ظرف سه روز به مخاطبانش اضافه می‌کند؟ چرا با آنکه همه می‌دانند بند ناف ساسان حیدری ورقایش را با ابتذل آل‌گره زده‌اند اما هنوز هم

بسیاری رکب مدل تبلیغاتی حیدری را می‌خورند؟ چرا ساسان حیدری بدل به عصری تأثیر گذار در فرهنگ مملکت می‌شود. ماه به جای شما این سؤال را پرسیدیم و پاسخمان شد: «ساسی مانکن از رد فلگ‌های جامعه ایران حرف می‌زند.» همان رد فلگ‌هایی که اسماً در خطوط قرمز جامعه قرار گرفته اما حاصل شیوه‌ای از زندگی است که در فقر بسته مناسب فرهنگی برای خانواده‌ها زاییده می‌شود.

مؤلفه مشترک در اینجا و آنجا

در همین زمان که ساسان حیدری با استفاده از چند مؤلفه وایرالی و ریتم دست‌چندی، خوراک حدود چند میلیون مخاطب را تهیه می‌کند و نزدیک به ۳۰ میلیون بازدید می‌گیرد، چندین اندیشکده، پژوهشگاه و البته نهادهای مختلف در حال پژوهش روی نسلی است که شاید عمده مخاطبان آثار ساسان حیدری را شکل می‌دهد. حیدری منطق مارکت را به خوبی می‌شناسد و می‌داند چطور خود را ویرال کند. او از کانسپت صدا خارج شده و تمام تمرکزش را روی تصویر و تبلیغات گذاشته است. محصولی که حیدری ارائه می‌دهد، کیسولی از اکسپلور است به همراه نمایندگان حاضر در آن. او در آثارش به مدل‌های جنسی، تغذیه اصلی رسانه‌ای جامعه (این بار شبکه نمایش خانگی)، شوخی‌های جنسی توییتری و تلگرامی بها می‌دهد. حالا چرا ما می‌گوییم ساسان حیدری حاصل فقر بسته مناسب فرهنگی است؟ کافی است دوباره نگاهی به همین مؤلفه‌های مشترک بیاندازیم و با دست پر به سراغ فضای رسانه‌ای داخل کشور برویم. مدل کمدی‌ها و شوخی‌ها در سینما و دیگر بسترهای رسانه‌ای داخلی چه مقدار با تولیدات حیدری متفاوت است؟ کافی است نگاهی به یکی از کمدی‌های فجر ۴۳ بیندازیم. نه تنها دید کلیشه‌ای نسبت به جامعه مذهبی همان دیدی است که در ویدئوکلیپ ساسان حیدری نمایش داده می‌شود، بلکه استفاده از مدل‌های جنسی و شوخی‌های تلگرامی و توییتری هم مبتنی بر همان مؤلفه‌های مشترک است. مؤلفه‌هایی که در داخل با عنوان مؤلفه فروش شناخته می‌شود و وقتی همین مؤلفه‌ها به فضای اینستاگرام می‌رود، نامش را به مؤلفه‌های وایرال شدن تغییر می‌دهد. همان‌طور که سازندگان

نگاهی به «شهر و دیوارهای نامطمئنش»، جدیدترین اثر هاروکی موراکامی

نویسنده و شخصیت‌های مطمئنش!

دیدار معشوق به او دست می‌دهد، محرک اصلی او برای تمایل به انجام این سفر و حضور در شهری عجیب با دیوارهای محکم است. رفت و برگشت‌هایی که در میانه رمان صورت می‌گیرد، خواننده را متوجه این تعلیق میان واقعیت و خیال می‌کند؛ تعلیقی که نهایتاً هم در آن مشخص نمی‌شود کدام بخش واقعی و کدام بخش خیالی است.

قوت قلم توصیف‌گر موراکامی، در این رمان هم باز یگر اصلی است و توصیفات او از کتابخانه‌ای کوچک و دورافتاده که مدیری عجیب و خاص دارد به همراه توصیفات او از جزئیات-تظیر دمنوش خاصی که مرهم اصلی چشمان آسیب‌دیده است و چوب درخت سیب که بهترین عطر را پس از سوختن عرضه می‌کند- لحظات خاصی را برای مخاطب ایجاد می‌کند تا به طور جدی با محور اصلی رمان درگیر شود. «کتاب‌خوار» بودن موراکامی در تک عباراتی که در توصیف محیط کتابخانه مطرح می‌کند، جاری است و این حس خوشایند را به خوبی به خوانند منتقل می‌کند. برخلاف برخی دیگر از آثار موراکامی-به طور ویژه، داستان‌های کوتاهش- جزئیاتی که آقای نویسنده در «شهر و دیوارهای نامطمئنش» به مخاطب ارائه می‌کند، به طور کامل در خدمت ایجاد بستر مناسب برای درک جهان خلق‌شده در کتاب هستند و حجم بالای توصیف، مخاطب را آزاد نمی‌دهد. از سوی دیگر، موراکامی در یک‌سوم ابتدایی کتاب، مخاطب را با یک شوک ناگهانی روبه‌رو می‌کند که می‌تواند قلاب اصلی برای ادامه داستان و پیگیری روایت از سوی خواننده باشد. همین شوک، مجدداً و

کمدی-جنسی‌های داخلی از این مدل از طنزها با موضوعاتی چون «داشتن مخاطب» و «دفاع از سرگرمی» حمایت می‌کنند، از آن طرف حیدری هم با همین منطق مدل فعالیتش را توسعه می‌دهد و از چند میلیون مخاطب عبور می‌کند.

جامعه مذهبی هم درگیر است

روز گذشته آماری از سوی کانال تحلیل شبکه‌های اجتماعی مجازی منتشر شد، مبنی بر اینکه کلیپ ابتدایی ساسان حیدری با عنوان توبه که پیش درآمد مارمولک بود، باعث شده بخشی از جامعه مذهبی چیزی حدود ۲۵۰ هزار نفر- به دنبال کردن پیج این فعال رسانه‌ای روی بیاورند. او در یکی از همین کلیپ‌های پیش درآمد اقدام به ریختن مشروب در سرویس بهداشتی کرده و در پست دیگر، کلیپی با عنوان «توبه» منتشر کرده است. بررسی صفحه اینستاگرام او نشان می‌دهد که این دو ویدئو، پربازدیدترین ویدئوهای اینستاگرامی ساسی مانکن بوده است؛ به‌نحوی که ویدئوکلیپ «توبه» از دو ویدئوکلیپ جتجالی سال‌های گذشته او با عنوان «برادران لپلا» و «تهران توکیو» ۱۶ میلیون بار بیشتر دیده شده است. این تفاوت عدد نشان می‌دهد افرادی این ویدئوها را دیده‌اند که احتمالاً تا پیش از آن هیچ‌گاه صفحه‌هاورا ندیده بودند. در این پست‌ها کامنت‌های فراوانی در استقبال از توبه او دیده می‌شود. اینکه چه میزان از این ۲۵۰ هزار نفر را می‌توان از جامعه مذهبی دانست، هنوز دقیق مشخص نیست اما یک مسئله بسیار مهم است که به آن توجه‌شود؛ آن جامعه ۲۵۰ هزار نفری تنها مشککش با ساسان حیدری در محتوای آن بود و نه در کیفیت آثار. واقعیت این است که همان میزان که مارمولک و هنر جامعه ایرانی است، توبه هم دقیقاً همین کار را انجام می‌دهد، «حتی بدون در نظر گرفتن این موضوع که این کلیپ تبلیغات اثر دوم است.» اینکه چه اتفاقی رخ می‌دهد که مخاطب ایرانی به اثری مانند توبه اقبال نشان می‌دهد ناشی از سطح توقعی است که روز به روز از مخاطب ایرانی پایین می‌آید، مخاطبی که به دیدن کمدی‌های دست‌چندی تن می‌دهد چون چاره‌ای ندارد. مخاطبی که بالاچار کمدی‌های دست‌چندم فضای رسانه‌ای رسمی و غیررسمی را تحمل

درست در زمانی که خواننده خیال می‌کند به ساحل یکتواختی رسیده، در یک‌سوم پایانی کتاب وارد می‌شود و خواننده از یک جهان «واقعی یا خیالی- به جهان دیگر وارد می‌شود. موراکامی در این رمان هم تسلط ویژه خود بر محصولات فرهنگی غربی-به طور خاص، آثار موسیقی-را به نمایش گذاشته و در هر چند صفحه، به بهانه‌ای اقدام به نمایش این مهارت خاص خود می‌کند؛ از پخش شدن صدای موسیقی در یک کافی‌شاپ تا پوستری که روی تی‌شرت یک کودک چاپ شده و حتی رویابافی درباره یک گروه موسیقی کلاسیک روسی. شاید این ویژگی موراکامی را بتوان با روایتی که پاتریک مک‌کیب در رمان «شاگرد قصاب» ارائه کرده، مقایسه کرد؛ هرچند موراکامی به عنوان یک نویسنده شرقی نگاه عمیق‌تر و البته از بیرونی به محصولات موسیقایی غربی دارد.

رمان جدید موراکامی، کتاب کم‌شخصیتی است؛ یعنی اگر برخی شخصیت‌های فرعی را کنار بگذاریم نهایتاً به سه شخصیت اصلی می‌رسیم؛ اولی، مرد مجوری داستان است که کتاب را با روایت او دنبال می‌کنیم. دومی، آقای تاتسو یا کویاسو، مدیر مرموز کتابخانه دور افتاده است که بعد از چند صفحه، متوجه یک ویژگی عجیب در او می‌شویم و نهایتاً، سومی یک پسر بچه عجیب با ویژگی‌های خارق‌العاده است که همیشه یک تی‌شرت خاص می‌پوشد. تمام داستان شهر و دیوارهای نامطمئنش را می‌توان حول محور روایط این افراد تعریف کرد که با شخصیت‌های فرعی دیگری نظیر معشوقه و خانم منشی کتابخانه و نهایتاً خانم صاحب کافی‌شاپ

فیلم «نژا۲» اولین انیمیشن ۲ میلیارد دلاری تاریخ شد

انیمیشن «نژا۲» (Ne Zha۲) به اولین فیلم غیرهالیوودی و نخستین انیمیشن تاریخ تبدیل شد که از مرز دومیلیارد دلار فروش عبور کرده است. این اثر سینمایی پس از پاندی کرونا به یکی از پرفروش‌ترین فیلم‌های جهان تبدیل شده و تنها «آواتار ۲» (Avatar۲) را بالاتر از خود می‌بیند. آواتار ۲ تاکنون با فروش ۲.۳۲ میلیارد دلاری در رتبه سوم پرفروش‌ترین فیلم‌های تاریخ قرار دارد، اما نژا۱ ممکن است با عبور از این رقم، شگفتی دیگری رقم بزند. این فیلم که در تعطیلات سال نوی چینی اکران شد، رکوردهای متعددی را شکست. داستان نژا ۲ برگرفته از یک افسانه کلاسیک چینی است و درباره پسری به نام «نژا» است که با داشتن قدرت‌های جادویی باید از انسان‌ها در برابر هیولاهای دریایی محافظت کند. این انیمیشن در آمریکای شمالی ۱۶.۱ میلیون دلار و در سایر نقاط جهان ۱۳ میلیون دلار فروش داشته است. پیش‌تر نیز توانسته بود عنوان پرفروش‌ترین فیلم تاریخ در یک بازار و پرفروش‌ترین انیمیشن تاریخ را بالاتر از «درون بیرون ۲» (Inside Out ۲) به‌دست آورد. از زمان پاندی کرونا، فیلم‌های بسیاری توانسته‌اند در گیشه به موفقیت چشمگیری دست یابند. در صدر این فهرست، آواتار ۲ با فروش ۲.۳۲ میلیارد دلاری قرار دارد و پس از آن نژا ۲ با دومیلیارد دلار فروش، جایگاه دوم را به خود اختصاص داده است. «مرد عنکبوتی: راهی به خانه نیست» نیز با ۱.۹۲ میلیارد دلار در رتبه سوم جای گرفته است. همچنین، درون و بیرون ۲، «تاپ گان: ماوریک»، «باربی»، «فیلم برادران سوپر ماریو»، «دپول و ولورین»، «موانا ۲» و «سنی‌ا زوراسیک: قلمرو» از دیگر آثار موفق این دوران بوده‌اند.

می‌کند، درنهایت در فضای تبلیغاتی حیدری هم می‌افتد و برایش ضریب پیدا می‌کند و آن را هم در تغذیه رسانه‌ای خود قرار می‌دهد. بله! توبه و مارمولک حاصل فاجعه تولیدات رسانه‌ای داخلی است، تولیداتی که آنقدر در پوشش دادن سلیقه‌های مختلف ضعیف عمل می‌کند و آنقدر مبتنی بر کلیشه پیش می‌رود که طبیعتاً فضا را برای آهنگ‌های دست‌چندم حیدری باز می‌کند. آثاری که به عنوان خط‌شکن عمل می‌کنند و با باز کردن قفل‌های جدیدی از شوخی‌های جنسی، به تولیدکنندگان داخلی این گرا را می‌دهند که می‌توانند، سطح شوخی‌ها و نمایشگری‌های اروتیکشان را تا کجا گسترش دهند.

حالا جامعه ما می‌ماند و رد فلگ‌هایی که نمی‌دانند با آن‌ها چه کند. اگر بخواهد توقاتش را مانند سابق نگه دارد، باید با فضای رسانه‌ای داخلی خداحافظی کند و تولیدات خارج از کشور را دنبال کند. حالا ما مانده‌ایم تولیدکنندگان محتوازه داخلی و آن‌هایی که در داخل و خارج از کشور بند نافشان را با ابتذل باریده‌اند. تولیدکنندگانی که یکی با ساختن آثار اصطلاحاً سالم و یا ناتوانی فرمی، و هن مقدسات را پی می‌گیرد و دیگری با قصد و برنامه‌ریزی‌های تبلیغاتی چنین کاری را پی می‌گیرد. نتیجه یکی است، اما آدم‌ها متفاوتند. منطق هر دو همان منطق اینستاگرامی است اما گمان می‌کنند با تفاوت در محتوا می‌توانند مخاطب جذب کنند. این شباهت به جایی می‌رسد که کلیپ‌هایی مانند توبه می‌تواند مخاطبان را بازی دهد که نکند این محتوای مذهبی است و فلان نهاد آن را برای ترویج فلان موضوع ساخته.

طبیعتاً این آخرین اثر حیدری نیست و آخیش هم نخواهد بود. او دوباره با استفاده از مؤلفه‌های مشترک ویدئوکلیپ تولید می‌کند و مخاطبانش را افزایش می‌دهد. داخلی‌ها هم با گرته‌برداری از آثار او در جدال جذب مخاطب به رقابت می‌پردازند. ما می‌شویم واکنش او و حیدری هم در پایان سال با یک کلیپ ابتذل سال را جمع‌بندی می‌کند و همه چیز را به سال جدید می‌برد. و دوباره این فرایند تکرار، تکرار و تکرار می‌شود. در این جریان بازنده کسی نیست جز مخاطبی که نمی‌خواهد مارمولک ساسی مانکن را ببیند بلکه در انتظار چیزی از جنس کمدی پرستویی، تیریزی و قاسم‌خانی ده ۸۰ است.

تکمیل می‌شود.

نابید این نکته را هم فراموش کرد که تسلط مترجم بر ادبیات و فرهنگ ژاپنی باعث‌شده تا ترجمه امیر دیانتی، رنگ و بو داشته باشد و صرفاً یک برگردان از متن نباشد؛ بلکه نوعی از فضای مه‌آلود شرقی را نیز برای خواننده نداعی می‌کند که به درک فضای تعلیق‌ناک خلق‌شده توسط نویسنده، کمک ویژه‌ای می‌کند. موراکامی را یکی از اساتید تعلیق‌های ناتمام معرفی می‌کنند؛ تعلیق و انتظاری که در تمام داستان‌هایش حضور دارند و اغلب به سرانجام نمی‌رسند؛ زلزله‌ای قریب‌الوقوع، قفدانی بی‌دلیل، آرزویی بر زبان نیامده و دوستی که در دل دریا گم شده است. با این حال، «شهر و دیوارهای نامطمئنش» را باید قله تعلیق‌گرایی موراکامی دانست؛ رمانی که نه شامل تعلیق بلکه اساساً در توصیف و روایت تعلیق است و تمام شخصیت‌ها به صورت موازی در جهان‌های مختلف، معلق‌اند و حتی امکان جابه‌جایی فیزیکی هم دارند. از آنجایی که این داستان، ریشه در سال‌های ابتدایی نویسنده‌گی موراکامی دارد و در آن ایام، ژاپن در تعلیق میان سنت امپراتوری و مدرنیته اجباری آمریکایی قرار دارد، نوع روایت و بافت داستان را می‌توان برگرفته از فضای حاکم بر این کشور دانست که از طریق قلم آقای نویسنده بر روی کاغذ جاری شده است؛ یعنی دقیقاً همان جایی که شخصیت اصلی داستان تا‌دم در خروجی شهر می‌رود و از شهر خارج نمی‌شود؛ ولی چون به خروج از شهر علاقه دارد، ناخواسته از آن خارج می‌شود؛ یعنی دقیقاً چیزی شبیه وضعیت ژاپن در دوران پس از جنگ جهانی دوم.

