خراسان
WWW.KHORASANONLIN.IR
سه شنبه ۱۰ شهریور ۱۴۰۵ ■ شماره ۲۲۱۳۰ ■ ۱۹ ربیع الاول ۱۴۴۸ ■ اول سپتامبر ۲۰۲۶

عموپورنگ بازیگر سینما شد

داریوش فرضیایی پس از سال‌ها فعالیت هنری، نخستین تجربه سینمایی‌اش را با گروه آشنای خود رقم می‌زند

مصطفی قاسمیان
info@khorasannews.com

روز گذشته و با انتشار نخستین جزییات رسمی از فیلم سینمایی «عموی بچه‌ها»، روشن شد داریوش فرضیایی (عموپورنگ) پس از افزون بر سه دهه فعالیت در تلویزیون و در سال‌های اخیر نمایش خانگی، بالاخره این روزها مشغول به سینما شده که اتفاقی مهم در کارنامه او محسوب می‌شود. این اثر به کارگردانی احمد درویشعلی‌پور و تهیه‌کنندگی علی قائم‌مقامی که نخستین فیلم سینمایی فرضیایی به شمار می‌رود، قرار است به سی و هشتمین جشنواره بین‌المللی فیلم‌های کودکان و نوجوانان برسد و در این رویداد رونمایی شود. فیلم‌برداری این اثر از هفته گذشته در تهران آغاز شده است.

همچنان کمدی و فانتزی

ورود عموپورنگ به سینما، البته قرار نیست به معنای فاصله گرفتن او از مسیری باشد که در سه دهه گذشته طی کرده است. «عموی بچه‌ها» یک فیلم فانتزی و کمدی برای کودکان است و همان فضایی را ادامه می‌دهد که او در سال‌های اخیر بارها در قالب سریال‌های نمایشی تلویزیونی و اینترنتی تجربه کرده و حالا قرار است در قالب یک فیلم سینمایی ادامه پیدا کند. این مسیر با تولید «محله گل و بلبل» از نیمه دهه ۹۰ و با افزودن داستان‌های نمایشی اپیزودیک به آثار وی شروع شد و بعدها با «کلبه عموپورنگ» و «آرزوهای چپکی» به اوج رسید؛ مسیری که این روزها با «اکسیر» بار دیگر به سمت تلویزیون رفته است.

با حضور دوستان سال‌های اخیر

نکته جالب‌تر این که فرضیایی این بار هم ترجیح داده تنها وارد میدان نشود. گروه سازنده «عموی بچه‌ها» تا حد زیادی یادآور تیمی است که طی سال‌های اخیر در پروژه‌های مختلف عموپورنگ کنار او بوده‌اند. احمد درویشعلی‌پور روی صندلی کارگردانی نشسته، محمد درویشعلی‌پور فیلم‌نامه را نوشته و علی قائم‌مقامی تهیه‌کننده فیلم است. شهرام خلج نیز طراحی چهره‌پردازی را برعهده دارد. او همان گروه بازیگری آشنا و پرچهره اخیر خود را هم کنارش جمع کرده و بار دیگر با نعیمه نظام‌دوست، رامین ناصرنصیر، کمند امیرسلیمانی، جوانه دلشاد، نادر سلیمانی و حامد وکیلی همکاری می‌کند و در این میان البته ایمان صفا و هومن برق‌نورد نیز به جمع آنان اضافه شده‌اند. این جمع حدود ۱۰ سال است که در آثار عموپورنگ با وی همکاری می‌کنند.

یک تجربه تازه

حضور داریوش فرضیایی جلوی دوربین یک فیلم سینمایی، در حالی است که او پیش از این بارها پیشنهاد حضور در فیلم‌های سینمایی را دریافت کرده بود، اما به گفته خودش حاضر نشده بود صرفا به خاطر ورود به سینما، پیشنهادها را بپذیرد. حالا که این اتفاق افتاده، به نظر می‌رسد هم جنس قصه و فضا و هم ترکیب عوامل برای او اهمیت داشته و این بار احتمالا در امتداد همان مسیری این اتفاق افتاده که خودش می‌خواهد. باید دید نتیجه این حضور تازه، چه خواهد بود.

شهرکورهای نمایش خانگی!

چرا پلتفرم‌ها نمی‌توانند موفقیت یک سریال را به جایگاه پایدار در بازار تبدیل کنند؟

سیدکریم بابایی- بازار نمایش خانگی به وضعیتی نسبتاً عجیب رسیده است؛ پلتفرم‌ها با پخش یک سریال خوب، ناگهان بالا می‌آیند و چند هفته یا چند ماه بعد، با پایان همان سریال دوباره سقوط می‌کنند. انگار هیچ کدام از بازیگران این بازار هنوز نتوانسته‌اند چرخه‌ای پایدار از تولید و عرضه آثار موفق بسازند و هر موفقیت، بیشتر شبیه یک اتفاق مقطعی است تا نتیجه یک برنامه مستمر. در چنین شرایطی، بازار در آستانه ورود بازیگرانی تازه قرار دارد که چندان امیدوارکننده به نظر نمی‌رسند!

تزلزل بازیگر چیره بازار

طی ماه‌های اخیر بزرگ‌ترین پلتفرم بازار وی‌اودی روزهای کاملا آرامی نداشته است. فیلیمو که طی سال‌های دهه ۱۴۰۰ به پشتوانه چند تولید پرمخاطب، امکانات تبلیغاتی قابل توجه و پیروزی در دعواهای حقوقی و رسانه‌ای با ساترا، دست بالا را در بازار داشته، در این ماه‌ها چند شکست و تجربه کم‌فروغ را پشت سر گذاشته است. «هزار و یک شب» نمونه بارز این وضعیت بود که با وجود هزینه فراوان و ستاره‌های پرتعداد، نه‌تنها شکل و شمایل یک محصول مورد انتظار را نداشت، بلکه به یک شکست بزرگ در کارنامه سازندگان و بازیگرانش تبدیل شد. «کلاغ» محمدحسین مهدویان اگرچه از نظر کیفی، اثر قابل دفاعی محسوب می‌شد، اما آن هم نتوانست مخاطب گسترده‌ای را با خود همراه کند و با موجی از نقدها روبه‌رو شد. «کنکل» نیز اگرچه محصول باکیفیتی است، اما به علت آن که دوباره از ابتدا عرضه می‌شود، به وجهه فیلیمو لطمه زده و تصویر پلتفرمی را ایجاد کرده است که می‌خواهد از آب کره بگیرد و سریال منتشرشده را یک بار دیگر پخش کند! تنها تولید پرمخاطب ماه‌های اخیر فیلیمو، «بدنام» است که توانسته طیف نسبتا قابل توجهی از مخاطبان را با خود همراه کند، اما از لحاظ کیفی، محصولی ماقبل نقد لقب گرفته و جزر پرتاژ، درباره آن چیزی در رسانه‌ها یافت نمی‌شود.

نه خوب، نه بد مثل فیلم‌نت

از لحاظ کیفیت و کمیت آثار، فیلم‌نت شرایط بهتری نسبت به رقیب بزرگ‌تر خود دارد. این پلتفرم که در زمستان سال گذشته «وحشی» را به پخش رساند، با این سریال بار دیگر موفق بود و حال خوبی داشت؛ تا جایی که عده زیادی از تماشاگران، همچنان در انتظار ادامه آن به سر می‌برند و اخبار تولید و پخش فصل سوم این اثر، توجهات گسترده‌ای را جلب می‌کند. با این حال، فیلم‌نت نیز نتوانست بعد از پایان «وحشی ۲» موفقیت این اثر را تکرار کند و در چرخه‌ای از آثار متوسط نظیر «بیست ویک»، «اعتراف می‌کنم»، «کوری» و «بی‌عاطفه» گرفتار شد؛ سریال‌هایی که شکست نخوردند، اما به دستاوردی نیز برای این سرویس تبدیل نشدند و تنها مزیت‌شان این بود که توانستند جلوی خالی شدن سبد فیلم‌نت از محتوا را بگیرند. ادامه این مسیر با تولیدات متوسط، به ضعف برند فیلم‌نت در بازار خواهد انجامید و این پلتفرم به تولید آثار موفق در فواصل کوتاه‌تر نیاز دارد، چرا که پخش فقط ۱۰ یا ۱۲ قسمت اثر محبوب و باکیفیت مثل «وحشی»، نمی‌تواند برای یک سال تضمین‌کننده جایگاه یک پلتفرم باشد.

«شیدا» در چالش کمیت

پلتفرم شیدا شاید مهم‌ترین نمونه برای بررسی یک خطر تازه در بازار باشد: تک‌محصولی شدن پلتفرم‌ها. این سرویس اگرچه با «بامداد خمار» توانسته است مخاطب گسترده و احتمالا کاربران قابل توجهی را جلب کند، اما پایان این سریال می‌تواند دوباره وضعیت آن را تغییر دهد، چرا که یک پلتفرم وی‌اودی برای بقا در بازار، نمی‌تواند تنها یک محصول داشته باشد و وقتی مخاطب برای تماشای یک سریال اشتراک می‌خرد، باید دلیل دیگری برای تمدید اشتراک هم داشته باشد. شیدا البته پیش از این، محصول قابل دفاع دیگری مانند «مو به مو» را هم عرضه کرد، اما سیاست تک‌محصولی، تنها برای ایامی که محصولی در حد و اندازه‌های «بامداد خمار» به نمایش درمی‌آید، قابل اجراست و در سایر ماه‌های سال و البته سال‌های آینده، پایدار نیست.

وضعیت غم‌انگیز نماوا

شرایط نماوا بدتر از همه رقباست و چه بسا شاید دیگر رقابتی با دیگران نداشته باشد. پلتفرمی که زمانی یکی از دو قطب اصلی نمایش خانگی بود و از نخستین وی‌اودی‌های بازار به شمار می‌رفت، امروز دیگر جایگاه بازیگر سوم بازار را هم ندارد. نماوا که ماه‌هاست مخاطبان کم‌شمار «سووشون» را چشم‌انتظار گذاشته، اگرچه با ایده‌های عجیبی مثل شراکت «کوری» با پلتفرم بزرگ‌تر، ظاهراً سودای بازگشت به رقابت دارد، اما با

رفتار سینوسی در پخش محصولات خود، یک برند نسبتاً مرده به نظر می‌رسد و جایگاه خود را در ذهن مخاطبان به کلی از دست داده است.

امیدی به تازه‌واردها هست؟

در چنین بازاری، ورود پلتفرم‌های جدید در نگاه اول اتفاق مثبتی است، اما تجربه سال‌های اخیر نشان داده که صرف داشتن یک اپلیکیشن و چند سریال برای ورود موفق به نمایش خانگی کافی نیست. استارنت و تماشاخونه بهترین نمونه‌ها برای اثبات این موضوع به شمار می‌روند که حضور در این بازار، اصلا به آن سادگی نیست که بسیاری از خارج گود فکر می‌کنند و درست به همین دلیل بود که چند پلتفرم پیش از راه‌اندازی رسمی تعطیل شدند و بسیاری از مخاطبان هیچ‌گاه نام امثال آی‌نت، ایما، پلی و... را نشنیده‌اند. در ماه‌های اخیر، «زی‌ویژن» متعلق به علی طلوعی نیز به عنوان بازیگر تازه‌وارد، به این بازار آمده که با توجه به نبود محصولات پرشمار دپوشده، از همین حالا باید منتظر کودو شکست آن بود. در این میان، نام جدیدی که ممکن است بتواند یک قطب تازه در این بازار بسازد، سرویسی با عنوان «آپرا» است که گفته می‌شود با سرمایه محمد امامی تهیه‌کننده و سرمایه‌گذار زندانی سریال «شهرزاد» در راه است و با وجود جذب نام بزرگی چون حمید نعمت‌ا... برای ساخت سریال «داش‌آکل»، به علت همین حواشی اقتصادی گذشته، مسیر سختی برای رقابت با برندهای خوشنام‌تر دارد.