هنرمندان دنیا برای غزه سکوت نکردند

صدای هنرعلیه نسل‌کشی

ایمان عظیمی
سردبیر گروه فرهنگ

زمانی «تئودورآدورنو» از فلاسفه نئومارکسیست «مکتب فرانکفورت» گفته بود که پس از آشوبویتس شعر سردرد عملی وحشیانه و بربرمنشانه است، زیرا این کار فرهنگی را به نمایش می‌گذاشت که نتوانست جلوی نسل‌کشی یهودیان و مخالفان نازی‌ها را بگیرد. هیچ معلوم نیست که اگر آدورنو زنده بود در مورد فجایعی که صهیونیست‌ها بر سر مردم فلسطین، به ویژه غزه می‌آورند چه می‌گفت؟ آیا مانند هموطن خود، «یورگن هابرماس» در زمین نتانیاهو و شرکای قاتلش بازی می‌کرد یا سمت حق و حقیقت را می‌گرفت؟ نمی‌دانیم. اما باید این را گفت که سردرد شعر در زمانه‌ای که نظم غربی هرچه دلش می‌خواهد بر سر مردم می‌آورد عمل بیهوده و عبثی نیست، چون از چند میلیارد جمعیت کره زمین، تنها چند میلیون نیروی نظامی وجود دارد که آن‌ها نیز به فراخورد دستور مقامات بالای کشورها و براساس منافع ملی دست به اسلحه می‌شوند تا علیه دشمنان اقدام کنند. مردم و هنرمندان معتقد به اسلام راستین برای همدردی با فلسطینیان و ساکنان غزه تنها می‌توانند با سلاح شعر، موسیقی، سینما، رسانه و... وارد کارزار شوند و علیه دشمنان خدا و انسان موضع بگیرند. حال اگر این کار را هم انجام ندهند نه تنها خویش را شریک جرم و جنایت نیروی نیابتی آمریکا در منطقه قرار داده‌اند، بلکه حق اظهارنظر در مورد مسائل کم‌اهمیت‌تر را از خود سلب کرده‌اند. از زمان شروع عملیات طوفان الاقصی تا به حال، آثار متعددی از هنرمندان بین‌المللی در خصوص جنایت صهیونیست‌ها در غزه و کرانه باختری تولید شده، ولی سهم هنرمندان خاورمیانه‌ای، به‌خصوص اعراب در این میان کمتر از حد تصور است. با این وجود قصد داریم به واکنش هنرمندان خارجی در رابطه با غزه بپردازیم و این سؤال را با ذکر نمونه مطرح کنیم که چرا هنرمندان هم‌خون و هم‌مسلک عرب آن‌طور که شایسته است نسبت به ادامه داده‌دمنشانه صهیونیسم جهانی آرایش جنگی نگرفته و به میدان نیامده‌اند؟

غوغای جوکر علیه نتانیاهو

در میان بازیگران مطرح هالیوودی، «خاویر باردم» و «سوزان ساراندون» در صف اول انتقاد جدی علیه اقدامات وحشیانه صهیونیست‌ها در قبال ساکنان واقعی فلسطین قرار داشتند و با هر وسیله‌ای تلاش کردند تا نگاه مخاطبانشان را به سمت غزه جلب کنند. در تازه‌ترین واکنش، یک بازیگر اسکاری دیگر، یعنی «واکین فینیکس» هم موضع سختی در قبال جنایات رژیم صهیونیستی گرفت و از روح خاصی و انقلابی خود خبر داد. فینیکس در این‌باره با اشاره به گرسنگی مفرط مردم در محاصره غزه گفت: «گرسنگی دادن به کودکان تا سرحد مرگ هیچ توجیهی در پی ندارد. مسئله بسیار ساده و سرراست است. شما برای درک واقعیتی که در حال وقوع است هیچ احتیاجی به شناخت جغرافیای سیاسی منطقه ندارید. حتی لازم نیست که در این رابطه اطلاعات خاصی داشته باشید تا درد مردم آنجا را درک کنید. برای من بسیار ناخوشایند و دردناک است که نمی‌توانیم در مورد این مصیبت بدون ترس حرف بزنیم. به نظرم این اقدامی دلاورانه است که در مورد جنگ غزه سخن بگوییم، چون خطوق بشر برای مردم غزه هم باید رعایت شود.» واکین فینیکس بازیگر سخت‌کوشی است که دوربین او را دوست دارد، نقش‌هایی هم که در طول کارنامه سینمایی‌اش تاکنون پذیرفته بر این واقعیت صحه می‌گذارد، زیرا فینیکس در اغلب اوقات علاقه‌ای به بازی در نقش‌های برج‌خالق‌نشین و عشرت‌طلب ندارد و «جوکر» مصداق بارز همین مدعاست. آنارشی موجود در کاراکتر جوکر، ساخته «تاد فیلیپس» را اگر در قالب رئالیسم متعهد بیرون از انسفر «کامیک بوک‌ها» درنظر بگیریم باید این اعتبار را برای فینیکس قائل شویم که بازی او در نقش یک فرد ضدسیستم با منش وی در زندگی عادی کاملاً منطبق است و ذوای ناخالصی ندارد.

رپ‌های ایرلندی بی‌خیال غزه نشدند

می‌گویند اظهارنظر در مورد مسائل سیاسی و اجتماعی جزء جدایی‌ناپذیر از فرهنگی هیپ‌هاپی در جای‌جای کره زمین است. ما این حرف را می‌پذیریم و سوای خوش‌قصی تعداد کمی از رپ‌های فارسی زبان خارج‌نشین که به بهانه مخالفت با نظم سیاسی مستقر در کشور زادگاهمان عملاً تبدیل به سگ دست‌آموز نتانیاهو و رفیق آمریکایی دیوانه‌اش شدند، هم‌صدایی باقی این هنرمندان با اهالی مظلوم و در عین حال قهرمان‌پرور غزه را مغتنم شمرده و ستایش می‌کنیم. اما فارغ از تلاش‌هایی که رپ‌های وطن‌دوست و مسلمان ایرانی در جهت دفاع از حق و حقیقت از خود بروز داده‌اند، باید زاویه دوربین را به سمت غرب اروپا بچرخانیم تا متوجه شویم انسانیت رنگ، نژاد و آیین نمی‌شناسد و هر فرد و گروه آزاده‌ای می‌تواند بدون آنکه عرب و مسلمان باشد، نظر بسیاری از هم‌مسلکان خویش را به فجایعی که در حال رقم خوردن در منطقه غرب آسیاست معطوف کند. گروه رپ سه‌نفره ایرلندی «نی کپ» در این روزها به خاطر دفاع از ساکنان غزه حسابی غوغا کرده است. ماجرا از اجرای کنسرت این گروه در جشنواره موسیقی کالیفرنیا آغاز شد. آن‌ها برنامه خود را با شعار «اسرائیل در حال نسل‌کشی مردم فلسطین است» و همچنین عبارت «لعنت به اسرائیل، فلسطین را آزاد کنید» آغاز کردند. در ادامه این «مو جرا»ء یکی از اعضای گروه بوکه رو به حاضران گفت: «فلسطینی‌ها جایی برای رفتن ندارند و غزه خانه آن‌هاست. اسرائیل، مردم آنجا را بمباران و آواره می‌کند. این اگر اسمش نسل‌کشی نیست، پس دقیقاً چه مزخرفی است؟» همین حرف‌ها و اجرای آتارشیستی و ساختارشکنانه در قلب خاک آمریکا کافی بود، تا این گروه با دردسر مواجه شود، چون ظرف کمتر از یک هفته از این اتفاق، همه اجراهای صحنه‌ای نی کپ در آمریکا لغو شد و فاکس‌نیوز در هفام بنگاه خبرپراکنی جمهوری خواهان بدون آنکه خنده‌اش بگیرد، اظهارات موجارا را به میلفان آلمان نازی تشبیه کرد! آتش غوغای گروه ایرلندی نی کپ که به طرفداری از جنبش حماس و حزب‌الله لبنان شهرت دارد خاموش نشد و در فستیوال گلاستونبری در میان شعار «فلسطین را آزاد کنید» به اجرا پرداخت. این اتفاق انتقاد «کی‌یر استارمر» نخست‌وزیر بریتانیا را در پی داشت. او اعلام کرد حضور نی کپ در گلاستونبری را مناسب نمی‌داند. موجارا پس از اعلام موضع استارمر ساکت ننشست و در میان هواداران که پرچم فلسطین را در دست داشتند، رئیس دولت فخیمه بریتانیا را خطاب قرار داد و گفت بهتر است او ساکت شود و حرفی نزند. موجارا از نوامبر سال گذشته به خاطر به اعتزاز درآوردن پرچم حزب‌الله در لندن با اتهاماتی درخصوص حمایت از تروریسم و این قسم اباطیل روبه‌روست. همه این‌ها اما باعث نشد که رپ‌های ایرلندی از ادامه حمایت‌هایشان در جهت دفاع از مردم جنوب لبنان و غزه دست بردارند. موجارا در این زمینه گفت: «درست است که این وضعیت بسیار استرس‌زاست و ممکن است بر امنیت اقتصادی کار ما تأثیر بگذارد، ولی همه این دست‌اندازها با آنچه در فلسطین اتفاق می‌افتد بسیار ناچیز است.»

گروه موسیقی «مسیو اتک» علیه اسرائیل

«مسیو اتک» یک گروه موسیقی تریپ‌هاپ انگلیسی است که سی‌وهفت سال پیش کارش را در بازار موسیقی اروپا آغاز کرد. پیچ آلبوم استودیویی این گروه، بیش از ۱۳ میلیون نسخه در سراسر جهان به فروش رفته و آن‌ها توانستند در نزدیک به چهار دهه فعالیت جوایز متعددی را از فستیوال‌های هنری به دست بیاورند. اما مسئله‌ای که باعث شهرت مسیو اتک شده، حمایت از جنبش‌های سیاسی-حقوق بشری و محیط‌زیستی است. حمله کور و وحشیانه رژیم صهیونیستی به مردم بی‌دفاع فلسطین در غزه سبب شد تا آن‌ها با وجود فشارهایی که در این رابطه وجود دارد، تشکلی را با حضور تعدادی از هنرمندان علیه نسل‌کشی سازمان‌دهی کنند و ماریچ سکوت را دور بزنند. در همین راستا، مسیو اتک بیانیه‌ای منتشر کرد و نوشت: «صحنه‌هایی که در غزه اتفاق می‌افتد، فراتر از آن است که بتوان توصیفش کرد. ما به‌عنوان هنرمند، تصمیم گرفته‌ایم سکوت نکنیم و از پزیرش‌های عمومی برای مشخص نمودن نقش دولت بریتانیا در این خصوص پرده‌برداریم.» هدف اصلی و اساسی گروه موسیقی مسیو اتک فراهم آوردن فضایی است که در آن هنرمندان رشته‌های مختلف بتوانند بدون ترس از بایکوت شدن، عقیده‌شان را در رابطه با مسائل مختلف، نظیر آنچه در غزه، وقوع می‌پیوندد بیان کنند و حتی کار را تا جایی پیش ببرند که دولتمردان غربی را به دلیل حمایت تسلیحاتی، مادی و معنوی از نتانیاهو مورد بازخواست قرار دهند. البته رویکرد این گروه از طرف گمدها و لابی‌های اسرائیلی در انگلستان بی‌جواب نماند و نهاد سازمان‌یافته‌ای تحت عنوان «کاکلی بر نتانیاهو برای اسرائیل» علیه اقدام جسورانه مسیو اتک طرح دعاوی کرده است. همین مسئله باعث شد یک گروه مخالف برگزیت (مخالفان خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا) با ساخت و پخش مستندی در باب فعالیت این گروه از وکلا، جبهه‌ای جدید در برابر دشمنان بشریت ایجاد کنند. اعضای این گروه که «رهبری شده توسط الاغ‌ها» نام‌دارد در مستند سینمایی خود، گروه از تلاش وکلای انگلیسی برای ساکت کردن «باب ویلان» پس از اجرای تاریخ‌ساز خود در فستیوال موسیقی گلاستونبری -که خشم صهیونیست‌ها و طرفدارانشان را برانگیخت- پرده برداشت و رسوایی‌شان کرد. تجربه افشاگرانه مسیو اتک صرورت ادامه‌ای می‌تواند موج عظیمی از حمایت‌ها برای مردم غزه و نجاتشان از دست رژیم خونخوار پدید بیاورد و تیغ برّان سانسور را که اثر و یا حتی کاملاً بی‌اثر کند. این گروه موسیقی در ادامه تلاش‌هایشان اضافه کرد با مقاومت حداکثری در برابر کمپین‌های ساختار سیاستاگی می‌کند و اجازه نمی‌دهد هنرمندان، کاری به مسائل حقوق بشری نداشته باشند و با سکوت خود ظالم را در راه‌رسیدن به اهداف شومش در غزه همراهی کنند.

از «تلک قضیه» تا صدای سکوت عربی

وقتی هفت اکتبر و در پی آن حملات رژیم صهیونیستی به کرانه باختری و به‌ویژه نوار غزه شروع شد، تعدادی از هنرمندان عرب منطقه دست به کار شدند و با تولید آثار هنری صدای اعتراضشان را به گوش جهانیان رساندند. در میان همه آن‌ها، اجرای قطعه موسیقی «تلک قضیه» توسط گروه راک مصری کایروکی در اختتامیه یک جشنواره سینمایی سرمه‌دای زیادی به پا کرد و با بازدید میلیونی در سرویس‌های پخش استریم موسیقی و همین‌طور یوتیوب مواجه شد. مضمون اشعار در این ترانه به‌گونه‌ای بود که «سکوت» جامعه جهانی در قبال جنایات اسرائیل را نشانه می‌گرفت و حرف مفت دفاع از حقوق بشر در مجامع غربی-عربی را بر نمی‌تابید. اما هرچه از هفت اکتبر ۲۰۲۳ فاصله گرفتیم، سوژه فلسطین برای هنرمندان عـرب-مهمانی آن‌ها که به «مقاومت» ایمان دارند- بدل به یک موضوع حاشیه‌ای شد و صدای خاص و ویژه‌ای از سمت آنان به گوش نرسید. اگر کاریکاتورهای انقلاب امثال «مرام علی» و «کمال شرف» در صدیت با خوی ددمنشانه صهیونیست‌ها و نسایت را درنظر نگیریم، می‌توان گفت اعراب با وجود نفوذ بسیار بالا در جوامع غربی و حضور چندصدمیلیونی‌شان در منطقه عرب آسیا قافله را به همکاران غربی‌شان باخته‌اند و صدایی جز سکوت از آن‌ها بلند نمی‌شود! این اتفاق باعث شد تا از خود سؤال کنیم چرا هنرمندان عرب، رویه‌ای که با تلک قضیه شروع شد را ادامه ندادند؟ هنرمندان عرب به درد مردم مظلوم غزه اعتنای چندانی ندارند، چون خود راهبرد نوشت بآن‌ها نمی‌دانند و قصد دارند در برابر جامعه جهانی تسلیم محض باشند تا همچنان بقای خویش را تضمین کنند. برای مثال وقتی به صفحه مجازی خواننگان، بازیگران و به‌طور کل هنرمندان زن و مرد سرشناس عرب سر می‌زنیم، جز تعدادی انگشت‌شمار هیچ واکنشی از ایشان در قبال اتفاقاتی که در منطقه در حال وقوع است مشاهده نمی‌کنیم. روزی نیست که لبنان مورد حملات توروریستی و کور رژیم صهیونیستی قرار نگیرد، اما این دلیل آنقدر موجه نیست که خواننده مشهوری همچون «راغب علامه» با به واکنش واداز سازد و او را در برابر نظام پول و سرمایه قرار دهد. این خواننده ریستر اینستاگرام‌بالغ بر پنج‌ونیم میلیون دنبال‌کننده دارد و می‌تواند با یک پست و استوری طرفدارانش از سراسر جهان را نسبت به فجایع غزه و لبنان آگاه کند، ولی دریغ از یک اقدام جدی در این زمینه! توسط وقتی سیاه پادداران انقلاب اسلامی عملیات وعده صادق ۳ را کلید زد، این خواننده‌گان در کلاب‌ها مشغول رقص و آواز بودند و اصلاً نفهمیدند که تاریخ در همسایگی‌شان در حال رقم خوردن است. با الیسا، خواننده‌ای که مواضع سیاسی اش کاملاً در برابر جبهه مقاومت قرار می‌گیرد و به اصالت عرب بر دیگری اعتقاد دارد، وقتی لبنان به‌عنوان کشور متبوعش هدف حملات دشمن قرار گرفت سکوت را بر فریاد ترجیح داد تا مبادا کاسبی‌اش کساد شود. درنهایت باید گفت خون عربی اگر می‌توانست جلوی اسرائیل را بگیرد، سن این رژیم غاصب دورقمی نمی‌شد و کارش در میانه‌ قرن بیستم به نقطه پایان می‌رسید. پس برای سرنگونی نیروی نیابتی آمریکا در منطقه به چیزی بیش از اصالت عربی نیاز است.

وضعیت بازار تولید محتوا در پلتفرم‌های جدید نشان می‌دهد که بازار ظرفیت پذیرش وی‌اودی جدید را ندارد

وضعیت قرمز در نمایش خانگی

محمدحسین سلطانی
خبرنگار گروه فرهنگ

اردیبهشت ۱۳۹۰ است و استیل آذین سقوط می‌کند. چند روز بعد، مهدی مهدوی کیا یکی از انبوه کاپیتان‌های آن تیم، مقابل میکروفن خبرنگار ایسنا قرار می‌گیرد و می‌گوید: «اتفاقی که برای استیل آذین افتاد همه سرمایه‌گذاران و کسانی که می‌خواستند پول‌هایشان را به فوتبال بیاورند، ترساند.» خوبی فوتبال همین است؛ بازنده و برنده دارد. اگر نتوانی توپداری کنی، سقوط می‌کنی. با فرقه‌های صوری نمی‌شود خودت را سرپا نشان بدهی. هفته قبل، از گوشه‌وکنار یکی از پلتفرم‌های تازه‌تأسیس خبری می‌رسد؛ صاحبان پلتفرم ذکر شده از ورود به بازار نمایش خانگی پشیمان شده‌اند. مثل اینکه بازار وی‌اودی‌ها صرف ندارد. انگار اتفاقی دارد می‌افتد که چندان هم ناگهانی نیست.

ازبلتفرم داشتن پشیمان گشته‌ایم

اواخر زمستان ۱۴۰۱ که ستاژ به شبکه ملی مجوزها پیوست، موجی از شرکت‌های مختلف اعلام حضور کردند تا مجوز پلتفرم نمایش خانگی دریافت کنند؛ از واردکنندگان غذای حیوانات خانگی گرفته تا بانک‌ها و شرکت‌های صنایع غذایی. در وهله اول هم‌جیز منطقی به نظر می‌رسید. ۱۴۰۱ یکی از سال‌های اوج نمایش خانگی بود و تحلیل‌ها می‌گفتند سود اصلی صنعت تصویر کشور، قرار است سهم نمایش خانگی بشود. بوی کباب می‌آمد. فرایند ثبت درخواست برای مجوز از ۱۴۰۲ شدت گرفت و حاصلش در ۱۴۰۳ نمایان شد. ستاژ که می‌خواست انحصار تبلیغات است، تعاملیه به جز این اثر دست به تولید هیچ اثر دیگری نزد. دیگر پلتفرم بازار یعنی زینما هم که قرار است به‌زودی سریالی را بازار را بشکند، حالا به صورت بالقوه آن کار را کرده بود. تا شهریور ماه ۱۴۰۳ بیش از ۶۰۰ پلتفرم (البته بخشی از آن‌ها اشتراک فروش بودند) مجوز گرفتند. صداها از خبرگزاری‌ها و روزنامه‌های مختلف بلند شد؛ «پاسخ سریال ژاپنی پلتفرم فیلیمو را برعهده داشت که دوسالی فعالیت کرد و در نهایت نماد الکترونیکش منقضی و از دسترس خارج شد. خلوط‌هایی هم با شرکت نیراس پیکچرز می‌خواست وارد نمایش خانگی شود که گویا از این موضوع منصرف شده است. حالا خبر رسیده، سریالی که قرار بود از طرف نیراس پیکچرز پخش شود به زینما رسیده است. پلتفرم بی‌که سریال «شعال» را قرار است منتشر کند. سریال جدید شعال به کارگردانی بهرنگ توفیقی و تهیه‌کنندگی علی طلوعی، این روزها مراحل نهایی آمادسازی خود را پشت سر می‌گذارد و مهدی سلطانی و کامبیز دیرباز در آن ایفای نقش می‌کنند. نکته جالب این اثر، حضور مالک پلتفرم به‌عنوان تهیه‌کننده است. از طرفی زینما اعلام کرده قرار است سریالش را به‌عنوان محصول مشترک با فیلیمو منتشر کند که این هم خودش، جالب توجه است.

پلن ای و بی و سی‌تان غلط است

چرا از چهار پلتفرم سی که موفق شده‌اند دست به تولید اثر بزنند، همه در معرض ورشکستگی هستند؟ شرکت ورشکسته را استارتی ورشکسته می‌سازد. از چهار پلتفرم سی که وارد نمایش خانگی شدند، دو مورد برای ایرسرمایه‌دارانشان است و دو مورد برای سرمایه‌دارانِ خود. دو ایر سرمایه‌دار با استارتی متفاوتی وارد بازار شدند. شیدا با افتتاحیه مفصل، تبلیغات برای سریال‌هایی که ۶ ماه از تولیدشان مانده بود و البته با استفاده از ناوها و چهره‌های وارد چرخه پلتفرم‌داری شد. بااین حال فقط یک سریالش آماده بود و بعد از آن محصول نقشه دومی را در دستورکار قرار دهد. اقدام دوم سهم‌بندن در تولید سریال‌های دیگران بود. استارتی دوم شیدا کاملاً به نفع پلتفرم‌های بزرگ و در راستای قدرتمندتر شدنشان بود. شیدا برای دو سریال «اجل معلق» و «شکارگاه» سهمی به فیلیمو و فیلیمو پرداخت کرد تا بتوانند آن‌ها را در پلتفرش پخش کند تا پلتفرم خالی نماند و صحبت از ورشکسته‌شدنش به میان نیاید. شیدا دوماهی می‌شود که محصول تولیدی نداشته و این یعنی پرهزینه‌ترین پلتفرم تازه‌تأسیس نمایش خانگی تا آماده شدن شکارگاه نمی‌تواند چندان اشتراکی بفروشد و احتمالاً مجبور است سه یا چهار ماه بازارش را با تولیدات دیگران گرم کند. استراتژی دوم شیدا هم کاملاً مشکت‌خورده است. این صورت منطقی ندارد که مخاطب به جای خریدن اشتراک یک پلتفرم بزرگ و با انبوهی از محتوا سراغ یک پلتفرم با تکسریال برود که با تولیدات دیگران خودش را سر پا می‌کند. این استراتژی شیدا کاملاً به نفع پلتفرم‌های بزرگ نمایش خانگی است، چون با این تکنیک هم بخشی از هزینه‌های سریال تأمین می‌شود، هم به واسطه یک پلتفرم است که در میانه بیش از ۶۰۰ پلتفرم تازه‌تأسیس توانست خودش را بالا بکشد و محتوایش را منتشر کند. استارتی با دستی برّا آمد. پخش در سریال «کتکل» و «جزءومره»، در نگاه اول همه را مطمئن کرد که قرار است یک بازیگر مهم به نمایش خانگی اضافه شود. استارت اعلام می‌کند برای دیدن سریال‌هایش نیاز به خریدن اشتراک هم نیست و همه می‌توانند صرفاً با ثبت‌نام در استارت سریال‌ها را ببینند. گروه مالی طبیعت به‌عنوان گردانننده این پلتفرم تمرکزش را روی تبلیغات محصولاتش در سریال‌ها گذاشته و سه مرتبه (در آغاز، میانه اول و میانه دوم) در هر قسمت از سریال‌هایش تبلیغات شرکت‌های زیر مجموعه‌اش را انجام می‌دهد. شاید عجیب به نظر برسد اما انگار طبیعت به‌جای آنکه تبلیغاتش را به سایر پلتفرم‌ها و سریال‌ها بدهد، برای تبلیغاتش پلتفرم‌زده و خیالش را راحت کرده. بااین حال استارت هم چندان شرایط خوبی ندارد و گویا به دلیل جنگ و مسائل دیگر تولید مهم‌ترین سریالش یعنی کتکل متوقف شده است و اخباری از اطراف استارت می‌گوید که هلدینگ طبیعت خیلی از شرایط بازار راضی نیست و احتمال واگذاری پلتفرم وجود دارد. تعاملیه شاید در تولید محتوا مفاوت‌ترین پلتفرم با باقی وی‌اودی‌های حاضر برد. تعاملیه به‌جای آنکه کارش را سریال آغاز کند با رتالیتی‌شو شروع کرد. «عالیجناب» تهیه‌تولید تعاملیه بود که با حضور برخی بازیگران سینما و بازیگران تلیفات تلویزیونی انجام شد. این برنامه به پیروی از موج تولید «مافیا» در نمایش خانگی ساخته و منتشر شد. مالک تعاملیه شروه‌های موج است که یک شرکت تبلیغاتی است. تعاملیه به جز این اثر دست به تولید هیچ اثر دیگری نزد. دیگر پلتفرم بازار یعنی زینما هم که قرار است به‌زودی سریالی را منتشر کند، از همین ابتدا شروع مبهمی داشته. مالک این پلتفرم شرکت نوآوران بامداد راه‌سیز است که ملاکیتش را علی طلوعی تهیه‌کننده «بخارست»، «مانکن» و «ملکه کدبانو» بر عهده دارد. نوآوران بامداد راه‌سیز پیش‌تر پلتفرم فیلیمو را برعهده داشت که دوسالی فعالیت کرد و در نهایت نماد الکترونیکش منقضی و از دسترس خارج شد. خلوط‌هایی هم با شرکت نیراس پیکچرز می‌خواست وارد نمایش خانگی شود که گویا از این موضوع منصرف شده است. حالا خبر رسیده، سریالی که قرار بود از طرف نیراس پیکچرز پخش شود به زینما رسیده است. پلتفرم بی که سریال «شعال» را قرار است منتشر کند. سریال جدید شعال به کارگردانی بهرنگ توفیقی و تهیه‌کنندگی علی طلوعی، این روزها مراحل نهایی آمادسازی خود را پشت سر می‌گذارد و مهدی سلطانی و کامبیز دیرباز در آن ایفای نقش می‌کنند. نکته جالب این اثر، حضور مالک پلتفرم به‌عنوان تهیه‌کننده است. از طرف زینما اعلام کرده قرار است سریالش را به‌عنوان محصول مشترک با فیلیمو منتشر کند که این هم خودش، جالب توجه است.

افتتاحیهٔ خوب و سقوط‌های جشمگیر

از بین آن ۶۰۰ پلتفرم مجوزگرفته، چهار پلتفرم به تولید اثر رسیده‌اند. شیدا، استارت، تعاملیه و زینما، نام‌های این سه وی‌اودی تازه‌تأسیس است. مالکیت شیدا با بانک گردشگری است، مالکیت استارت با هلدینگ طبیعت است و مالکیت پلتفرم سوم یعنی زینما با علی طلوعی، تهیه‌کننده سینماست. تعاملیه هم دست یک گروه تبلیغاتی به نام شروه‌های صوح است. پس از یک‌سال از زمانی که پلتفرم شیدا نماد الکترونیکش را دریافت کرد، می‌گذرد. شیدا پرحجم کارش را شروع کرد. پلتفرم نمایش خانگی بانک گردشگری در ابتدای مسیرش خیر از تولید سریالی با حضور شهاب حسینی داد. بعد اعلام کرد بامداد خمار را با نرگس آبیار جلو می‌برد. در آخر هم اخباری به گوش رسید که شیدا می‌خواهد پخش سوشون را هم در دست بگیرد که البته موفق نیست. ۱۰ بهمن ماه ۱۴۰۳ اولین قسمت آبان پخش می‌شود. کمتر از یک‌ماه بعد شیدا اعلام می‌کند که بیش از ۵۰۰ هزار اشتراکش به فروش رفته. آن هم تنها با محتوای یک سریال. شیدا گروه دو ویلا۲ هم راه‌اندازه و به نظر می‌رسد که کار را قوی آغاز کرده. همه چیز خوب جلو می‌رود. تا اینکه سریال به نیمه می‌رسد، کیفیت افت و مخاطب کاهش پیدا می‌کند. اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ که پخش آبان تمام می‌شود، شیدا دیگر برنامه‌ای ندارد. بامداد خمار هنوز آماده نشده و در کش‌وقوس رفته مانده. جنگ شروع می‌شود و تولید هم تحت‌تأثیر قرار می‌گیرد. حالا دوماهی می‌شود که شیدا دیگر برنامه جدیدی ندارد و این یعنی اشتراکی هم نمی‌تواند بفروشد. در زمانی که شیدا در اوج بود، پلتفرم دیگری هم بالا آمد که نامش استارت بود. استارت دومین پلتفرمی است که در مدت کوتاه، تبلیغ و دیده می‌شود، از طرفی به دلیل مزیتی که نسبت به پلتفرم مشترک شده دارند، واج‌تایم و میزان بازدیدشان آن‌چنان آسیبی نمی‌بیند. به همین خاطر است که هم پلتفرم فیلیمو و هم فیلیمو از این اقدام شیدا استقبال کردند و محتوای تولید شده‌شان را با شیدا همسو شدند. دیگر ابرسرمایه‌داری که پلتفرم نمایش خانگی بالا آورد، استارت است. این پلتفرم همان ابتدای کار محتوایش را به‌صورت رایگان عرضه کرد و این را در نظر داشت که در ادامه کار و پس از جاافتادن شروع به فروش اشتراک کرد و به این شکل در بازار تثبیت شود. مدل انتخابی استارت شبیه به فروشگاه‌های زنجیره‌ای بود که با اشانتیون و نمونه کار می‌خواهند بازار پایی ابتدایی داشته باشند و بعد از مدتی فروششان که بالا رفت و مزیت رقابتی کسب کردند، وارد بازار اصلی شوند. روی کاغذ این استراتژی چندان غلط نیست اما موضوع اصلی در تفاوت ماهوی پلتفرم و فروشگاه زنجیره‌ای نهفته است. اگر هلدینگ طبیعت می‌تواند با این استراتژی برای فروشگاه‌های زنجیره‌ای‌اش مخاطب بگیرد این دلیلی بر آن نیست که پلتفرم نمایش خانگی هم به این شکل بتواند مخاطب پیدا کند. از طرفی استارت از همان شروع سرمایه را اشتباهی از انتخاب کرده چون پیش‌ازاین پلتفرم‌هایی مانند تماشاخونه مسیر استارت را با رایگان‌سازی محتوا رفته بودند و پس از مدتی دچار توقف در تولید آثارشان شدند. با این تفاصیل، استارت می‌تواند خوشحال باشد در مسیری که انتخاب کرده، حداقل با تبلیغات مکرر محصولاتش، توانسته بخشی از سرمایه هزینه شده را بازگرداند. شاید اشتباه دیگر استارت، عرضه تمام سریال‌هایش به‌صورت همزمان بود. تولیداتی که این پلتفرم طی یک‌سال به آن رسیده بود ناگهان به‌صورت همزمان عرضه شد و عملاً کار را برای ادامه مسیر این پلتفرم سخت کرد. ابرسرمایه‌دارها را هم که کنار بگذاریم می‌رسیم به پلتفرم‌های کوچک و تک‌محصولی؛ پلتفرم‌هایی که مهم‌ترین مشکلشان تک‌محصولی بودن و نداشتن مزیت رقابتی است. تعاملیه با رتالیتی‌شو عالیجناب عملاً پشت‌دست پلتفرم‌های بزرگ بازی کرد، البته خیلی دیگر تکراری شده بود، این پلتفرم در زمانی که موج مافیازاری در کشور خوابیده دست به تولید محتوا در نمایش خانگی زد و عملاً با همین درنظرنگرفتن میل مخاطب، حتی اسمش هم در افواه مردم شنیده نشد و تنها گوشه‌هایی از برنامه‌اش در قالب تکه‌های وایرالی در فضای اینستاگرامی چرخید و پس از آن این پلتفرم دیگر برنامه اختصاصی‌ای را بالا نیاورد. سوای این‌ها تعاملیه در فروش اشتراک از قیمت‌گذاری اشتباهی استفاده کرد. این پلتفرم در حال حاضر با اشتراک ۱۵۰ هزارتومانی (برای یک ماه) عرضه شده، این در حالی است که پلتفرم‌هایی چون شیدا با محتوای تولیدشده با کیفیت، ترقیمت اشتراک‌شان را روی ۱۴۰ هزار تومان تنظیم کرده‌اند. دیگر پلتفرم بازار یعنی زینما هم همین مشکل را دارد و با قیمت بالای اشتراکش عملاً خود را از بازی حذف کرد. البته این تنها موضوعی نیست که جایگاه این پلتفرم را در نمایش خانگی تضعیف کرده؛ زینما از اساس کارش را روی اشتباه طرح دوم شیدا بنا کرده است. این پلتفرم محصول اولش را با پلتفرم فیلیمو مشترک کرد تا بتواند هم هزینه‌های سریال را دربیاورد و هم تبلیغ ارش بیشتر و بهتر انجام شود. غافل از اینکه با چنین کاری عملاً فروش اشتراک چندانی نخواهد داشت و به‌عنوان یک پلتفرم برند، مطرح نمی‌شود. بااین همه بستگی دارد استراتژی دوم زینما چه باشد، آیا تهیه‌کننده او که با وضعیت فروش در نمایش خانگی بیگانه هم نیست، پس از شغال بیاز هم اثرش را با باقی پلتفرم‌ها مشترک می‌کند یا حضور مستقل‌تری در ادامه مسیرش خواهد داشت.

یک حساب سرانگشتی از نصرفیدن

همه این توضیحات و تحلیل‌ها را درباره دو استراتژی به کار گرفته توسط پلتفرم‌ها (تولید محتوای مشترک و عدم فروش اشتراک) گوشه‌ای نگه دارید. اصلاً فرض را بر این بگذاریم که پلتفرمی بتواند در این بازار به اندازه موفق‌ترین وی‌اودی تازه‌تأسیس (شیدا) اشتراک بفروشد، آیا باز هم بازار نمایش خانگی برای ابرشرکت‌ها ارزش سرمایه‌گذاری دارد؟ برای پاسخ به این سؤال نیاز به یک حساب سرانگشتی است. بنابر گفته شیدا، این پلتفرم حدود ۵۰۰ هزار اشتراک فروخته. اگر در نظر بگیریم که تمام اشتراک‌های فروخته شده از نوع یک ماهه و ۱۴۰ هزار تومانی بوده، این به این معنی است که پلتفرم نمایش خانگی در هر ماه حدود ۷۰ میلیارد تومان می‌تواند کاسب شود. حالا این رقم را کنار هزینه تولیدات در نمایش خانگی بگذارید. بنابر گمانه‌زنی‌هایی که سال قبل از تولید یک سریال معمولی در جریان بود، هر قسمت از یکم سریال معمولی در سال ۱۴۰۳ حدود سه میلیارد تومان هزینه می‌برد که این رقم به تناسب بازیگران و البته تورم تغییر می‌کند. اگر ۳۳ درصد تورم اعلامی در سال ۱۴۰۴ را هم روی این رقم سه میلیارد حساب کنیم، هر قسمت سریال حدود چهار میلیارد تومان هزینه می‌برد. حالا در نظر بگیرید سریالی مثل آبان ۱۷ قسمت دارد و هر قسمش سه تا چهارمیلیارد هزینه بَرد. آن وقت در این شرایط فرضی، حدود ۷۰ میلیارد هزینه تولید سریال می‌شود. این درست به‌اندازه همان میزان درآمدی است که شیدا اعلام می‌کند فروخته. سؤال اینجاست که شیدا برای آثار تاریخی چون «بامداد خمار» می‌خواهد چه کاری انجام دهد؟ سریال‌هایی که هزینه تولیدشان از ۶ و ۷ میلیارد بالاتر است و طبیعتاً ۵۰۰ هزار اشتراک هم نمی‌تواند پاسخگوی هزینه‌هایشان باشد. این وضعیت در پلتفرم‌هایی که اشتراکی نمی‌فروشند بدتر است. همه وضعیت شرح داده شده، در شرایطی است که پلتفرم بخواهد تنها با یک سریال کارش را جلو ببرد و آن سریال بتواند موفق ظاهر شود. از طرفی پلتفرم‌هایی که اشتراک نمی‌فروشند اوضاع پیچیده‌تری دارند و عملاً مجبورند هزینه‌های سریال‌هایشان را از طریق تبلیغات تأمین کنند. (البته استارت به جز تبلیغات محصولات هلدینگ تا به‌حال هزینه‌ای برای سریال‌های دیگر نداشته.) در این محاسبه البته باید در نظر گرفت که برخی سریال‌ها به‌تناسب تعداد قسمت‌هایشان، بیش از سه تا ۶ ماه ادامه پیدا می‌کنند و اگر بتوانند گیرایی داشته باشند، اشتراک‌های بیشتر می‌توانند به فروش برسانند. با در نظر گرفتن این موضوع شاید در وهله اول این طور به نظر برسد که با این حال فروش در نمایش خانگی منطقی است اما باز هم مسائل دیگری وجود دارد که کل موضوع را پیچیده‌تر می‌کند. اگر در نظر بگیریم که هر قسمت سریال (بدون هزینه تبلیغاتش) چهارمیلیارد هزینه برد و در هر ماه چهار قسمت سریال منتشر شود، حدود ۱۶ میلیارد ه