

کاربردهای کمیک استریپ^۱ در برنامه‌سازی تلویزیون؛ بازآفرینی اسطوره‌ها

الهه عطاردی^۲

چکیده

یافتن قالب‌های روایی نو در برنامه‌سازی تلویزیون همواره از دغدغه‌های اصحاب رسانه به‌شمار می‌رود. یکی از قالب‌های روایی که در حوزه ارتباطات رسانه‌ای از جایگاه بااهمیتی برخوردار است، داستان‌های مصور یا کمیک استریپ‌ها هستند. ویژگی‌های کمیک استریپ که در نوع زبان و بیان تصویری آن نهفته است، به خوبی قابلیت آن را دارد تا افسانه‌ها و اسطوره‌های ایرانی را در ظرف بیانی خود بپذیرد و زمینه‌های معرفی چهره‌های تاریخی و احیای افسانه‌های ایرانی را به نسل جدید فراهم سازند. ویژگی‌های داستان‌های مصور و نوع بهره‌گیری از آن در برنامه‌سازی تلویزیونی موضوعاتی است که در این مقاله به آن پرداخته شده است.

1. comic strip

e_atarodi@yahoo.com

۲. کارشناسی ارشد ادبیات نمایشی، پژوهشگر مرکز تحقیقات

کلیدواژه‌ها: داستان‌های مصور، کمیک‌استریپ، افسانه، اسطوره، قالب‌های

تلویزیونی

مقدمه

صنعت سرگرمی‌سازی در جهان، دیرزمانی است که به نیاز بشر به داشتن اسطوره‌ها و الگوها و روایت‌های افسانه‌ای و اسطوره‌ای توجه ویژه نشان داده است. به همین دلیل است که در چرخه عظیم تولیدات فرهنگی، نظامی ساختارمند به کار تولید الگوها و نمونه‌های بشری و فوق بشری می‌پردازد، آنها را در کتاب‌های مصور/کمیک‌استریپ‌ها متولد می‌سازد و با چشیدن ذائقه مخاطبان و توجه به میزان استقبال آنها از این مجموعه محصولات فرهنگی که اغلب در کتاب‌ها و نشریات تخصصی منتشر می‌شوند، دست به تولید عظیم می‌زند و در ادامه این شخصیت‌ها را راهی پرده سینما می‌سازد. کارکردهای این نظام تنها در دستیابی به اهداف مالی و تجاری خلاصه نمی‌شود، بلکه در این بین، رسانه‌ها می‌توانند پیام‌های مورد نظر خود را اشاعه دهند و در حالی که تخیل مخاطب خود را بارور ساخته‌اند، به آن سمت و سو بخشند. در این بین کودکان و نوجوانان همواره جزء نخستین گروه مخاطبانی بوده‌اند که مورد توجه داستان‌پردازان تصویری قرار گرفته‌اند. اگرچه کمیک‌استریپ‌ها مخاطبان بزرگسال خود را نیز به خوبی جذب و حفظ کرده‌اند، اما قدرت پنهان در تصاویر و تخیل بیکران کودکان که به آرامی در نوجوانی جای خود را به شناخت آگاهانه و گزینش الگوها می‌دهد، بستر بالیدن کمیک‌استریپ را در جهان فراهم ساخته است. امروز هجوم رسانه‌های گوناگون و فضای ملتهبی که بازار سرگرمی‌سازی خارج از کشور، کودک و نوجوان ایران را در آن قرار داده است، بیش از هر چیز نمایانگر نشانه رفتن فرهنگ و هویت مخاطب کم سن و سال ایرانی است؛ مخاطبی که بر اساس

کاربردهای کمیک‌استریپ در برنامه‌سازی تلویزیون؛ بازآفرینی اسطوره‌ها ❖ ۱۲۵

نیازهای روانی و روحیه کنجکاوش، خود در جستجوی یافتن الگوها و همذات‌پنداری با اعمال قهرمانانه شخصیت‌های داستانی، در بین روایت‌های ناآشنای مردهای عنکبوتی و خفاش‌های سیاه‌پوش، سرگردان می‌ماند و در این سفر ذهنی، کمتر نشانه‌ای از الگوهای آرمانی منطبق با فرهنگ - ایرانی اسلامی خود می‌یابد. این در حالی است که وی میراث‌دار گنجینه‌ای از روایت‌های کهن قصه‌ها و افسانه‌های ایرانی است که با وجود گذشت زمان، چهره آن تابناک و همچنان در حال درخشیدن است. بر همین اساس، یافتن قالب بیانی نویی که در دل خود خلاقیت و فناوری را درهم‌بیمزد و به احیای اسطوره‌های ملی و مذهبی، افسانه‌های کهن و قصه‌های ایرانی پردازد و از سوی دیگر پاسخگوی نیاز مخاطب کودک و نوجوان ایرانی باشد، به یکی از الزامات و ضروریات رسانه‌های داخلی تبدیل شده است. کمیک‌استریپ یا داستان‌های مصور یکی از ابزارهای روایی است که به دلیل ماهیت تخیل‌برانگیز و تصویری بودن آن، به خوبی قادر به برقراری ارتباطی مناسب و تأثیرگذار بر مخاطب خود است و از سوی دیگر ابزاری است که شاخصه‌های آن به راحتی قابلیت تعمیم‌پذیری دارد و وسایل بومی‌سازی را در اختیار هنرمندان داخلی قرار می‌دهد. اگرچه چاپ و انتشار کمیک‌استریپ‌ها در حوزه کتاب و نشریات بسیار سودمند و قابل توجه است، اما کاربردهای آن در هنر پویانمایی، اوج قابلیت‌های این قالب روایی را آشکار می‌سازد.

در حال حاضر، رسانه تلویزیون به مثابه یک نظام فرهنگ‌ساز، بیش از هر رسانه دیگری این قابلیت را دارد تا با ساخت برنامه‌هایی از این دست به تحکیم ریشه‌های فرهنگی جوانان و نوجوانان پردازد. از همین رو، کمیک‌استریپ و به‌کارگیری آن در تولید پویانمایی قالبی است که به منظور دستیابی به بخشی از اهداف طولانی‌مدت رسانه تلویزیون به برنامه‌سازان

کاربردهای کمیک‌استریپ در برنامه‌سازی تلویزیون؛ بازآفرینی اسطوره‌ها ❖ ۱۲۷

کمیک‌استریپ، در زبان فارسی به «داستان‌های مصوّر»، «داستان‌های مصوّر تخیلی» یا «کاریکاتورهای دنباله‌دار» ترجمه و به کار برده شده است، اما از آنجا که کتاب‌های داستانی کودک نیز که در آن تقدّم با نوشتار است و تصاویر تنها در حکم تکمیل‌کننده متن هستند، اغلب با عنوان داستان‌های مصوّر خوانده می‌شوند، کاربرد این واژه به همین شکل کمیک‌استریپ بیشتر متداول است. واژه «کمیک‌استریپ» از ترکیب دو واژه «کمیک» به معنای مضحک و «استریپ» به معنای نوار یا باند ساخته شده است. اگرچه کاربرد واژه کمیک در این میان، متوجّه ویژگی‌های کمدی و طنزگونه این شیوه روایی است، اما کمیک‌های طنز تنها یکی از زیرشاخه‌های کمیک‌استریپ را تشکیل می‌دهند. در واقع «در دهه نخست تولّد کمیک‌استریپ، مقارن با ۱۸۲۷ میلادی، تمام موضوعات کمیک، کمدی و طنز بود، ولی بعدها بسته به ذوق و سلیقه مخاطبان کمیک‌استریپ‌ها مسیر متفاوتی را پیمودند و با تمرکز بر روی مضامین مهیج انواع دیگری یافتند. در دهه دوم تولّد کمیک‌استریپ، اغلب موضوعات، دارای شمّ پلیسی و پرزدو خورد شدند و به‌ندرت مضحک به نظر می‌رسیدند». (احمدوند، ۱۳۸۱: ۶۸) روند تحوّل در مضامین کمیک‌استریپ در طی عمر به نسبت طولانی آن ادامه دارد؛ به طوری که امروز رهاورد این تغییرات و تحولات به خلق گونه‌های جدیدی از داستان‌های مصوّر انجامیده است. برای مثال رمان‌های گرافیک، کمیک‌استریپ یا داستان‌های مصوّر تازه‌ای هستند که مشتریان بسیاری در بازارهای جهانی یافته‌اند. تفاوت عمده آنچه که رمان‌های گرافیک خوانده می‌شود، با کمیک‌استریپ‌های معمولی این است که این کتاب‌ها پا را از موضوعات ساده و معمول کتاب‌های کمیک‌استریپ فراتر گذاشته و موضوعات پیچیده‌تر و جدّی‌تری را با رویکرد ادبی و فلسفی مطرح ساخته‌اند. (بی‌نام، ۱۳۸۱: ۴۳)

کمیک‌استریپ‌ها به مدت طولانی، همچون آینه، تصویری از معایب و زشتی‌های اجتماعی را به جامعه معاصر نمایاندند و تقریباً از همان ابتدا برای تفسیرهای سیاسی یا اجتماعی مورد استفاده قرار گرفتند (ویکی‌پدیا ذیل کمیک‌استریپ). در سال ۱۹۲۷ میلادی هنگامی که بحران اقتصادی، ایالات متحده را از پا در آورده بود، کمیک‌استریپ‌ها با به تصویر کشیدن رؤیاهای و تخیلات امیدبخش، سعی فراوانی در تلطیف فضا و از بین بردن روحیه یأس و ناامیدی ایفا کردند و سپس در دهه چهل و پنجاه هنگامی که جهان ملتهب از عوارض جنگ جهانی بود، توانستند با خلق ابرقهرمانانی مانند سوپرمین، انگیزه افراد را برای خودشناسی و ایجاد اعتماد به نفس تقویت کنند. اقبال عمومی به کمیک‌استریپ از سوی مخاطبانش در هر رده سنی، بستری آماده را فراهم ساخت تا از سویی به نیازهای مخاطبانش برای سرگرمی پاسخ دهد و از سویی دیگر مروج پیام‌های اخلاقی باشد. اگرچه این نکته درباره همه گونه‌ها و زیرشاخه‌های کمیک‌استریپ صادق نیست، اما کماکان کارکردهای فرهنگی، کمیک‌استریپ را واجد ویژگی‌هایی ساخته است تا روندی رو به رشد را بپیماید و چه از نظر کمی و چه کیفی ارتقا یابد؛ به طوری که با گذشت یک قرن از تولد کمیک‌استریپ، این هنر توانسته است جایگاه با اهمیّت خود را به عنوان نوعی وسیله ارتباطی قوی، در جهان رسانه‌ها باز یابد.

ویژگی‌های کمیک‌استریپ

کمیک‌استریپ‌ها زاینده عصر ماشین چاپ و انتشار روزنامه‌ها هستند. در واقع نشریه‌ها و روزنامه‌ها نخستین مأوا در شکل‌گیری کمیک‌استریپ به‌شمار می‌روند و عجیب اینکه با وجود گذشت بیش از یک قرن، همچنان به ویژگی‌های ابتدایی و اصلی خود وفادار مانده است. چنانچه شیوه روایی آن، که از قابی به قابی دیگر ادامه می‌یابد و موضوعی واحد را دنبال می‌کند،

کاربردهای کمیک‌استریپ در برنامه‌سازی تلویزیون؛ بازآفرینی اسطوره‌ها ❖ ۱۲۹

همچنان به عنوان شاخصه اصلی کمیک‌استریپ شناخته شده و بدون تغییر به‌جا مانده است؛ اگرچه در زمینه ژانر و گونه‌های مختلف و زبان تصویری تحولات چشمگیری را پشت سر گذاشته است. کمیک‌استریپ‌ها در اواسط قرن هجدهم مسیر مشخصی را از صفحات مجله‌های فکاهی به سوی چاپ در کتاب‌های مستقل طی کردند. نخستین کتاب کمیک در چهل صفحه، در همان دوره به چاپ سپرده شد، در حالی که هر صفحه آن، شش تا دوازده پانل (لوحه/قاب) را شامل می‌شد و البته به جای بالون گفتگو (جبابی که شخصیت‌های کمیک‌استریپی در آن با هم گفتگو می‌کنند) از متنی در زیر تصاویر برای توضیح داستان استفاده شده بود. (ترابی مهربانی، ۱۳۸۸: ۱۵) این روند، بعدها هنگامی که در اوایل قرن بیستم، نخستین کمیک‌ها در ایالات متحده شکل گرفتند، کمی دستخوش تغییر شد. در این زمان گفتار شخصیت‌ها در درون بالون‌ها نوشته می‌شد و برای غافلگیری و نشان دادن تعجب



شخصیت‌ها، علامت تعجب به کار می‌رفت. برخی از آواهای صوتی مثل افتادن چیزی در آب یا ضربه‌ای ناگهانی و... نیز برای بیان حالات به کار گرفته شد که تا امروز نیز کاربرد دارد.

کمیک‌استریپ، قالب روایی است که ویژگی‌های آن را می‌توان در سه بُعد ادبی و داستان‌گویی، تصویر و شیوه طراحی و سپس در رسانه سینما و زبان تصویری آن جستجو کرد. هر یک از این سه حوزه، ویژگی‌هایی را به کمیک‌استریپ می‌بخشد. کمیک‌استریپ از سینما، شیوه تقطیع نماها (دکوپاژ)، طراحی زوایا و نماها و بیان سینمایی؛ تصویرگری، ترکیب‌بندی، کادر و اهمیت آن، فرم و محتوا و توازن و تعادل؛ و از ادبیات، شیوه‌های داستان‌گویی و شگردهای تعلیق را وام می‌گیرد. ساخت فضا مدیون به‌کارگرفتن نور و رنگ است و گفتارها اغلب برحسب قراردادهایی از پیش تعیین شده به کار می‌روند. قواعد بسیاری بر ساخت کمیک‌استریپ‌ها حکمفرما هستند؛ «یکی از قواعد الزامی در تهیه کمیک‌استریپ‌ها، عینی و واضح کردن ایده‌های کلی و انتزاعی با استفاده از زبان مجازی تصویری است. برای دستیابی به این هدف، زمان و فضا تکه تکه (دکوپاژ) می‌شود و با استفاده از نمادها، استعاره، عوامل گرافیکی، خط، رنگ، زاویه، سطح، حجم، بافت و ریتم، بازنمایی می‌شود.» (اسماعیلی سهی، ۱۳۷۵: ۲۱) در این شیوه روایی نمایش، جزئیات اهمیت بسزایی در باورپذیری مخاطب و فعال ساختن تخیل او دارد. مخاطب از طریق چشم با تصاویر ارتباط برقرار می‌کند و هر چقدر آفریننده کمیک‌استریپ مهارت بیشتری در به‌کارگیری شگردها و ابزار کار خود داشته باشد و بیشتر قواعد را بشناسد، نتیجه بهتر خواهد بود. اصلی‌ترین ویژگی کمیک‌استریپ خلق شخصیت‌ها و شیوه بازنمایی صفات و رفتارهای بیرونی و حالات درونی آنهاست. شخصیت به عنوان نقطه قوت و محور داستان مطرح و اغلب، روایت با محوریت آن شکل می‌گیرد و براساس اعمال و رفتار و گفتارهای شخصیت پیش می‌رود و گسترش می‌یابد. اگرچه هر یک از ویژگی‌های فنی که پیش از این برای کمیک‌استریپ‌ها برشمردیم، هر کدام حایز اهمیت هستند و در ساخت نهایی اثر تأثیر بسزایی دارند، اما پرداختن به جزئیات هر یک، نیازمند

کاربردهای کمیک‌استریپ در برنامه‌سازی تلویزیون؛ بازآفرینی اسطوره‌ها ❖ ۱۳۱

فرصتی دیگر است. در اینجا با توجه به بحث الگوسازی و نیاز مخاطب کودک و نوجوان به شناخت الگوها، تلاش می‌کنیم تا عنصر شخصیت را با هدف بازنشاسایی روند تولید الگو در کمیک‌استریپ با تأملی بیشتر مورد بررسی قرار دهیم.

کمیک‌استریپ و شخصیت‌پردازی

شخصیت در کمیک‌استریپ دست کم از دو زاویه قابل بررسی است. یکی تأثیر آن بر مخاطب از زاویه هویت‌یابی فردی و سپس ابزار روایی و زبان تصویری کمیک‌استریپ که شخصیت را به نمایش درمی‌آورد.

شخصیت در داستان، یکی از مهم‌ترین عناصر داستان است و محوری است که تمامیت قصه بر مدار آن می‌چرخد. شخصیت عاملی است که به واسطه آن، نویسندگان افکار و عقاید خود را بیان می‌کند و چارچوب‌های روایی بر محوریت اعمال و رفتار وی شکل می‌گیرد. خواننده در خلال داستان با ویژگی‌های جسمانی، روانی، عادات و اخلاق خاص شخصیت و جایگاه اجتماعی‌اش آشنا می‌شود. «در شناخت انواع شخصیت‌هایی که در تاریخ ادبیات دراماتیک به آنها پرداخته شده است، می‌توان تقسیم‌بندی چهارگانه‌ای قائل شد که شاید کلی‌ترین تقسیم‌بندی ممکن از انواع شخصیت در ادبیات دراماتیک باشد. این تقسیم‌بندی عبارت است از: ۱. شخصیت اسطوره‌ای ۲. شخصیت افسانه‌ای ۳. شخصیت رئالیستی ۴. شخصیت مدرن» (زاهدی، ۱۳۷۶: ۴۶)

شخصیت در کمیک‌استریپ تابع زمینه روایی اثر و مؤلفه‌های گونه‌شناختی آن است؛ کمیک‌استریپ در مدت طولانی گونه‌های متفاوتی را تجربه و از سرگذرانده است؛ کمیک‌استریپ‌هایی در ژانر حماسی و تاریخی، یا معمایی و پلیسی یا طنز؛ کمیک‌هایی که به شخصیت‌های اسطوره‌ای می‌پردازند و در ادامه شخصیت‌های فرااسطوره‌ای و ابرقهرمان‌ها را به مخاطبان خود معرفی

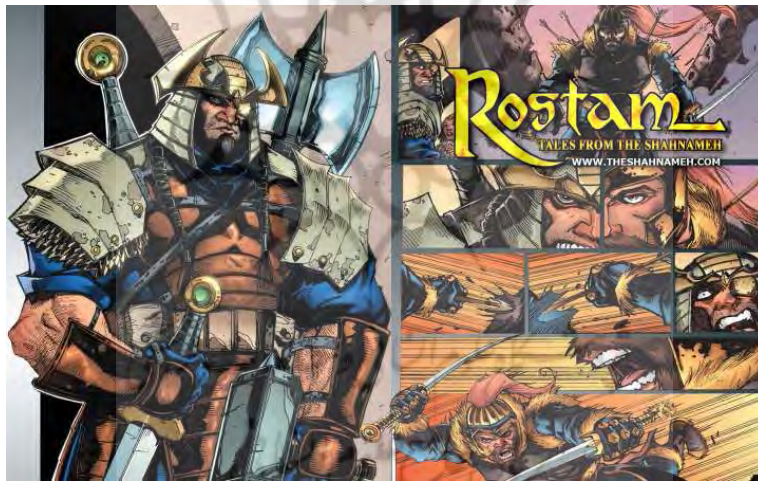
می‌کنند. در هر کدام از این انواع، شخصیت، مشخصه‌های خاص خود را می‌یابد، اما فصل مشترک همه این روایت‌ها وجود شخصیت مرکزی و محوری در مقام قهرمان است که در زمینه روایی اثر حضور می‌یابد و داستان را پیش می‌برد. «قهرمان داستان بیش از همه تلاش می‌کند تا به هدف خویش دست یابد. او شخصیتی است که خواننده / تماشاگر با او همدلی می‌کند؛ کسی است که مخاطب بیش از سایر شخصیت‌ها، او را می‌شناسد. قهرمان داستان، شخصیتی فعال و نه منفعل و بی‌تحرك دارد. او همیشه در معرض خطر است و اگر نتواند به هدف خود دست یابد، بخش مهمی از زندگی‌اش نابود می‌شود. قهرمان داستان مجبور است هدفی برای خود تعیین کند و راهبردی مناسب بیابد و در این مسیر تمام تلاش خود را به‌کاربندد تا به هدف خود دست یابد. او باید توانایی و انعطاف‌پذیری لازم را داشته باشد تا بتواند موانع را یک به یک پشت سر بگذارد» (مهرینگ، ۱۳۸۷: ۹۰). از مشخصه‌های دیگر شخصیت، دوست‌داشتنی بودن اوست. چهره‌ای که از شخصیت به نمایش گذاشته می‌شود، باید دارای ویژگی‌هایی باشد تا حس همدلی و همراهی مخاطب را برانگیزد. حس همذات‌پنداری با قهرمان داستان باعث می‌شود تا مخاطب، بویژه مخاطب کودک و نوجوان، تجلی وجود خویش را در شخصیت داستان ببیند و سرنوشت او را دنبال کند.

قهرمانان کمیک‌استریپ و هویت‌یابی مخاطبان

شکل و نوع رویارویی کمیک‌استریپ با شخصیت قصه‌ها همواره برخورداردی مبتنی بر قهرمان‌سازی و اسطوره‌پردازی بوده است. چنان که این رویکرد در عصر مدرن، خود به خلق اسطوره‌های جدیدی انجامید که بی‌آنکه در پی توجیه ریشه‌های پهلوانی یا قهرمانی برآمده از نژاد خود باشند، دست به اعمال قهرمانانه می‌زنند. این قهرمانان که از میان انسان‌های عادی برگزیده

کاربردهای کمیک استریپ در برنامه‌سازی تلویزیون؛ بازآفرینی اسطوره‌ها ❖ ۱۳۳

می‌شوند، می‌توانند مخاطبان خود را در جهانی قرار دهند که تابع قوانین خود است. در این جهان خیالی، هر غیرممکنی ممکن می‌شود و به مخاطب این فرصت داده می‌شود تا به دور از روزمرگی و کسالت زندگی واقعی، مرزهای واقعیت را درهم شکنند و از سویی نیروهای درونی خود را باور کنند. در این میان، همذات‌پنداری او با ابرقهرمان که اغلب با روند تحولی از یک انسان عادی به یک انسان با نیروهای ویژه همراه بوده است، در هویت‌یابی او تأثیر فراوان دارد. درباره مخاطب کودک «قهرمان‌های اسطوره‌ای که ابعادی فوق بشری دارند، به او امکان می‌دهند با قصه ارتباط برقرار کنند، زیرا اسطوره از کودک نمی‌خواهد خود را همتراز قهرمانان فرانسائی کند، بلکه از او می‌خواهد در قلمروی کوچک‌تر با قهرمانان رقابت کند و با آنها همسان‌سازی نماید. به



همین دلیل، کودک از کوچک بودن خود در برابر قهرمانان اسطوره‌ای احساس حقارت نمی‌کند.» (پولادی، ۱۳۸۶: ۲۵)

این، نکته مهمی است که اصولاً قهرمانی، عملی «اجتماعی» است، پس قهرمان‌سازی هم باید عملی اجتماعی باشد؛ یعنی براساس باورهای جامعه و نیازهای آن تعریف و تولید شود. رابطه تعاملی که همواره بین خالقان آثار

کمیک‌استریپ با مخاطبانش برقرار بوده، تأثیر بسزایی در روند شکل‌گیری شخصیت‌ها داشته است. به طوری که «گاه آثاری که از طرف کمپانی‌ها بارها رد می‌شد، به محض ورود به بستر اجتماع با استقبال چشمگیر و دور از انتظار خوانندگان مواجه می‌شد و می‌توانست در ویژگی‌های ابرقهرمانانی که بعدها تولید می‌شدند، تأثیر بگذارد» (بیرانوند، ۱۳۸۹: ۷۷). از همین روی، قهرمانان داستان‌های مصوّر، همواره تصویری زنده از تمایلات مخاطبان عصر خود را به نمایش درآورده‌اند. حیات شخصیت‌های کمیک‌استریپ در طول تاریخ به نسبت طولانی آن، در گرو پذیرش و اقبال خوانندگان آن بوده است و به همین علت جستجو در ریشه‌های تحوّل شخصیت‌ها، به روشنی روند تحولات فکری جامعه را نیز منعکس می‌سازد. این تغییرات در تاریخ قهرمانان کمیک‌استریپ به شرح زیر پیش رفته است: «از قطعیت به نسبیّت در ارزش‌ها، اخلاقیّت ایدئولوژی، سپس از تأکید بر قوای فیزیکی ابرقهرمانان بر توانایی‌های ذهنی آنان و بالاخره از فرم مدرن قهرمانان تا فرم پست مدرن آن». (همان: ۸۱)

سلیقه و نیاز مخاطبان نیز در این تغییر و تحوّل بی‌اثر نبوده است. مطالعه بر روی طرفداران گروه‌های سنی مختلف نشان داده است که هر گروه سنی از مخاطبان انتظار متفاوتی دارند:

۱. **گروه سنی ۱۳-۸ سال:** طرفدار ابرقهرمانان کلاسیک همانند اسپایدرمن (مرد عنکبوتی) هستند. تأکید این گروه بر روی قدرت‌های جسمی عضلات ابرقهرمان است. ارزش‌های اخلاقی به صورت مطلق در نظر گرفته می‌شود و شکل ایده‌آلیستی به خود می‌گیرد.

۲. **گروه سنی ۱۷-۱۳:** اغلب علاقه‌مند به ماهیّت اجتماعی ابرقهرمانان

هستند.

کاربردهای کمیک‌استریپ در برنامه‌سازی تلویزیون؛ بازآفرینی اسطوره‌ها ❖ ۱۳۵

۳. گروه سنی ۱۷-۳۶ سال: تأکید بر اخلاقیات، قدرت و توانایی‌های ذهنی، هوش و خلاقیت ابرقهرمانان دارند و به جذابیت‌های فردی و واقعیت‌های اجتماعی اهمیت می‌دهند. (همان)

نظام سرگرمی‌سازی با شناخت کامل خود از مخاطب، دست به تولید می‌زند و بر همین مبنا شخصیت‌هایی را خلق می‌کند که ویژگی‌های آنان مورد پسند گروه‌های سنی مختلف قرار می‌گیرد. چنانچه این شخصیت‌ها در روی برگه‌های کاغذ ذائقه خوانندگان خود را ارضا کنند، در ادامه سرنوشت آنان به دست کمپانی‌های تولید فیلم سپرده خواهد شد و از آن پس در بازی‌های رایانه‌ای و انواع دیگر تولیدات رسانه‌ای تکثیر می‌شوند و محبوبیتی مضاعف کسب می‌کنند.

کمیک‌استریپ و ابزار خلق شخصیت

خلق شخصیت در کمیک‌استریپ عصاره و چکیده هنر کاربرد ابزارهای روایی کمیک و برآمده از تحلیل‌های نویسنده است که بستر تفسیرهای فرامتنی را نزد مخاطب فراهم می‌سازد. ساخت شخصیت در کمیک‌ها بیش از هر چیز وامدار سینما و زبان تصویر است. در کمیک، شخصیت‌ها با کمک کادر، اندازه نماها و نوع زوایا معرفی و حالات عاطفی آنها تشریح می‌شود.

کادر: در کمیک‌استریپ طراحی یک شخصیت در کادر تنگ با طراحی همان شخصیت در کادر باز، مفاهیم متفاوتی را القا می‌کند. کادر یا قاب تصویر، پایه و مبنای ترکیب‌بندی در کمیک‌استریپ است. اصولاً کادر، حالتی تفکیک‌کننده دارد و این امکان را فراهم می‌سازد که توجه مخاطب را به چیزی معطوف کند که در زمینه‌ای وسیع‌تر، کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد. کادر، شگردی قاعده‌ساز و بنیادی است و نظمی را ارائه می‌دهد که موضوع را از پراکندگی بیرون کادر جدا می‌سازد. گاهی از کادر به عنوان نمای نزدیک

(کلوزآپ) یا نمای بسیار نزدیک و با هدف بیان حالت‌های درونی و روحی شخصیت‌های داستان استفاده می‌شود، گاهی برای ریزبینی و تأکید بر جزئیات مورد نظر به کار می‌رود، گاهی برای برانگیختن احساس محدودیت و تنگنا، گاهی به عنوان پنجره‌ای برای ایجاد حس کنجکاوی در مخاطب و سرک‌کشیدن او به جزئیات خصوصی شخصیت‌های داستان و گاهی نیز برای تماشای روایت داستان؛ مشابه آنچه در صحنه تئاتر یا بر پرده سینما می‌بیند. (اسماعیلی سهی، ۱۳۷۵: ۱۱)

زاویه دید: انتخاب زاویه دید مناسب، می‌تواند در نشان دادن صفات شخصیت‌ها بسیار مؤثر باشد. برای مثال، طراحی فردی با زاویه سر پایین با طراحی همان فرد از زاویه دیگر، دو معنای متفاوت را القا می‌کند. زاویه دید می‌تواند همانند وضعیت ناظر صحنه در شرایط عادی، زاویه دیدی طبیعی باشد. با تغییر این زاویه یا ارتفاع آن، می‌توان بار دراماتیک به تصاویر داد. **زاویه دید رو به پایین**، از لحاظ روان‌شناختی، حس قدرت را به مخاطب القا می‌کند و بیننده احساس می‌کند همه چیز را در کنترل خود دارد. برای طراحی از این زاویه، ارتفاع اشیا کاهش داده می‌شود و به همین دلیل برای نشان دادن حرکت و سرعت، مفید و مؤثر نیست. شخصیت‌هایی که از بالا تصویر می‌شوند، به نظر بی‌آزار و حقیر می‌آیند. **زاویه دید رو به بالا**، حالت عمودی را تداعی می‌کند. در این نما، ارتفاع اشیا افزایش می‌یابد و تحرک و اهمیت موضوع، بیشتر جلوه می‌کند. شخصیت‌های تصویرشده از این زاویه، حس هراس و هیبت و احترام مخاطب را برمی‌انگیزند. این زاویه دید، در داستان‌های قهرمانی، حماسی و اساطیری، کاربرد سینمایی دارد. **زاویه دید مایل**، حس تنش، انتقال و حرکت را تشدید می‌کند و برای نشان دادن جنگ و گریز و اغتشاش تصویر و صحنه‌های خشونت‌آمیز به کار می‌رود. در این زاویه دید، خط‌های عمودی و افقی نیز به صورت مایل درمی‌آیند. (همان: ۱۶ و ۱۷)

کاربردهای کمیک استریپ در برنامه‌سازی تلویزیون؛ بازآفرینی اسطوره‌ها ❖ ۱۳۷

نما (پلان): شناخت نماها، کمک مؤثری برای تصویرگر است تا بتواند تصویرهای لازم در کادرهای مختلف را، با هدف تداعی مفاهیم موردنظر نویسنده، آگاهانه‌تر ترسیم کند. به طور کلی، نماهای گوناگون براساس میزان مرئی بودن قامت انسان تعریف می‌شوند. تفاوت تصویرگر معمولی با



تصویرگر آشنا به فن سینما، در استفاده از تکنیک نماسازی یا پلان‌بندی تصاویر است و توانمندی تصویرگران آشنا با تکنیک نماها، در خلق آثار کمیک استریپ کاملاً نمایان می‌شود.

نمای بسیار دور: این نما، به عنوان نمای معرف شناخته می‌شود و به معرفی فضا و موقعیت محلی داستان می‌پردازد. از این نما بیشتر در داستان‌های تاریخی، حماسی و جنگی استفاده می‌شود و برای نشان دادن عظمت و شکوه مکان یا موقعیت یا شخصیت و شیء خاص به کار می‌رود.

نمای دور: این نما، طول قامت یک انسان را در ارتباط با فضا و شخصیت‌ها و اشیای دیگر، نشان می‌دهد و تماشای آن همانند دیدن صحنه‌های تئاتر است. این نما، احساس حرکت را کند می‌کند. بیشتر برای نشان دادن وجود انسان در محل‌های مختلف به کار می‌رود.

نمای متوسط: در این نما، معمولاً قامت انسان از کمر به بالا طراحی می‌شود و از آن برای نشان دادن اعمال فیزیکی و حالت‌های عاطفی و احساسی شخصیت‌ها استفاده می‌شود.

نمای نزدیک (کلوزآپ) و نمای بسیار نزدیک: این نماها، برای تأکید هر چه بیشتر برحالت‌های چهره و حالت‌های روحی و روانی شخصیت‌ها، جلب نظر مخاطب به جزئی‌ترین اجزای صورت، اهمیت نمادین یک شکل یا شیء و نشان دادن نوعی تفکر، به کار می‌روند. برای مثال، کادربندی یک تصویر با نمای نزدیک و از پایین کادر، بیانگر حرکتی شدیدتر و سریع‌تر است. برای ایجاد حس حرکت در داستان‌های تراژیک و حماسی استفاده از این نماها، الزامی است.

در طول داستان، می‌توان نگاه مخاطب را به طور مرتب از نمای نزدیک به نمایی متوسط و حتی دور هدایت کرد. گاهی انتقال از یک نمای بسیار نزدیک به یک نمای دور، شگردی سودمند برای ایجاد ضرباهنگ و معرفی دوباره موضوع است. چگونگی کاربرد این نماها در آفرینش تصاویری مناسب و دارای مفاهیم روان‌شناختی و زیباشناختی، میزان توانایی و شعور تصویرگر کمیک‌استریپ را مشخص می‌کند. (همان: ۱۶)

کمیک‌استریپ؛ ریشه اصلی پویانمایی

کمیک‌استریپ، سال‌ها پیش از دست‌یابی انسان به فناوری تصاویر متحرک در سینما متولد شد، اما با اختراع سینما و معرفی آن به عنوان یکی از بزرگ‌ترین رسانه‌های دیداری که بعدها با الحاق صدا به آن به رسانه‌ای شنیداری نیز تبدیل شد، در تعامل با آن قرار گرفت و به زودی توانست با تأثیرپذیری از سینما و بیان تصویری آن دنیایی بدیع و منحصر به فرد و به نوبه خود تأثیرگذار به وجود آورد؛ به گونه‌ای که رفته رفته استریپ زبان خاص

کاربردهای کمیک‌استریپ در برنامه‌سازی تلویزیون؛ بازآفرینی اسطوره‌ها ❖ ۱۳۹

خود را پیدا کرد و به طور متقابل بر سینما نیز تأثیر گذاشت (نیستانی، ۱۳۷۹: ۲۳). استفاده از زوایای خاص دوربین مانند «لانگ شات» برای نماهای معرف، «کلوزآپ» برای بیان احساسات و حالات چهره‌ها و «اینسرت» برای درشت‌نمایی و تأکید بر اشیایی که کارکرد دراماتیک دارند، از جمله استفاده‌هایی است که کمیک‌استریپ از امکانات دیداری سینما کرده است، اما با یک تفاوت عمده؛ در استریپ تصاویر تداوم حرکتی سینما را ندارند و این حس تداوم با انتخاب درست تصاویر و توالی منطقی آنها که کاری دشوار و حساس است، تداعی می‌شود. ضمن آنکه در استریپ این امکان وجود دارد که با تغییر ابعاد کادر، بر یک رویداد تأکید بیشتر یا کمتری کرد، کاری که به دلیل ثابت بودن پرده در سینما ناممکن است و از راه‌های دیگری حاصل می‌شود. (همان)

اما شاید اگر بخواهیم نزدیک‌ترین شکل هنری به کمیک‌استریپ را در میان رسانه‌های دیداری جستجو کنیم، هیچ کدام از آنها را به نزدیکی پویانمایی نیابیم. فناوری ایجاد حرکت بر روی نوارهای سلوئید در ذات خود متوجه تصاویری است که با عبور ۲۴ کادر (فریم) پی‌درپی در هر ثانیه، موفق به ایجاد تصویری واحد و متحرک بر روی پرده سینما می‌شوند. در مقایسه با تصاویر متحرک، کمیک‌استریپ را می‌توان نوعی روایت تصویری ساکن دانست که ماهیتی همسان با تصاویر متحرک قصه‌گویی دارد که سینما نامیده می‌شود. این قرابت انکارناشدنی درباره پویانمایی که مجموعه‌ای از تصاویر هستند که با اصل زنده‌نمایی جان گرفته‌اند دوچندان می‌شود. این موضوع جدا از رویکرد سازندگان نخستین پویانمایی‌های جهان در به کارگرفتن شخصیت‌های کمیک است؛ چنان که نخستین شخصیت کارتونی موفق، برگرفته از شخصیت محوری کمیک‌استریپی بود که سال‌ها پیش به انتشار رسیده بود.

پویانمایی و تخیل بی‌مرز آن، جوهره خیالپردازانه داستان‌های مصور را تداعی می‌کند و در ارتباط با مخاطب، مسیری همچون کمیک‌استریپ‌ها را در جذب مخاطبان بزرگسال پس از پشت سر گذاشتن تحولات بسیار و یافتن ایده‌های مورد پسند آنان، طی کرده است. به عبارت دیگر، پویانمایی انیمیشن نیز مانند داستان‌های مصور ابتدا قالبی برای سرگرمی مخاطب کودک شناخته می‌شد و از همین روی متناسب با نیازهای این گروه سنی و ویژگی‌های شخصیتی کودک به زبان تصویری خود دست یافت. اگرچه پویانمایی از عوامل برتری همچون صدا و موسیقی برای فضا سازی و ارتباط سود می‌جوید، اما در کمیک نیز با توجه به آنچه گفته شد، شگردهایی کارآمد به نحوی مؤثر جای خالی این عناصر را پر می‌کنند.

با این وصف می‌توان گفت: «کمیک‌استریپ رابطی است بین هنر تصویرگری و هنر متحرک‌سازی انیمیشن و سینما که فقط ظاهرش به تصویرگری شباهت دارد. در واقع کمیک‌استریپ به سینما و انیمیشن شباهت بیشتری دارد. این هنر، انیمیشنی ثابت است. کمیک‌استریپ همان سینمای انیمیشن است با این تفاوت که فیلم انیمیشن و مانند آن را از طریق دستگاه نمایش فیلم عرضه می‌کنند، اما کمیک‌استریپ روی کاغذ چاپ شده و مخاطب به آن در ذهن خود جان می‌بخشد.» (ملایمی در پایگاه اطلاع‌رسانی انیمیشن دیتا)

از این منظر می‌توان «کمیک‌استریپ را نوعی شبه فیلم انیمیشن به حساب آورد و یا دست کم می‌توان آن را به مثابه پیش‌تولید یک فیلم انیمیشن تلقی نمود. اغلب عناصر تشکیل‌دهنده یک فیلم انیمیشن مانند پلان، صحنه، سکانس، خط فرضی، تدوین، تداوم سینمایی و نمایشی، کارگردانی، بازیگری و بازی‌سازی، داستان‌پردازی و فیلمنامه، تعلیق، دکوپاژ، طراحی شخصیت، طراحی فضا، طراحی صحنه و میزانشن به نوعی در کمیک‌استریپ نیز وجود

کاربردهای کمیک‌استریپ در برنامه‌سازی تلویزیون؛ بازآفرینی اسطوره‌ها ❖ ۱۴۱

دارند. هرچند وجود برخی از عناصر دیگر در کمیک‌استریپ تا حدودی کمرنگ‌تر از انیمیشن می‌باشد، از جمله جلوه‌های صوتی، موسیقی، دیالوگ شنیداری، ریتم پویا، حرکت و زمان‌بندی که البته بخشی از این فقدان در کمیک‌های چاپی نیز با به‌کارگیری تمهیداتی قابل‌جبران است و به ازای برخی از این عناصر در انیمیشن، معادل و ترجمه‌ای در کمیک‌استریپ وجود دارد. (همان)

شکل عینی‌تری از تأثیر کمیک‌ها بر سینما و بازشناسایی آن به عنوان ریشه اصلی پویانمایی را می‌توان در استوری‌برد^۱ یا فیلمنامه مصور جستجو کرد. استوری‌برد، پلی میان یک فیلمنامه مکتوب و جهان تصویری رسانه‌های دیداری به‌شمار می‌رود. فیلمنامه مصور اجازه می‌دهد تا بهترین راه برای بیان تصویری هر کنش داستانی پیدا شود. علاوه بر کشف نحوه بیان تصویری داستان، فیلمنامه مصور این امکان را فراهم می‌سازد تا پیش از شروع ضبط یا فیلمبرداری، بر سایر مشخصات سینمایی فیلم مانند زوایای دوربین، ترکیب‌بندی، تداوم، حرکت اشیا و شخصیت‌ها، برش‌ها، ژست‌ها و حالات چهره و تا حدی ضرباهنگ، کار کرد (ویکی‌پدیا ذیل استوری‌برد). در دنیای پویانمایی فرایند خلاقانه تولید با استوری‌برد آغاز می‌شود و اصولاً در یک سیستم ایده‌آل، تولید یک فیلم پویانمایی آغاز نمی‌شود، مگر آنکه استوری‌برد کامل و نواقص آن برطرف شده باشد. بنابراین، با این تعریف که استوری‌برد به نوعی همان کمیک‌استریپ، اما با کاربری محدود و مشخص آن است، بیراه نیست که کمیک‌ها را، هم سرمنشا پویانمایی و اساس و پایه شکل‌گیری آن در روند تولید بدانیم و چنانکه پیش از این نیز گفته شد، از آن به‌مثابه نوعی فیلم شبه‌پویانمایی اما بدون عنصر حرکت با اطمینان بیشتری یاد کنیم.

-
1. dynamic
 2. storyboard

کاربردهای کمیک استریپ در برنامه‌سازی تلویزیونی

آنچه تاکنون گفته شد، تبیین ویژگی‌ها، جایگاه و اهمیت کمیک استریپ‌ها و تأثیر آن در رسانه‌های دیگر بود. از سوی دیگر، اهمیت کمیک استریپ توجه به فناوری و قابلیت‌های آن در برنامه‌سازی تلویزیون است. کمیک استریپ‌ها یکی از موفق‌ترین رسانه‌ها در حوزه خلق قهرمان‌های داستانی ارزیابی می‌شوند و به همین دلیل می‌توانند عهده‌دار بخش مهمی از فرهنگ‌سازی و انتقال مفاهیم باشند. استفاده از کمیک استریپ در مراحل تولید پویانمایی امری متداول است، اما آنچه در اینجا برای ما می‌تواند مهم باشد، بهره‌گرفتن از نگاهی متفاوت و خلاقانه به این هنر و کشف ظرفیت‌های پنهان و آشکار آن در روایت و تولید برنامه است. ویژگی‌های ساختاری کمیک به مخاطب کودک و نوجوان این اجازه را می‌دهد تا در نگاهی اجمالی، چندین نمای پیاپی را همزمان ببیند و همین تجمع نشانگان تصویری در تمرکز بخشی او تأثیر فراوان دارد و به نوعی تخیل او را فعال می‌سازد. در تلویزیون، این ویژگی می‌تواند منجر به نوعی ساختار شکنی در روایت شود و با تکیه بر اصل آشناندایی، از زبانی متفاوت برای روایت بهره‌گیرد و در عادات مألوف تماشاگر تغییر به وجود آورد و از رهگذر آن سواد دیداری و درک تصویری او را نیز ارتقا بخشد. تصاویر به‌کاررفته در کمیک استریپ این قابلیت را دارند تا به شکل خام در برنامه‌سازی به کار برده شوند. با درک این قاعده کلی که حرکت، اساس و پایه ویژگی تصویری در تلویزیون است، می‌توان به تصاویر کمیک جان‌بخشید و با اضافه کردن صوت و موسیقی، تأثیر آن را دوچندان ساخت. در واقع، امتیازها و ویژگی‌های گرافیک تصویری و طراحی کمیک‌ها، داستان‌های مصور را به مواد خام آماده‌ای برای تولید برنامه تبدیل می‌کنند و از سوی دیگر، امکانی را فراهم می‌سازند تا قصه‌های پرهزینه مانند روایت‌های تاریخی، حماسی یا اسطوره‌ای با کمترین بودجه به تصویر کشیده شوند و از پرداخت

کاربردهای کمیک‌استریپ در برنامه‌سازی تلویزیون؛ بازآفرینی اسطوره‌ها ❖ ۱۴۳

هزینه‌های گزاف مثل طراحی صحنه و لباس پرهیز شود. به کمک کمیک‌استریپ می‌توان شخصیت‌ها را به هر دوره‌ای از تاریخ برد، بدون آنکه متحمل بودجه‌های گزاف بشویم و می‌توان به راحتی قصه‌های مطول را با ایجاز بیانی کمیک‌استریپ روایت کرد.

اما صرفه‌جویی در کاربرد مستقیم کمیک‌استریپ‌ها به شکل خام تنها در موارد فوق خلاصه نمی‌شود، بلکه به لحاظ فنی و تکنیکی نیز در قالب تولید پویانمایی، به نوعی دیگر نمایان می‌شود؛ چرا که هر، یک فریم می‌تواند به جای ۸ یا ۱۲ فریم به کار رود و به همان اندازه در بیان تصویری گویا باشد، همین نکته بی‌تردید کاهش چشمگیر بودجه و زمان به همراه دارد.

امروز روند تولید برنامه به این سبک و سیاق در بسیاری از شبکه‌های تلویزیونی و مراکز تولید پویانمایی دنبال شده و با کمک فناوری دیجیتال گسترش یافته و شامل انواع مختلفی مانند گرافیک متحرک^۱ یا کمیک‌موشن^۲ گردیده است. پویانمایی‌های دیجیتالی، بازی‌های رایانه‌ای، یا ابزاری مانند موبایل‌های هوشمند، هریک می‌توانند محل عرضه محصولات باشند که براساس کمیک‌استریپ شکل گرفته‌اند. اینها امتیازات و جنبه‌های هیجان‌انگیز هنرهای چندرسانه‌ای است که به واسطه آن می‌توان داستان‌های پیچیده را در فضایی متفاوت و با استفاده از فناوری جدید به مخاطبان وسیع‌تری در سراسر جهان رساند.

بازآفرینی افسانه‌ها و اسطوره‌های ایرانی در قالب کمیک‌استریپ

افسانه‌ها و اسطوره‌ها بخشی از حافظه فرهنگی هر ملت به‌شمار می‌روند و انسجام‌بخش هویت فردی و جمعی هستند. کهن‌ترین افسانه‌های ایرانی،

1. motion graphic

2. comic motion

افسانه‌های اسطوره‌ای هستند که در بطن خود اندیشه دو سویه بودن جهان هستی را حمل می‌کنند. از تقابل میان دو قطب نیکی و بدی یا خیر و شر یا زیبایی مطلق و زشتی، اسطوره‌های حماسی خلق شدند که مهم‌ترین جنبه آنها خلق و آفرینش انسان آرمانی است. شخصیت‌هایی که در پهنه حوادث افسانه‌ای ماهیتی اسطوره‌ای می‌یابند و دست به اعمال قهرمانی و خرق عادت می‌زنند. انسان‌های اسطوره‌ای حماسی، هیچ‌گاه در چارچوب قواعد منطق ذهنی نمی‌گنجند و سرشتی ماورایی دارند. از این رو میان اسطوره و حماسه ارتباطی تنگاتنگ به وجود می‌آید؛ ارتباطی که موجب می‌شود تا حماسه از رویدادی جنگی و درگیری بین انسان‌ها با یکدیگر یا با طبیعت، به موضوعی ماورایی تبدیل شود و قابلیت تأویل و تفسیر یابد. اسطوره‌ها، ماهیتی سیال و حیاتی روبه‌رشد دارند و زمانی محبوب و سرنوشت‌ساز می‌شوند که طی سالیان طولانی الگو قرار گیرند و مرجع و منبع الهام مردم باشند. از این نظر، اسطوره را می‌توان به نهالی تشبیه کرد که به تدریج رشد می‌کند و شاخ و برگ می‌گیرد. ابعاد مختلف اسطوره که در سطوح مختلف فرهنگ و تمدن، اخلاق اجتماعی، داستان‌ها و حماسه‌های معاصرتر پخش و پراکنده‌اند، همان شاخ و برگ‌هایی هستند که در ضمیر جوامع ریشه می‌دوانند و از ترکیب آنها، جامعه‌ای با مؤلفه‌های هویتی مستحکم پدید می‌آید.

سرشت روایی اسطوره‌ها و افسانه‌های ایرانی از این قالب کهن ادبی، گنجینه‌ای فراخور تألیف و ساخت داستان‌های مصور فراهم می‌سازد. پیش از این گفتیم که کمیک‌استریپ‌ها یکی از بهترین قالب‌های روایی به منظور آفرینش قهرمان‌های داستانی شناخته شده‌اند که ویژگی‌های بیان تصویری آنها انتقال پیام را به آسانی میسر می‌سازد. تعامل میان این شیوه روایی و محتوای غنی و اساطیری، هر دو سوی این معادله را از تأثیرگذاری مضاعف برخوردار می‌سازد.

کاربردهای کمیک‌استریپ در برنامه‌سازی تلویزیون؛ بازآفرینی اسطوره‌ها ❖ ۱۴۵

اسطوره و افسانه‌های ایرانی به عنوان مؤلفه‌های هویت‌بخش فرهنگی و بازآفرینی آنها با زبان و بیانی جذاب، همواره از دغدغه‌های رسانه‌های فرهنگ‌سازی مانند تلویزیون بوده است. گذشته از تولیداتی مانند فیلم‌ها و سریال‌ها، در میان قالب‌های برنامه‌ای تلویزیون، زبان تصویری انیمیشن، بستری مناسب برای ترجمان معنایی اساطیری افسانه‌ها فراهم ساخته است. به همین دلیل، در سال‌های اخیر شاهد تولیدات ارزشمندی در این زمینه بوده‌ایم که با دستمایه قرار دادن افسانه‌ها، قصه‌ها، حکایت‌ها و اسطوره‌های ایرانی و استفاده از فنون مختلف پویانمایی، تولیدات خوبی داشته‌اند که در میان آنها، تعداد اندکی نیز از شیوه‌های کمیک‌استریپ یاری جسته‌اند، مانند مجموعه «یک حکایت» (به کارگردانی حسن وارسته و تهیه‌کنندگی حسین عطار، از شبکه قرآن) که اینک مراحل تولید دوره چهارم را پشت سر گذاشته است و در آن با استفاده از فن فتورمان و کات اوت پویانمایی، بخشی از حکایت‌های آثاری مانند لطایف‌الطوائف را دستمایه کار خود ساخته است یا مجموعه آثاری مانند شکرستان که از سوی حوزه هنری تولید و با استقبال فراوان از سوی جوامع داخلی و خارجی روبه‌رو شده است و این نهاد فرهنگی را تشویق به جدی گرفتن کمیک‌استریپ در بحث تولید پویانمایی کرد.

بازآفرینی اسطوره‌ها و افسانه‌های ایرانی که ریشه در تاریخ کهنسال و پیشینه غنی فرهنگی تمدن ایرانی - اسلامی دارد، در سال‌های اخیر بسیار مورد توجه جوامع دیگر قرار گرفته و بخشی از این افسانه‌ها به شکل کمیک‌استریپ ساخته شده و در اختیار علاقه‌مندان قرار گرفته است. برای مثال کتاب‌های کمیک با عنوان «رستم: داستان‌هایی از شاهنامه» در دهه گذشته وارد دنیای کمیک‌استریپ انگلیسی‌زبان شده و چهار جلد از آن با نام‌های «رستم و سهراب»، «بازگشت پادشاه»، «نبرد با دیوها» و «در جستجوی پادشاه» به بازار آمده است که بسیار مورد استقبال ایرانیان مقیم خارج از کشور قرار گرفته

است. امروز با وجود هنرمندان توانمند کشورمان در عرصه‌های بین‌المللی که با تکیه بر فنون داستان‌های مصور، به ساخت چهره‌های اسطوره‌ای دست می‌زنند، می‌توان امیدوار بود که هم در داخل و برای مخاطب داخلی و هم در عرصه جهانی، چهره پهلوانان و قهرمانان ایرانی شناخته و از این رهگذر پیشینه فرهنگ ایرانی - اسلامی معرفی و صادر شود.

پیشنهادهایی برای تولید

اگرچه حکایت‌ها و افسانه‌های کهن در کنار چهره‌های اساطیری مانند شخصیت‌های شاهنامه همچون رستم و سهراب و گرشاسب برای ساخت داستان‌های مصور همیشه مناسب‌ترین و بهترین موضوع شناخته شده‌اند، اما می‌توان با تکیه بر ظرفیت‌های بیانی داستان‌های مصور تنها به این موضوعات بسنده نکرد. در حیطه ادبیات کهن، بخشی از داستان‌های عیاران و طراران، مانند سمک عیار می‌توانند در این قالب روایی، بسیار جذاب و گیرا به تصویر کشیده شوند. همچنین، داستان‌های حماسی مهجورتر مانند شهریارنامه نیز به خوبی جای کار دارند. داستان‌های مثنوی یا هزارویک‌شب، با عنایت به بار تربیتی و آموزشی آنها و فراهم ساختن زمینه‌های تفسیر و تأویل متن‌های داستانی نیز قابل توجه هستند. همچنین، حکایت‌های هفت پیکر نظامی که خود دریایی بی‌کران از نور و رنگ و قصه و شخصیت را پیش روی خواننده یا تماشاگر خود قرار می‌دهد و بر محوریت شخصیت بهرام گور پادشاه ساسانی شکل گرفته است، در قالب داستان‌های کمیک بسیار جذاب خواهد بود. در این بین از تولید داستان‌هایی با موضوعات معاصر نیز نباید غافل ماند. رشادت رزمندگان و زندگی برخی از چهره‌های دفاع مقدس یا ترسیم خاطرات جنگ هر کدام در جای خود قابل تأمل فراوان‌اند.

جمع‌بندی

امروز تجربه ثابت کرده است رسانه‌ای می‌تواند در عالم رقابت توفیق یابد که با شناخت دقیق از نیازهای مخاطب خود، دست به تولید برنامه بزند. کمیک‌استریپ به مثابه نوعی قالب بیانی جذاب، از جایگاه بااهمیتی در هنرهای تصویری برخوردار است و یکی از موفق‌ترین رسانه‌ها در حوزه خلق قهرمان‌های داستانی شناخته می‌شود و به همین دلیل قابلیت‌های آن در فرهنگ‌سازی و انتقال مفاهیم همواره مد نظر بوده است. کمیک‌استریپ، فنی معاصر است و به مثابه نوعی ابزار بیانی مدرن و جذاب، این قابلیت را دارد تا با کمترین هزینه در تولید آثار فاخر تلویزیونی به کار گرفته شود. تلویزیون می‌تواند با تمرکز بر تولید انبوه برنامه‌هایی از این دست، در ژانر و گونه‌های مختلف، مخاطبان خود را با این سبک و سیاق روایی آشنا و سایر دستگاه‌های فرهنگی را نیز متوجه ظرفیت‌ها و قابلیت‌های داستان مصور سازد؛ ضمن آنکه به طور غیرمستقیم بر میل مطالعه در میان مخاطب کودک و نوجوان خود بیفزاید. افسانه‌ها و قصه‌های عامیانه، اساطیر و پهلوانان ایرانی در کنار روایت‌های معاصر از رشادت‌های رزمندگان در دوران دفاع مقدس، زندگی شخصیت‌های تاریخی و علمی و... می‌توانند به عنوان محتوایی متنوع و غنی، دستمایه تولید داستان‌های مصور تلویزیونی قرار بگیرند و از سوی دیگر، اسباب آشنایی نسل جدید مخاطبان تلویزیون را با پیشینه تاریخی خود فراهم سازند.

منابع

الف) کتاب

۱. ترابی مهربانی، مهدی (۱۳۸۸) *تاریخچه تحلیلی کمیک‌استریپ*، تهران: سوره مهر.

ب) مقاله

۱. احمدوند، احمد (۱۳۸۱) «تعریفی از کمیک‌استریپ»، *نشریه پیلبان*، ش ۲۰۱.
۲. اسماعیلی سهی، مرتضی (۱۳۷۵) «ویژگی‌های فنی کمیک‌استریپ»، *پژوهش‌نامه ادبیات کودک و نوجوان*، ش ۴.
۳. بیرانوند، شیوا (۱۳۸۹) «نقش و رابطه قهرمانان کمیک‌استریپ در هویت‌یابی فردی و اجتماعی مخاطب»، *کتاب ماه کودک و نوجوان*، ش ۱۵۸.
۴. بی‌نام (۱۳۸۱) «رمان‌های گرافیک؛ نسلی تازه از کتاب‌های کمیک‌استریپ»، *ترجمه ملیحه اکبری، نشریه پیلبان*، ش ۶.
۵. پولادی، کمال (۱۳۸۶) «اسطوره و ادبیات کودک»، *روشنان*، دفتر ششم، تابستان و پاییز.
۶. زاهدی، فریندخت (۱۳۷۶) «شخصیت‌پردازی در ادبیات نمایشی»، *فصلنامه هنر*، ش ۳۴.
۷. مهرینگ، مارگارت (۱۳۸۷) «سینمای نوشتاری: شخصیت‌پردازی در فیلم‌نامه»، *ترجمه حمیدرضا منتظری، نقد سینما*، ش ۵۶.
۸. نیستانی، مانا (۱۳۷۹) «تأثیر کمیک‌استریپ بر سینما»، *کیهان کاریکاتور*، ش ۱۰۳ و ۱۰۴.

ج) تارنمای مجازی

۱. ملایمی، حسین، «کمیک‌استریپ، حلقه مفقوده انیمیشن ایران»، *ماهنامه الکترونیکی خط خطی*، پایگاه اطلاع‌رسانی انیمیشن دیتا:

<http://animationdata.org>