یادداشت

خروج از بن‌بست و ارتباط بی‌واسطه با مخاطب

امیرعباس صباغ
منتقد سینما

اگر قرار بود از میان همه فیلمسازان وطنی با سلایق و دیدگاه‌های مختلف یک‌نفر را انتخاب کنیم که داوطلب نمایش فیلمش در سامانه VOD شود با یک مرور ساده کارنامه فعالیت همه فیلمسازان به احتمال زیاد به گزینه‌ای جز ابراهیم حاتمی کیا نمی‌رسیم. این تصمیم در حالی گرفته شده که حواشی حضور فیلم در جشنواره فیلم فجر در کنار سوژه اعتراضی فیلم و حضور ناثیرگذار فرامرز قریبیان در نقشی که شاید آخرین بازی او در سینما باشد، همگی جزء عواملی بودند که می‌توانستند به فروش فیلم کمک کنند که یکی از شانس‌های فروش فلمش توجه برای اکران ۹۹ باشد. اما در کنار همه این موارد فیلمسازی حاتمی کیا مسیر دیگری را طی می‌کند.

حاتمی کیا تنها فیلمساز حال حاضر سینمای ایران است که در طول حیات حرفه‌ای خود همواره براساس تغییر و تحولات اجتماعی و بازخورد تماشاگران نسبت به فیلم‌هایش قدم برداشته و جهانش نه مانند کیمیایی، مهرجویی و بیضایی صرفا وابسته به یک فردیت درونی و جهان شخصی است که علی‌رغم اشارات آشکار و پنهان به تحولات سیاسی اجتماعی در وهله اول متعلق به جهان‌بینی خود فیلمساز بوده و رابطه آنها با تماشاگر معمولا یک ارتباط یک‌طرفه است که برخی از آثار آنها با اقبال مخاطب روبه‌رو شده و درمواقعی هم خلاف این اتفاق رخ داده است.

از سوی دیگر وی برخلاف فیلمسازان جهان‌شمولی چون مرحوم عباس کیارستمی، اصغر فرهادی و مجید مجیدی جامعه هدف مخاطبان خود را در جغرافیای همین آب و خاک جست‌وجو می‌کند و تمایل چندانی به برقراری ارتباط با مخاطبان برون‌مرزی ندارد. در گزاره‌ای کلی می‌توان ادعا داشت که حاتمی کیا تنها فیلمسازی است که ادامه حیات فیلمسازی‌اش ارتباط تنگاتنگی با بازخورد مخاطب دارد و هر زمان که در برقراری این تعامل دوطرفه خدشه وارد شده، تاثیر منفی آن را در ادامه فیلم‌های وی دیده‌ایم.

«به رنگ ارغوان» بعد از بازتاب پست‌ «و بازخوردهای اکثرا مثبت تماشاگران و منتقدان به آن ساخته شد و اگر گرفتار سوءتفاهم‌های ابدی و ازلی موجود در بروکراسی هزارتوی کسب پروانه نمایش نمی‌شد، محتوای «به نام پدر» و «دعوت» در فرم و ساختار دیگری شکل می‌گرفت. «گزارش یک جشن» که بعد از رفع توقیف پنج‌ساله «به رنگ ارغوان» و استقبال قابل‌توجه از طرف تماشاگران و تحت‌تاثیر فضای غیرآرام ایران بعد از انتخابات ۱۳۸۸ ساخته شد، اگر گرفتار توقف ابدی نمی‌شد شاید و سعه‌صدر مسئولان وقت این فیلم را هم در کنار «پایان نامه» (حامد کلاهداری) و «قلاده‌های طلا» (ابوالقاسم طالبی) به‌عنوان روایتی از مهم‌ترین فیلمساز اجتماعی بعد از انقلاب درباره آن روزهای ملتهب می‌پذیرفت، تاثیر مثبتش را هم «در» و هم در «بایدگاه» می‌دیدیم.

حالا حاتمی کیا «خروج» را در سالی ساخت که اقتباع سیاسی-اجتماعی چنان به‌سرعت و بی‌رحمانه یکی پس از دیگری رخ داد که می‌توان این گونه ادعا کرد که اگش فیلم را چند ماه زودتر از بهمن ۹۸ می‌دیدیم و این تاکید در زمان نمایش فیلم صرفا برای ابراهیم حاتمی کیاست که تماشای فیلم‌هایش روایتی است از اوضاع و احوال جامعه ایران با همه فرازها و فرودهایش. «خروج» در ادامه روایت دیگری است از تقابل فرد دربرابر سیستم که قهرمان فیلم این‌بار برخلاف فیلم‌های گذشته‌اش از حمایت حداکثری مردم نیز برخوردار است و مطالبانش همان چیزهایی است که بخش قابل‌توجهی از مطالبات مردم عادی را در بر می‌گیرد و حالا با نگاه به سابقه و فیلم‌هایی که حاتمی کیا در طول این چهاردهه ساخته و مضمون بیستمین فیلمش، موافقت وی با نمایش «خروج» در سامانه VOD کاملا منطقی و پذیرفتنی است.

آن هم در روزهایی که جهان زیر سایه ویروس کرونا در قرنطینه به سر می‌برد و دنیا در تلاش و انتظار برای رسیدن به یک نظم جدید است و نمی‌دانیم در چنین شرایطی حاتمی کیا به چه می‌اندیشد؟ آیا ایده‌ها و داستانک‌های ذهنی‌اش همچنان درباره همین جغرافیاست یا او هم درگیر تلاش برای رسیدن به انبوهی از پرسش‌ها راجع به سرانجام جهان، فروپاشی احتمالی نئولیبرالیسم و دنیای پساکرونایی شده است؟ هرچه هست نمایش آنلاین «خروج» علاوه بر اینکه شروعی جذاب برای نمایش فیلم‌های سینمایی در فضای مجازی و استفاده از این ظرفیت در مواجهه با بحران‌های اپیدمیتی است، قطعا فرصت خوبی برای حاتمی کیا خواهد بود تا اولین فیلمسازی باشد که براساس بازخوردهایی که از این جامعه گرفتار در قرنطینه (با انبوهی از مشکلات ریز و درشت اقتصادی) می‌گیرد به شناخت دقیقی از احوال غریب مردم در این روزها برسد و خروجی این تجربه جدید شاید مواجهه با یک فیلم درخشان در آینده نزدیک باشد.

موافقت تهیه‌کننده و پخش‌کننده فیلم با این تصمیم یک حسن دیگر هم دارد و آن جا انداختن این مفهوم ساده میان بسیاری از فیلمسازان و دیگر اهالی سینماست که هر فیلمی را نباید لزوما در سینما نمایش داد و استفاده از ظرفیت VOD ها می‌تواند فرصت خوبی باشد برای نمایش تعداد بیشتری از فیلم‌های سینمایی که سال به سال با عبور از مرحله تولید رنگ توزیع را نمی‌بینند و این مساله قطعا در سال جاری به اوج خود می‌رسد، چون مهرتوین فصول اکران سال (اکران نوروز و اکران عید فطر) را که سال گذشته حدود ۵۰درصد از ۳۰۰ میلیارد تومان فروش کل سال ۹۸ را رقم زده بود، در همین ابتدای سال از دست داده‌ایم.

میلاد جلیل‌زاده
روزنامه‌نگار

چرا ورود فیلم‌های سینمایی قبل از اکران به شبکه نمایش خانگی مهم است؟

سینمای ۹۹؛ هنر و تجربه

پس از این چه خواهد شد؟ سوالی که این روزها با توجه به پاندمی عالمگیر ویروس کرونا و تبعات آن ازجمله قرنطینه سراسری، فاصله‌گذاری اجتماعی و کسادی کسب‌وکارهای متعدد در ذهن بسیاری از مردم جهان ایجاد شده، همین است. خیلی زود عبارتی خلق شد به‌عنوان «پساکرونا» که هرکس آن را طوری توصیف می‌کرد؛ اما همه توصیف‌گران در این نکته توافق داشتند که دنیا پس از این شمایل دیگری خواهد داشت و بسیاری از افق‌های ثابت گذشته، شکافته می‌شوند. این سوال را درباره سینما هم باید پرسید؛ پس از این چه خواهد شد؟ در شرایطی که دسترسی به فیلم‌های سینمایی از هزار و یک راه ممکن است، سالن سینما معنایی جز این نمی‌دهد که عده‌ای تماشاچی، تماشای جمعی یک فیلم سینمایی و تاثیرگذاری متقابل احساسات لحظه‌ای‌شان روی همدیگر را بر تماشای فردی فیلم در خانه هایشان ترجیح داده‌اند. حالا فاصله‌گذاری اجتماعی مانع از دایر بودن چنین اجتماعاتی شده و چیزی را در کانون توجه قرار داده است که از چند سال پیش در تلاش بود برادری خودش را به خانواده سینما ثابت کند. سیستم پخش VOD، همزمان با شیوع کرونا و لزوم ماندن مردم در خانه هایشان -چنان که قابل پیش‌بینی بود- رونق فراوانی پیدا کرد و سینمای ایران هم در بین یک سو آتش و یک سو دریا، ناگزیر شد به این موج تن بسپارد. جشنواره فجر که ایستگاه اول در ترمینال سالیانه سینمای ایران است، در دوره سی‌وهشتم خود چشم‌انداز پررونقی برای سال ۱۳۹۹ رقم زده بود. به‌طور مشخص می‌شد حدس زد که تعدادی از فیلم‌های فجر سی‌وهشتم مخاطبان فراوانی پیدا می‌کنند و هنوز هم استعداد آن فیلم‌ها در جذب مخاطبان از بین نرفته؛ اما چنین چیزی به همان راحتی‌ها که قبلا محاسبه می‌شد، دیگر روی پرده قابل تحقق نیست. نکته قابل توجه دیگری که اتفاق افتاده، توقف تولید فیلم‌های سینمایی در ایام قرنطینه و فاصله‌گذاری سراسری است. الان که سینماها تعطیل هستند، از ترافیک اکران و تلنبار شدن فیلم‌های دیو شده می‌ترسیم، اما در دوره پس از آن ممکن است با کمبود فیلم مواجه شویم. این مساله جهانی است و فیلمبرداری بسیاری از پروژه‌های عظیم تجاری در سینمای جهان هم متوقف شده‌اند. در هر حال راه‌اندازی مجدد فیلمبرداری پروژه‌ها به نظر راحت‌تر از برگرداندن رونق سابق به سال‌های نمایش فیلم است. وقتی در چین قرنطینه سراسری لغو شد، مردم دوباره حاضر نشدند به سال‌های سینما برگردند. سالن‌داران چینی حتی تماشای فیلم را برای خانواده‌ها مجانی اعلام کردند تا شاید پای مخاطبان مجددا به تاریکخانه‌های نمایش باز شود، اما نشد.

بحث‌های فراوانی در راه هستند که با توجه به گسترش VOD در ایران، راجع به تاثیر این پدیده روی ساختار سینمای کشور مطرح خواهد شد؛ آیا مافیای اکران به‌هم خواهد خورد؟ آیا دیگر ممکن نخواهد بود که با آمارسازی گیشه‌ها، بعضی از فیلم‌ها را برکشید و بالا برد؟ آیا دوران فیلم‌های مبتذل و سطح پایین به‌سر می‌رسد؟ می‌شود این سوال‌ها را با سوال‌های دیگری از این دست به پاسخ نزدیک کرد؟ آیا نمی‌شود در آمار بازدید از فیلم‌ها هم مثل آمار گیشه‌ها تقلب کرد؟ آیا تا پیش از این خیلی از سریال‌های شبکه نمایش خانگی، مبتذل‌تر از سطح پایین‌ترین فیلم‌های سینمایی نبودند؟ با این حال شیفت پارادایمی از اکران روی پرده به اکران دیجیتال، تغییرات عمده‌ای در ساختار رسانه‌ای سینما به وجود خواهد آورد که روی متن سینما هم تاثیرگذار است. در سیستم دیجیتال توزیع فیلم مرجعی که مخاطبان برای انتخاب فیلم‌ها به آن اعتماد دارند، امتیازات منتقدان است. به عبارتی سراسر تر اینکه مخاطبان چه فیلمی را برای تماشا انتخاب کنند، به امتیازات منتقدان بستگی پیدا می‌کند؛ درحالی که در سیستم اکران پرده‌ای، نظرات منتقدان معمولا بعد از دیده شدن فیلم توسط مخاطبان و برای تفسیر و تحلیل آن کارکرد داشت. شبکه نمایش خانگی با تبلیغات زرد و پخش کردن کلیپ‌های کوتاه از مجموعه‌شان در فضای مجازی مخصوص اینستاگرام، روش غیرمعمولی را برای تبلیغات فیلم‌هایشان ایجاد کرده‌اند که توسط آن از حد معینی بیشتر نمی‌توان رفت و چرخ سینما را گرداند. اگر سینمای ایران بخواهد به سبک سایر کشورها در این بازار فعالیت کند، باید قواعد اصولی آن را بپذیرد وگرنه مخاطبان VOD در بین کسر محدودی از جامعه که اصطلاحا سلیقه اینستاگرامی دارند، باقی خواهند ماند. بزرگ‌ترین فایده‌ای که گسترش اکران دیجیتال در ایران می‌تواند داشته باشد، به‌هم خوردن تمرکز سالن‌های نمایش در کلان‌شهر تهران و به‌خصوص قسمت‌های مرفه‌نشین شهر است.

VOD این ظرفیت را دارد که برای همه مردم ایران باشد، اما معلوم نیست که ساختار سینمای ایران هم در حال حاضر چنین ظرفیتی داشته باشد که برای تمام مردم ایران فیلم بسازد. نکته دوم در اکران دیجیتال این است که می‌تواند پای فیلم‌های خارجی را هم به نمایش‌های برابر با آثار سینمای ایران باز کند. سال‌ها بحث بر سر این بود که چرا فیلم‌های ایرانی در بازار بی‌رقیب آکران داخلی نمایش داده می‌شوند. در VOD همه فیلم‌ها باید با آثار خارجی هم‌رقابت کنند و این ممکن است خیلی‌ها را ناچار به کنار گذاشتن تعارف‌ها و جایگزین کردن کیفیت هنری با حاشیه‌سازی برای دیده شدن فیلم‌ها کند. هنوز زود است که چشم‌انداز سینمای ایران در سال ۱۳۹۹ کاملا حدس زده شود، اما تا همین جای کار مسئولان وزارت ارشاد از طرفی می‌گویند از اکران دیجیتال برای سبک کردن دبوی اکران حمایت می‌کنند و از طرف دیگر می‌گویند باید بعضی فیلم‌های با اکران پرفروش نشان هست، نمایش داده نشوند تا پس از رفع قرنطینه سراسری، بشود در مردم برای رفتن به سالن‌های سینما انگیزه ایجاد کرد.

چین شانس اول و دوم فروش سینمای خود در سال ۲۰۲۰ را در ایام قرنطینه، مجانی دراختیار مردمش گذاشت تا در خانه بمانند (گمشده در روسیه و اژدهای چاق). مسئولان وزارت ارشاد ایران می‌گویند آنها اشتباه کرده‌اند و همین باعث شده که بعد از رفع قرنطینه، مردم‌شان به سمت سالن‌های سینما هجوم نیاورند؛ اما این نه اشتباه، بلکه سیاست دولت چین بود و آنها نمی‌خواستند بلافاصله بعد از رفع قرنطینه، چنین هجومی به سمت مکان‌های عمومی صورت بگیرد. درضمن، از این هم نمی‌شود مطمئن بود که محاسبات مسئولان وزارت ارشاد هم درست از آب دربیایند و با اکران چند فیلم جذاب پس از ایام قرنطینه، مردم به سالن‌ها هجوم آورند. نکته‌ای که در کلام بسیاری از عوامل سینمای ایران دیده می‌شود این است که «باید ببینیم آیا «خروج» حاتمی کیا در توزیع دیجیتال به موفقیت می‌رسد یا نه. اگر خروج موفق بود ما هم به همین شیوه فیلم‌مان را توزیع می‌کنیم...» باید این نکته را هم در پی دغدغه فیلمسازان ایرانی اضافه کرد که اگر خروج در اکران دیجیتال موفق باشد، اینکه محاسبات مسئولان وزارت ارشاد به‌هم بخورد، بسیار محتمل تر خواهد شد. کسی چه می‌داند؛ شاید اوضاعی که فکر می‌کنیم به ضرر سینمای ایران تمام شده و باعث ایجاد تغییرات عمده‌ای در آن شود که نهایتا به نفعش باشند.

قلمرو جدید اکران

با اطلاعیه وزارت ارشاد از روز چهارم اسفندماه تمام برنامه‌های هنری و سینمایی در سراسر کشور به مدت یک هفته لغو شدند و این تعطیلی از ۱۱ اسفندماه دوباره به‌مدت یک هفته تمدید شد. اما چنین نبود که سینماها از یک هفته بعد در هجدهم اسفندماه بازگشایی شوند و اکران نوروزی که از لحاظ اقتصادی بهترین فصل اکران در ایران است، مثل سال‌های گذشته برگزار شود. بیستم اسفند بود که بین مدیران بخش‌های مختلف سازمان سینمایی درباره راه‌های جبران ضرر و زیان صنعت سینمای کشور در پی شیوع ویروس کرونا جلسه‌ای برگزار شد، ازجمله موارد مطرح‌شده در این جلسه پیشنهادهایی چون تشکیل کارگروه کرونا، توقف صدور پروانه ساخت، توقف پروژه‌های درحال تولید، درخواست حوزه نمایش خانگی برای عرضه فیلم‌های اکران‌نشده در این حوزه و همچنین افزایش مهلت دریافت مطالبات موسسات از پروژه‌ها بود.

از زمان برگزاری این جلسه، بیش از یک ماه می‌گذرد ولی هنوز مبهم‌ترین اتفاقی که در حوزه سینمای ایران رخ داد، اعلام پخش بیستمین فیلم ابراهیم حاتمی کیا در شبکه نمایش خانگی بود. اعلام این خبر باعث شد مسیر سینمای ایران در باقی‌مانده سال ۱۳۹۹ تا حد زیادی قابل‌حدس شود؛ شیوه نمایش ما به سمت VOD حرکت خواهد کرد و این البته نه فقط به‌معنای پخش فیلم‌های اکران‌شده در شبکه نمایش خانگی بلکه به‌معنای استارت زدن اکران در شبکه نمایش خانگی بود.

اعلام شد که بازگشایی سینماها تا پایان فصل شان هست، یعنی اکران دوم نوروز و اکران عید فطر هم لغو شدند. حاتمی کیا هم در اثنای همین اخبار بود که اعلام کرد فیلمش را در چنین اکرانی می‌کند. هیچ معلوم نیست در تیرماه سینماها بالاخره باز شوند یا نه و اگر هم باز شدند، معلوم نیست مردم استقبالی از دیدن فیلم‌ها در سالن‌های نمایش داشته باشند. تعدادی از تهیه‌کنندگان ایرانی که خودشان صاحب سالن‌های سینمایی هم هستند، درباره به تعویق افتادن زمان نمایش فیلم‌شان صحبت کرده‌اند؛ به‌طور مثال غلامرضا موسوی که فیلم «بازیوو» را در اکران نوروزی دارد، به «فرهیختگان» گفت که صبر می‌کنیم تا پس از بازگشایی سینماها در تابستان، فیلم‌مان را ابتدای پاییز اکران کنیم و اضافه کرد که هیچ نقشه‌ای برای نمایش فیلم در سیستم VOD نداریم. او این را چند روز پس از آن گفت که ابراهیم حاتمی کیا اعلام کرد خروج را برای اولین‌بار در VOD منتشر می‌کند. اما همه سینماگران ایرانی مثل غلامرضا موسوی به این شرایط واکنش نشان دادند. محسن چگینی، تهیه‌کننده «خوب، بد، جلف ۲» که در اکران نوروزی ۱۳۹۹ قرار داشت، اعلام کرد اگر فیلم حاتمی کیا در VOD موفق بود، ما هم فیلم‌مان را به همان شکل توزیع خواهیم کرد. صادق باری، تهیه‌کننده فیلم «پرسکنی» که یکی دیگر از اکران‌های نوروزی بود هم در گفت‌وگو با «فرهیختگان» همین را گفت و اضافه کرد اگر فیلم حاتمی کیا در اکران دیجیتال موفق باشد، محاسبات اصل جدیدی در نوع توزیع فیلم‌های ایرانی رقم بخورد. از این جهت به نظر می‌رسد که نگاهی به پیشینه در ایران و نوع برخورد سینماگران با آن، برای درک مسائل امروز و پیش‌بینی اتفاقات پیش‌رو مفید باشد.

ایران و پدیده VOD

سیستم تلویزیون‌های تعاملی نسبت به بعضی کشورهای دیگر مقداری دیرتر به ایران ورود کرد و فعالیتش به رسمیت شناخته شد. با این حال طی همین مدتی که از شروع فعالیت یک‌سری شرکت‌ها و موسسات فرهنگی در این زمینه می‌گذرد، این شبکه‌ها توانسته‌اند استقبال قابل‌توجهی از طرف مخاطبان دریافت کنند. این به‌معنای وجود یک نیاز خفته در جامعه ایران به تلویزیون‌های تعاملی، پیش از ورود چنین سیستمی به کشور است.

از ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۱، حدود ۱۱ سال بر سر اعطای مجوز به تلویزیون‌های اینترنتی (IPTV) بحث وجدل وجود داشت. کشمکش‌های بین سه نهاد وزارت ارتباطات، وزارت ارشاد و سازمان صداوسیما بر سر اینکه کدام‌یک متولی این پروژه باشد، توسعه آن را متوقف به تعویق انداخت. سال ۱۳۹۱ سایت تلویسیون به‌عنوان اولین سرویس پخش زنده اینترنتی توسط شرکت «سیمان ایران شریف» در بخش خصوصی به راه افتاد و سال ۱۳۹۳ پس از اضافه شدن آرشیو کامل صداوسیما به این محصول، اپلیکیشن تلفن همراه آن هم عرضه شد. سال ۱۳۹۴ با ورود بسیاری از فعالان عرصه محصولات بصری به حوزه تلویزیون‌های تعاملی همراه بود و این بازار رفته‌رفته جنبه رقابتی پیدا کرد. «فیلیمو» که اواخر سال ۹۳ از آن رونمایی شد و به سایت آپارات تغییر داشت، باعث دسترسی کاربران ایرانی به آرشیوی عظیم از فیلم‌های ایران و جهان شد. پس از آن دو در سال ۱۳۹۴، VODا «فیلمنت» و «پلان» به کمک ایرانوپارهایی مثل همراه اول و ایرانسل فعالیت خود را آغاز کردند. هر دوی این رسانه‌ها توسط موسسه فرهنگی «آینه جادو» که فعالیت‌های خود را از سال ۱۳۸۷ آغاز کرده بود، ایجاد شدند. فیلمنت حتی به تولید برنامه‌هایی مثل «۲۵» با اجرای فریدون جیرانی پرداخت که بسیار موردتوجه قرار گرفت.

واخر سال ۹۴ تلویزیون اینترنتی «آپو» به‌عنوان اولین محصول از شرکت بازتاب تلکام با شعار «تلویزیون تحت کنترل شما» آغاز به کار کرد. در بستر آپو کاربران می‌توانستند بدون در نظر گرفتن زمان، به کلیه محتوای درخواستی اعم از دینی، شبیدنی، بازی، آموزش، خرید و فروش اطلاعات عمومی و... دسترسی داشته باشند. اما از میان تمام تلویزیون‌های تعاملی ایران، فیلیمو فعالیت تجاری موفق‌تری داشت. فیلیمو در سال ۱۳۹۶، درحالی که هیچ رقیبی در ابعاد خود داخل ایران نداشت، به رشد خیره‌کننده‌ای رسید. این روند ادامه داشت و تا سال ۱۳۹۷ فیلیمو هیچ رقیبی در حد و اندازه‌های خود پیدا نکرده بود تا اینکه از سال ۱۳۹۷ «نماوا» به بازار VOD ایران وارد شد و به رقابت جدی با فیلیمو پرداخت. نقطه شروع این رقابت، ورود به بازار پرمخاطب سریال‌های شبکه نمایش خانگی بود. فیلیمو و نماوا هرکدام تلاش می‌کردند با استفاده از حق پخش سریال‌ها و فیلم‌های برطرفدار ایرانی، مخاطب بیشتری جذب کنند. نماوا مدتی پس از شروع فعالیت خود، موفقیت‌های قابل‌توجهی به دست آورد و درنهایت توانست سال ۹۸ را به شکلی چشمگیر و ویژه‌مجلا آغاز کند. طی همین مدت تلویزیون‌های تعاملی دیگری هم در ایران به راه افتادند که فعالیت بعضی از آنها به سوددهی رسیده است.

با لحاظ به دسته‌بندی، خدمات پخش آنلاینی که در ایران ارائه شده‌اند، سه نوع مختلف هستند. دسته نخست شامل سرویس‌هایی نظیر «آپارات» و «تماشا» است که بخش اعظم محتوای آنها توسط مخاطبان تامین می‌شود (در اصطلاح به آن UGC می‌گویند). دسته دوم سرویس‌هایی نظیر فیلیمو، فیلمنت، نماوا و... هستند که کارکرد اصلی‌شان پخش آنلاین فیلم‌های سینمایی و سریال‌هاست و دسته سوم سرویس‌هایی هستند که نوع فعالیت خود را روی پخش زنده تلویزیون ملی و خدمات جانبی مرتبط با آن، نظیر پخش آرشیو رسانه ملی و... قرار داده‌اند؛ سرویس‌هایی نظیر تلویسیون، «سیمای همراه» و «ارائه‌دهندگان خدمات iptv» همانند آپو و «آی‌سیما» در این دسته قرار می‌گیرند. اگه خدمات ارائه‌شده بسیار شبیه به هم و دارای همپوشانی هستند.

با گسترش فعالیت تلویزیون‌های تعاملی در ایران، ممکن است به ایجاد فعالیت در هرکدام از این سه دسته افزوده شود، اما به احتمال قوی، قالب‌های اصلی در همین تقسیم‌بندی سه‌گانه باقی خواهند ماند؛ چنانکه فعالیت چهاتی چنین سیستمی را هم می‌توان در همین قالب سه‌گانه قرار داد. اکران دیجیتال با همان اتفاقی که قرار است برای فیلم خروج بیفتد، توسط دسته دوم از تلویزیون‌های تعاملی می‌تواند صورت بگیرد؛ منتها نیازمند ایجاد نوع جدیدی از توزیع در این رسانه‌هاست که با مدل اشتراک‌فروشی تفاوت دارد و به فروش لینک معروف است.

بسیاری از بزرگ‌ترین شانس‌های تجاری سال ۲۰۲۰ در سینمای آمریکا با شیوع کرونا اکران‌شان را به سیستم VOD منتقل کردند.

گفت‌وگو

صادق باری، تهیه‌کننده یکی از فیلم‌های اکران نوروزی در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

اگر خروج حاتمی کیا موفق بود، ما هم فیلم‌مان را اکران دیجیتال می‌کنیم

صادق باری که پیش از این با سریال‌هایی مثل «ممنوعه» و «گرگدن» به‌عنوان سرمایه‌گذار یا تهیه‌کننده در شبکه نمایش خانگی حضور داشت، امسال قرار بود به‌عنوان تهیه‌کننده فیلم «پرسکنی»، به کارگردانی محمدهادی کریمی اکران نوروزی را تجربه کند که شیوع عالم‌گیر ویروس کرونا همه‌چیز را به هم ریخت. با او که پیش از این هم در شبکه نمایش خانگی به‌عنوان سرمایه‌گذار فعالیت داشته، راجع به ظرفیت‌های اکران دیجیتال فیلم‌ها گفت‌وگو کرده‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

سازمان سینمایی اعلام کرده با توجه به شیوع کرونا و تعطیلی سالن‌های سینما فیلمسازان را به نمایش مستقیم فیلم‌هایشان در VOD تشویق می‌کند. آنها گفته‌اند که به‌عنوان مشوق، ۲۰ درصد از مبلغ قرارداد هر فیلم با VOD را به تهیه‌کننده آن فیلم پرداخت خواهند کرد. آیا این مبلغ چیزی از ضرری که فیلمسازان متحمل شده‌اند را جبران می‌کند؟

حقیقتش این است که چیزی در این رابطه تابه‌حال به خود ما گفته نشده ولی به‌طور کلی باید به مساله VOD، خصوصا در شرایط فعلی، توجه جدی کرد. ببینید سینما به‌هرحال یک جای مسقف است و حتی بعد از لغو قرنطینه سراسری، حضور مردم در چنین مکانی نمی‌تواند مثل سابق باشد. دلواپسی‌های مردم به این راحتی‌ها برطرف نمی‌شود و آن اطمینان و اعتماد به فضاهای عمومی آسان برنمی‌گردد. احساس من این است که برگشتن به شرایط سابق زمان می‌برد. حالا ما فضایی به نام VOD و بسترهای به‌عنوان دیجیتال داریم که از طریق آن می‌شود فیلم‌ها را نمایش داد. باید دید آیا چنین فضایی ظرفیت این را دارد که باعث بازگشت سرمایه تهیه‌کنندگان شود؟ اگر این توصیل محقق شود، اتفاقا این فضای خوبی هست که در اختیار ما قرار می‌گیرد و ایده نویی به‌حساب می‌آید.

پیش‌بینی خود شما چیست؟ فکر می‌کنید VOD ها ظرفیت بازگرداندن سرمایه به سازندگان فیلم‌های سینمایی را دارند؟

من فکر می‌کنم این اتفاق رقم بخورد. الان فیلم «خروج» حاتمی کیا قرار است در بستر VOD اکران بشود. البته نباید این طور باشد که VOD ها اشتراک‌فروشی کنند و مردم با استفاده از اشتراک خودشان ببایند و فیلم‌های روز را ببینند.

پس شما چه شیوه‌ای از توزیع را مناسب می‌دانید؟

اینکه مثل اکران سینمایی، فیلم در بستر نوی اودی قرار داده شود و مردم ببایند برای یک فیلم به‌خصوص مبلغی را بدهند تا خودشان بلیت سینما خریداری کنند، لینک آن را دریافت کنند و فکر می‌کنم این لینک هم باید زمان مشخصی داشته باشد. مثلا تا ۲۴ ساعت فقط اسفاده و بازدید باشد. اگر این اتفاق رخ دهد و مبلغ قابل توجهی به صاحبان آثار برگردد، چه‌بسا کار خوبی باشد و همین امر می‌تواند خواب سرمایه‌ای که شرایط موجود برای فیلمسازان ما ایجاد کرده است را برطرف کند.

شما فکر می‌کنید پس از برطرف شدن همه‌گیری شیوع کرونا هم تاثیرات دوران توزیع دیجیتالی فیلم‌ها در سینمای ایران باقی بماند و یک نوع تجارت جدید ایجاد شود؟

صددرصد همین‌طور است. الان شما کمپانی تنفلیکس را ببینید. آنها هم پس از مدتی مستقیما فیلم‌های سینمایی تولید کردند که بر بستر دیجیتال منتشر می‌شد. اگر فضای دیجیتال درست مدیریت شود، این هم برای خودش بازاری است که ایجاد خواهد شد و تجارت جدیدی را رقم می‌زند. حالا باید صبر کرد و دید آیا توزیع فیلم «خروج» حاتمی کیا در فضای دیجیتال جواب می‌دهد یا نه؛ اگر خروج در فیلم موفق شود، خیلی از تهیه‌کنندگان و فیلمسازان ما کارهایشان را اکران دیجیتال خواهند کرد.

منظور شما از اکران دیجیتال همان اشتراک‌گذاری فیلم‌ها در وی‌اودی است؟

در اصل باید به این شیوه گفته شود اکران دیجیتال نه قرار گرفتن صرف فیلم‌ها بر بستر VOD. اکران با اشتراک‌فروشی تفاوت دارد. قیمت‌شان هم فرق دارد و نوع توزیع هم یکی نیست.

اشتراک‌فروشی مربوط به فیلم‌هایی است که قبلاً اکران شده‌اند و اکران دیجیتال مربوط به اولین نمایش فیلم‌هاست؟

بله، اشتراک‌فروشی یعنی همین چیزی که الان مثلا در نماوا و فیلیمو داریم. شما یک اشتراک ماهانه می‌خرید و فیلم‌هایتان را در آن بستر VOD می‌بینید؛ ولی بخشی از فیلم‌هایی که هنوز اکران نشده‌اند، بستری است که باید به‌طور جداگانه در پنل این VOD ها ایجاد شود.

ممکن است وی‌اودی‌ها برای اینکه اشتراک‌فروشی‌شان را تبلیغ کنند، بعضی فیلم‌های اکران‌شده را بخرند و در بخش اشتراک‌هایشان قرار دهند؟

این به صاحبان آثار برمی‌گردد که آیا فروش فیلم‌هایشان به این شکل برای آنها صرفه اقتصادی دارد یا نه از استثنائات که بگذریم، بعید به نظر می‌رسد که به‌طور کل توزیع فیلم‌های اکران‌نشده به‌صورت اشتراک‌فروشی بازگشت سرمایه داشته باشد، اما تک‌فروشی و ارسال لینک کار نویی است که اگر خوب مدیریت شود و روی آن تبلیغ صورت بگیرد می‌تواند بستر تجاری مناسبی برای سینمای ما فراهم کند.

اگر انتشار فیلم‌ها بر بستر VOD صرفه تجاری داشته باشد این به معنی برطرف شدن ضررهای احتمالی در تمام بخش‌های سینماست؟

با شرایط پیش‌آمده اگر ما به سمت اکران دیجیتال می‌رویم، باید فکری هم به حال دوستان و سینماداران بشود. یعنی اگر حتی اکران دیجیتال هم موفق بود، باید فکری به حال سینماداران کرد. آنها کسانی بودند که تمام این سال‌ها باعث شدند مردم به سینما بروند و فیلم ببینند.

ادامه در صفحه ۱۱

ادامه از صفحه ۱۰

سینمای جهان

منتقل شدن دکه بلیت‌فروشی به دکمه کنترل تلویزیون‌ها

اکثر فیلم‌های سینمایی جهان در حدود ۷۴ روز پس از ورود به سینماها، به‌صورت دیجیتالی خریداری می‌شوند و البته در اکثر مواقع اکران آنها همچنان ادامه دارد، اما با همه‌گیر شدن شیوع کرونا، استودیوها با انتشار فیلم‌های خود در VOD فقط چند هفته بعد از اکران، با حتی در همان اولین روز نمایش پرده‌ای، این سنت را نقض کردند. چین در همان اولین روزهای شیوع کرونا بهترین فیلم‌هایش را به‌طور رایگان در فضای دیجیتال قرار داد و قضیه‌ای که به آن اشاره شد، مربوط به سینمای آمریکا می‌شود که این مسیر را محتاط‌تر می‌پیمود. نام بسیاری از مهم‌ترین شانس‌های تجاری سال ۲۰۲۰ در فهرست فیلم‌هایی که تا همین جای کار به VOD آمده‌اند به چشم می‌خورد و به‌منزله این است که اکران دیجیتال برای اولین بار در جهان در مقیاسی به این گستردگی جدی گرفته می‌شود. در ادامه نام تعدادی از فیلم‌ها آمده است و با توجه به اینکه بعضی از آنها اساسا رنگ پرده را ندیده‌اند، شاید مراسم اسکار سال ۲۰۲۱ بسیاری از آثار مهم سینمای آمریکا در سال جاری را در گردونه رقابتش نداشته باشد.

تور جهانی ترول‌ها

تهیه‌کنندگان «تور جهانی ترول‌ها»، که دنباله انیمیشن «ترول‌ها در سال ۲۰۱۷ است، اعلام کردند در تاریخ ۱۰ آوریل، یعنی همان روزی که قرار بود این فیلم در سینماها نمایش داده شود، برای دانلود دیجیتالی در دسترس است.

پرندگان شکاری

«پرندگان شکاری»، فیلم کمپانی برادران وارنر، تنها ۴۶ روز از اکران سینمایی‌اش راه‌پشت سر گذاشته بود که همزمان با ادامه نمایش خودروی پرده‌ها، به‌صورت دیجیتال قابل خریداری شد.

شکار

«شکار»، که یک فیلم ترسناک است، نخستین بار پاییز گذشته به‌دلیل جنجال درمورد محتوای خشن آن ناگزیر از تأخیر در اکران شد و سپس بعد از افتتاحیه‌اش در ۱۳ مارس مجددا بسته شد. این فیلم ویروس کرونا از اکران کنار گذاشته شد. این فیلم اکنون امکان پخش در استریم را دارد.

مرد نامرئی

«مرد نامرئی» فیلم ترسناکی با بازی الیزابت ماس است که از زمان اکران خود در ۲۶ فوریه در سینماها نزدیک به ۶۵ میلیون دلار به‌دست آورد و با اینکه فروش گیشه‌ای‌اش خوب پیش می‌رفت، حالا و زودتر از موعد برای پخش در VOD قرار دارد.

اما

«اما» اقتباسی از رمان جین آوستین در تاریخ ۲۱ فوریه با انتشار محدودی افتتاح شد و در گیشه ۱۰ میلیون دلار فروش بلیت داشت، تا اینکه همه‌گیری کرونا سینماها را تعطیل کرد وحالا این فیلم خیلی زودتر از موعد در VOD قرار گرفته است.

خونین

«خونین» فیلم طنز دون دیزل در تاریخ ۶ مارس افتتاح شد و ۱۰ میلیون دلار قبل از تعطیلی سینماها درآمد داشت. این فیلم اکنون در VOD موجود است.

راه بازگشت