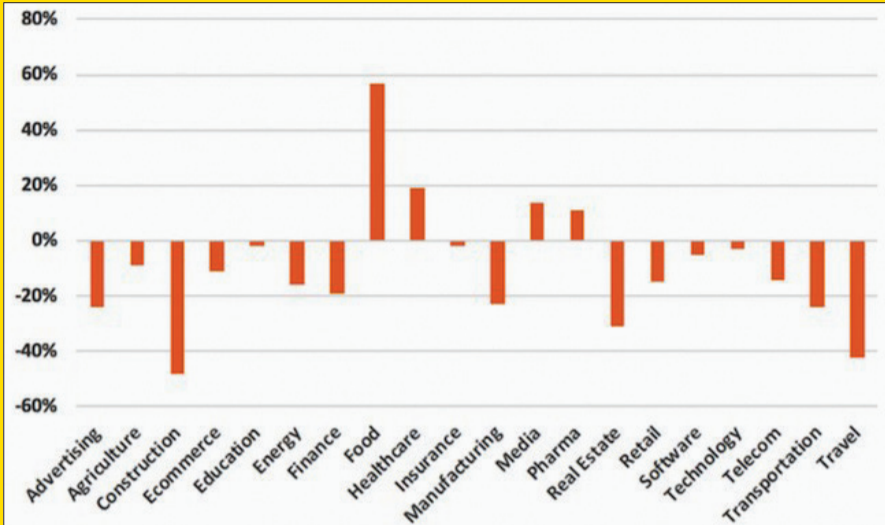
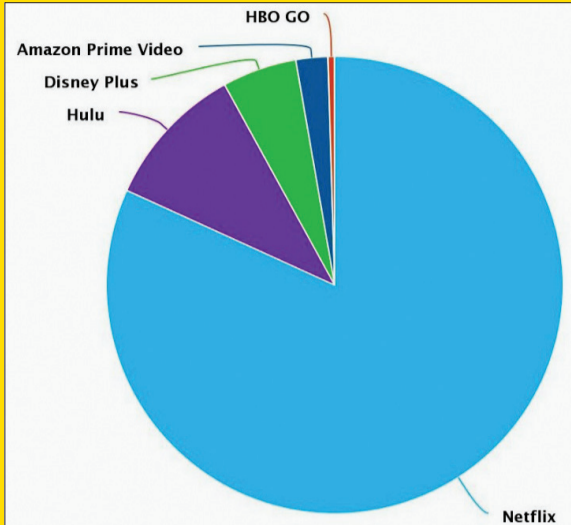


## رشد اقبال مخاطبان جهانی به سامانه‌های اینترنتی پخش فیلم و سریال چگونه است

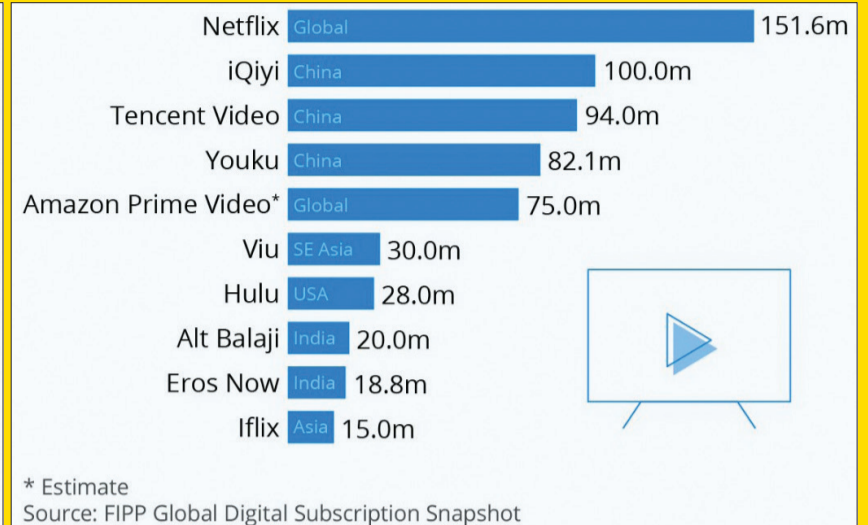
# رشد نتفلیکس و دیزنی پلاس در بورس سینما



نمودار وضعیت کسب و کارهای مختلف در جهان نشان می‌دهد که رسانه در کنار (غذای بیرون بر) و (مسائل بهداشتی و سلامت) جامعه رشد بیشتری به نسبت سایر مشاغل داشته است  
منبع: NP Digital



سهم هر کدام از وی او دی ها از بازار جهان تا یک چهارم ابتدایی سال ۲۰۲۰  
منبع: Mediakit



محبوب ترین خدمات پخش فیلم در جهان در این نمودار خدمات پخش فیلم با بیشترین مشترکان در سطح جهانی تا نوامبر ۲۰۱۹ نشان داده شده است  
\* Estimate  
Source: FIPP Global Digital Subscription Snapshot

مواجهه شود. نتفلیکس پارتی یک برنامه افزودنی برای مرورگرهای Chrome در رایانه‌های رومیزی یا لپ تاپ است و این امکان را به کاربران می‌دهد تا فیلم‌ها را همزمان با دوستان و خانواده‌هایی که در خانه‌های خود گیر کرده‌اند، تماشا کنند. اما یک نکته نگران کننده برای شرکت‌های استریم این است که کرونا باعث لغو فیلمبرداری بسیاری از پروژه‌ها شده و این شامل تعدادی از آثار نتفلیکس هم می‌شود. با این حال، نتفلیکس اعلام کرده است که لااقل تا یک سال آثاری برای پخش کردن دارد و حالا باید منتظر ماند و دید که کرونا تا کی ضبط پروژه‌های سینمایی را تعطیل نگه می‌دارد. از طرفی دیزنی پلاس هم بخش مهمی از مخاطبانش را به دلیل دسترسی به آرشیو کمپانی والت دیزنی به دست آورده است، اما آنها هم به طور قطع از لغو فیلمبرداری پروژه‌ها صدمه بسیاری خواهد خورد.

رشد آنفنجاری استقبال از سرویس‌های استریم که به دلیل شرایط کرونا و برون رفتن پدید آمد، در نگاه اول ممکن است چندان صعود اطمینان بخشی به نظر نرسد، چون می‌توان این پیش‌بینی را هم جدی گرفت که با لغو شرایط قرنطینه، استقبال مردم از تفریحات جمعی که پیش از این انجام می‌دادند، بیشتر شود؛ یعنی مردم برگردند به سوی سینما و رستوران و... اما به عنوان مثال در چین هم پس از رفع قرنطینه، مردم استقبال از اکران‌های سینمایی در سالن‌های مسقف نکردند و طرح تماشای مجانی فیلم برای خانواده‌ها که ایشان فیلم‌ها را می‌دید و روی مقاله کار می‌کرد، درباره‌اش با می‌گویند شرایط قرنطینه، عادات مصرفی مردم در محصولات سرگرمی را تغییر داده و مقداری از این تغییرات برای همیشه باقی خواهند ماند.

حالا دیزنی پلاس پیش‌بینی می‌کند که تا سال ۲۰۲۴، بین ۶۰ تا ۹۰ میلیون مشترک در جهان داشته باشد. اما نتفلیکس سال ۲۰۱۹ را با ۱۶۷ میلیون مشترک در جهان به پایان رساند که ۶۱ میلیون نفر از آنها در ایالات متحده بودند. پیش‌بینی می‌شود که در سه ماهه اول سال ۲۰۲۰، مشترکانی به تعداد هفت میلیون نفر به این رقم اضافه شوند، اما کرونا باعث شد که این صعود تا حدود ۱۶ میلیون نفر پیش برود. در ابتدای شیوع کرونا، توقع می‌رفت که بازار برای نتفلیکس اشباع شده باشد و بیشتر مخاطبان جدیدی اودی هادر این شرایط به سمت استریم‌های جدید مثل دیزنی پلاس و هالو و اپل پلاس بروند؛ اما نتفلیکس که از همه آنها در این بازار قدیمی‌تر به حساب می‌آمد و کار را با ویدئو کلپ شروع کرده بود، بهترین ابتکارها را برای بهره‌مندی از شرایط جدید به کار بست.

از نصب بیلبوردهایی در سطح شهر که ادامه داستان سریال‌های نتفلیکس را لومی داد و به مردم می‌گفت اگر در خانه نمانید، سریال مورد علاقه‌تان لو می‌رود تا سرویس‌های جدیدی که به خدمات نتفلیکس در شرایط کرونا اضافه شدند، همگی چیزهایی بود که به رشد تعداد مشترکان این رسانه در ایام پاندمی ویروس، کمک فراوانی کرد. اسپویل کردن سریال‌ها روی بیلبوردهای شهری را دو سرچه مدرسه‌ای پیشنهاد دادند که با استقبال از طرف نتفلیکس مواجه شد، اما در ادامه انتقاداتی مطرح شد مبنی بر اینکه چنین طرحی صاحبان مشاغل که در این شرایط ناچار هستند سر کار بروند، مثل پرستاران، آتش نشان‌ها و... در نظر نمی‌گیرد. اما Netflix Party که در همین ایام شیوع کرونا به امکانات این استریم اضافه شد، توانست با استقبال فراوانی

بیش از هفت درصد داشته است که بخشی از آن به سمت سرویس‌های استریم روانه شد. هیچ شرکتی در دنیا به اندازه نتفلیکس از این جریان بهره‌نبرد. دیزنی پلاس هم که برای رقابت با نتفلیکس، این سرویس دیرپای استریم، از پاییز امسال افتتاح شد، با توجه به شرایط پیش آمده توانست صعود قابل توجهی در آمارها و شاخص‌هایش داشته باشد؛ هرچند کمپانی دیزنی در مقیاسی کلی‌تر از جانب پاندمی کرونا صدمه هم خورده و از جمله پارک‌های تفریحی آن که به عنوان دیزنی لند شناخته می‌شوند، تقریباً در تمام دنیا تعطیل شده‌اند. در هشتم آوریل ۲۰۲۰ برابر با ۲۰ فروردین ۱۳۹۹، دیزنی پلاس اعلام کرد که تعداد مخاطبان آن به بیش از ۵۰ میلیون مشترک جهانی رسیده، این درحالی است که تعداد مشترکان آنها تا اوایل ماه فوریه (اواسط بهمن ماه)، به حدود ۲۹ میلیون نفر رسیده بود و

بودند. این فهرست همچنین شامل شرکت‌هایی مانند فیس بوک، شرکت توسعه دهنده ویدئوها و بازی‌های Blizzard، سازنده تجهیزات ورزشی Peloton و سرویس تحویل غذای GrubHub می‌شود. آمازون تأییدهای اسفندنامه‌مثل سایر شرکت‌ها در حال سقوط در بورس بود، با این تفاوت که سرعت کمتری در نزول داشت و برآیند کلی و سالیانه آن مثبت ارزیابی می‌شد، اما در ادامه همین شرکت سود قابل توجهی از شرایط قرنطینه به دست آورد. اما نتفلیکس از ابتدای این جریان بارش شاخص هادر بورس مواجه بود. آمازون در دوران کرونا به حوزه اکران دیجیتال فیلم هم ورود کرد، اما قیمت بسیار بالایی برای آن (۲۰ دلار) مانع از موفقیت این شرکت در چنین زمینه‌ای شد.

به‌رحال کرونا آمد و بخش قابل ملاحظه‌ای از مردم دنیا را به مصرف کنندگان افراطی محصولات سرگرمی تبدیل کرد. در ابتدای سرایت کرونا به کشورهای غربی و به عبارتی پیش از جدی شدن قرنطینه سراسری در این کشورها، تلویزیون توسط افرادی که خودشان ماندن در خانه را ترجیح می‌دادند، در مقیاسی بسیار بیشتر از قبل دیده شد، اما به دلیل ضرر سنگینی که کسب و کارها و صنایع، بابت پاندمی کرونا متحمل شده بودند، تلویزیون هادر ادامه با مشکل جذب تبلیغات بازرگانی مواجه شدند. این مشکل با لغو مسابقات ورزشی و در نتیجه ملغی شدن پخش آنها از این کانال‌ها شدت بیشتری هم پیدا کرد.

اما وی اودی‌ها یا همان پخش کننده‌های streaming services از این وضعیت نفع بیشتری بردند. آمارها نشان می‌دهد که اکنون ۴/۵۷ میلیارد نفر از مردم دنیا کاربر اینترنت هستند که این رقم نسبت به زمان مشابه خود در سال گذشته، افزایشی



ویروس کرونا چنان بلایی سر کسب و کارهای مختلف دنیا آورد که خیلی‌ها را حتی برای دوران پس از خود به ترس انداخته است. کشورهای غربی در حال تنظیم قوانینی هستند که فروش سهام صنایع سنگین‌شان را تا برطرف شدن پاندمی کرونا ممنوع کند، چرا که در شرایط سقوط ارزش این سهام‌ها، ممکن است بخش عمده‌ای از صنایع این کشورها توسط بعضی کشورهای دیگر مثل چین خریداری شوند. بورس در تمام دنیا و در تمام شاخص‌ها سقوط کرده، به جز تعداد محدودی از شرکت‌ها مثل تولیدکنندگان کاغذ توالت و دوچرخه و البته تفریحات داخل منزل، مثل کتاب‌های دیجیتال یا سرویس‌های استریم و انواع تلویزیون‌ها، از کابلی تا پابلیک.

بالفاصله بعد از جدی شدن بحث کرونا، کارگزاران بورس در حال سقوط آمریکا به تدوین برنامه‌ای متناسب با شرایط جدید پرداختند و اعلام کردند، اگر مصرف کنندگان کمتر مصرف کنند و کارگران مجبور شوند در خانه بمانند یا سفرهای کاری تعطیل شود، چندین سهام می‌توانند پناهگاه امنی محسوب شوند. شرکت سرمایه‌گذاری MKM Partners شاخصی به نام ماندن در خانه، خلق کرد که برخی شرکت‌های فعال در این زمینه را نشان می‌داد. نتفلیکس و آمازون دو مورد از ۳۳ مورد سهام «ماندن در خانه»

مصرف رسانه‌های خانگی به دلیل شیوع ویروس کرونا در بین کاربران اینترنت سراسر جهان از مارس ۲۰۲۰ (منبع: مرکز تحقیقات آمار Statista)														
سوالات نظرسنجی	در سراسر جهان	ایتالیا	اسپانیا	فرانسه	آلمان	چین	ایالات متحده	انگلستان	سنگاپور	استرالیا	برزیل	ژاپن	فیلیپین	آفریقای جنوبی
اخبار بیشتری را مشاهده می‌کنید	۶۷%	۶۷%	۶۳%	۵۵%	۶۰%	۷۷%	۴۳%	۵۰%	۵۷%	۴۲%	۶۹%	۵۶%	۷۹%	۶۱%
تماشای نمایش‌ها / فیلم‌های بیشتر در مورد سرویس‌های رسانه جاری (به عنوان مثال Netflix)	۵۱%	۵۳%	۵۸%	۳۱%	۲۱%	۶۳%	۴۲%	۳۲%	۳۵%	۳۰%	۴۳%	۲۱%	۶۱%	۳۹%
تماشای تلویزیون بیشتر در کانال‌های پخش	۴۵%	۵۵%	۴۳%	۵۳%	۳۵%	۴۶%	۴۲%	۳۲%	۳۲%	۱۹%	۴۳%	۵۱%	۷۰%	۴۶%
برای خدمات پیام‌رسانی بیشتر هزینه کنید (به عنوان مثال واتس‌آپ، فیس‌بوک و...)	۴۵%	۶۰%	۶۱%	۲۴%	۲۲%	۵۹%	۱۷%	۲۴%	۳۵%	۱۹%	۴۸%	۸%	۵۵%	۴۵%
هزینه بیشتر در رسانه‌های اجتماعی (به عنوان مثال فیس‌بوک، اینستاگرام، توئیتر و...)	۴۴%	۵۲%	۴۹%	۲۷%	۲۱%	۵۰%	۳۲%	۲۱%	۳۹%	۲۸%	۵۰%	۲۳%	۷۱%	۴۴%
وقت بیشتری را صرف بازی‌های رایانه‌ای / ویدئویی کنید	۳۶%	۴۱%	۴۸%	۳۹%	۲۱%	۲۹%	۲۹%	۲۰%	۲۵%	۲۴%	۴۱%	۳۲%	۴۰%	۳۲%
خواندن کتاب‌های بیشتر / گوش دادن به کتاب‌های صوتی بیشتر	۳۵%	۳۶%	۴۲%	۲۴%	۱۹%	۴۴%	۲۵%	۱۹%	۱۸%	۱۶%	۲۷%	۱۸%	۲۷%	۲۶%
گوش دادن به سرویس‌های پخش بیشتر (به عنوان مثال اپل موسیقی، Spotify و...)	۳۵%	۲۵%	۲۷%	۱۴%	۱۳%	۴۹%	۱۸%	۱۴%	۱۷%	۱۶%	۳۰%	۱۱%	۴۳%	۲۲%
گوش دادن به رادیو بیشتر	۱۸%	۲۹%	۳۲%	۲۳%	۲۴%	۱۶%	۱۶%	۱۷%	۲۰%	۱۵%	۱۸%	۹%	۳۲%	۳۶%
خواندن مجلات بیشتر	۱۶%	۲۳%	۲۲%	۱۴%	۱۷%	۱۴%	۱۲%	۱۵%	۲۹%	۱۴%	۲۲%	۱۶%	۲۳%	۲۴%
روزنامه‌های بیشتری را بخوانید	۱۴%	۱۸%	۱۴%	۱۴%	۱۰%	۱۷%	۱۲%	۹%	۹%	۵%	۱۲%	۷%	۱۲%	۱۱%
ایجاد / بارگذاری فیلم‌ها (به عنوان مثال در Tik Tok ، Youtube و...)	۱۴%	۱۰%	۱۵%	۷%	۵%	۱۷%	۶%	۶%	۹%	۶%	۲۱%	۵%	۱۷%	۱۲%
گوش دادن به پادکست‌های بیشتر	۱۲%	۸%	۱۰%	۶%	۶%	۱۳%	۱۰%	۱۱%	۹%	۱۱%	۱۵%	۴%	۱۷%	۱۳%

## چارسو

### آغاز بازگشایی سینماها در بخش‌هایی از اروپا

نروژ و جمهوری چک در حال بازگشایی سریع سینماها و مشاغل دیگر هستند که به خاطر تدابیر اتخاذ شده برای مهار شیوع ویروس کرونا مجبور به تعطیلی آنها شده بودند. نروژ سینماهایش را هفتم می (۱۸ اردیبهشت) با ظرفیت ۵۰ نفری و جمهوری چک ۱۱ می (۲۲ اردیبهشت) با ظرفیت حداکثر ۱۰۰ نفر بازگشایی می‌کنند. نروژ اعلام کرد سینماها را که تحت دستورالعمل تعطیلی مقطعی در تاریخ ۱۲ ماه مارس بسته شده بودند، در هفتم ماه می بازگشایی خواهد کرد. پذیرش تماشاچیان اما محدود به ۵۰ نفر در هر سانس خواهد بود؛ مشابه محدودیت‌های موجود در کشور همسایه، سوئد که تعطیلی کامل را اجرا نکرده است. در این طرح از مراجعان به سینما خواسته می‌شود حداقل یک متر فاصله اجتماعی بین یکدیگر را حفظ کنند. در جمهوری چک، دولت پراگ برنامه‌هایی را برای راه‌اندازی مجدد سینماهای این کشور در میان همه‌گیری ویروس کرونا مقرر کرده و از ۱۱ ماه می (۲۲ اردیبهشت)، دو هفته پیش از برنامه اعلام شده قبلی دولت برای بازگشایی سینماها در ۲۵ می، بازگشایی سینماها و تئاترها را آغاز می‌کند. مخاطبان در سینماها ابتدا به ۱۰۰ نفر محدود خواهند شد. در محدودیت‌های قبلی به دلیل نگرانی در مورد بیماری همه‌گیر،

اجتماعات بیش از ۱۰ نفر ممنوع اعلام شده بود. آدام وویتک، وزیر بهداشت چک از اواخر روز پنجشنبه اقدامات جدید را اعمال کرد. علاوه بر سینماها، رویدادهای ورزشی و فرهنگی محدود به ۱۰۰ نفر، از ۱۱ اردیبهشت نیز مجاز خواهند بود. این حرکت امیدواری را افزایش می‌دهد که تولیدات سینمایی و تلویزیونی در پراگ نیز ممکن است به زودی راه‌اندازی شود. این کشور یکی از نقاط برجسته تولیدات تلویزیونی و سینمایی در سطح بین‌المللی است و اگر شهرک‌های سینمایی چک بتوانند دوباره بازگشایی شوند، این یک نشانه خوشایند است که صنعت سرگرمی در حال بازگشت است. دولت چک قبل از شیوع گسترده بیماری کووید-۱۹ در این کشور با توجه به اینکه محدودیت‌ها و قوانین ایمنی و محافظتی را به سرعت اعمال کرد، بسیار مورد تحسین قرار گرفت. براساس داده‌های سازمان بهداشت جهانی، روز پنجشنبه هیچ تلفات جدیدی از بیماری کووید-۱۹ در جمهوری چک مشاهده نشده است. تاکنون فقط هفت هزار و ۵۰۰ مورد تأیید شده ابتلا به بیماری کووید-۱۹ در کشور چک وجود داشته و در مجموع ۲۲۷ مرگ‌ومیر ناشی از ویروس کرونا ثبت شده است.

### راز علاقه شهید آوینی به فیلم‌های هیچکاک

حسین معزونی‌نیا، منتقد و مدرس سینما به تازگی در گفت‌وگویی با تسنیم، از مراحل نگارش مقاله مشهور شهید سید مرتضی آوینی با عنوان «عالم هیچکاک» گفته است. در این گفت‌وگو آمده است: «توجه به هیچکاک در ابتدا با شهید آوینی آغاز نشد. در آن ایام، ماهنامه فرهنگی «سوره» در هر فصل، یک ویژه‌نامه سینمایی منتشر می‌کرد به نام «سوره سینما» ویژه‌نامه تئاتر، ادبیات داستانی و موضوعات دیگر هم منتشر می‌شد. اما انتشار «سوره سینما» منظم‌تر از آنها بود. شماره اول تا سوم «سوره سینما» به موضوعات متنوعی پرداخته بود، اما برای چهارمین شماره، مسعود فراسی پیشنهاد داد ویژه‌نامه مختص یک موضوع واحد منتشر شود: «آلفرد هیچکاک». یعنی کل یک شماره درباره آثار هیچکاک باشد. آوینی پذیرفت؛ ابتدا با کمی تردید. فیلم‌های هیچکاک را قبل از انقلاب در سینما دیده بود، اما سال‌ها دیگر تماشایشان نکرده بود. به فراسی گفت، کار را شروع کند، اما خودش انتظار داشت بعد از تماشای دوباره، یادداشتی بنویسد درباره اینکه هیچکاک صرفاً از نظر تکنیکی فیلمساز ماهری است و می‌شود او را استاد «فن» دانست. اما در طول هفته‌هایی که به تدریس فیلم‌ها را دوباره می‌دید، بسیار شگفت‌زده شده بود؛ از اینکه هیچکاک برایش جلوه‌تازهای