کاهش ۵۹ میلیونی مخاطبان سینمای آمریکا و کانادا چه پیامی دارد؟

نسل Z هوادار برنامه‌های مینی‌مال

ایمان عظیمی
خبرنگار گروه فرهنگ

اگر مردم ایران را سوای مرزبندی‌های جغرافیایی شهروندان دهکده جهانی تصور کنیم درمی‌یابیم که در عصر امپراتوری رسانه و جلوه‌های تکنولوژیک آن جایی برای فُرم‌های سنتی و از مُدافتاده نیست. روزگاری سالن‌های سینما چه در کشور ما و چه در ساختارهای صاحب این صنعت-هنر مملو از تماشاگران سرشار و حتی سینه‌فیل‌های حرفه‌ای بود که سوژه هر اثری را به زمینه‌ای برای بحث و تبادل نظر در مورد موضوعات مختلف تبدیل می‌کردند، ولی در حال حاضر و با وجود رشد فزاینده جمعیت در دنیا، سالن‌های پخش فیلم از اقبال مطلوبی برخوردار نیستند و جُز در موارد خاص به مکان‌های سوت‌وکوری تبدیل شده‌اند. از آن طرف تلویزیون‌های دولتی و خصوصی نیز در وضعیت خوبی قرار ندارند و نسل Z برای دنبال کردن محتوای دلخواهشان در حال امتحان جایگزین‌های جذاب‌تری هستند که بتوانند آزادی عمل بیشتری را برایشان فراهم آورند. اقبال کاربران از گروه و دسته‌های سنی مختلف به اجراهای طنازانه امثال امیرحسین قیاسی، ابوطالب حسینی، فرشاد پیرهادی (بلک‌فری)، مهیار حسن و... در بسترهای پخش رایگان و همین‌طور سهولت در تماشای سریال‌ها و برنامه‌های سرگرم‌کننده آن‌هم فقط به‌واسطه یک گوشی تلفن هوشمند مُبَین ایجاد نوعی الگوی رفتاری در میان مردم از نقاط مختلف جهان است که باید آن را جدی گرفت.

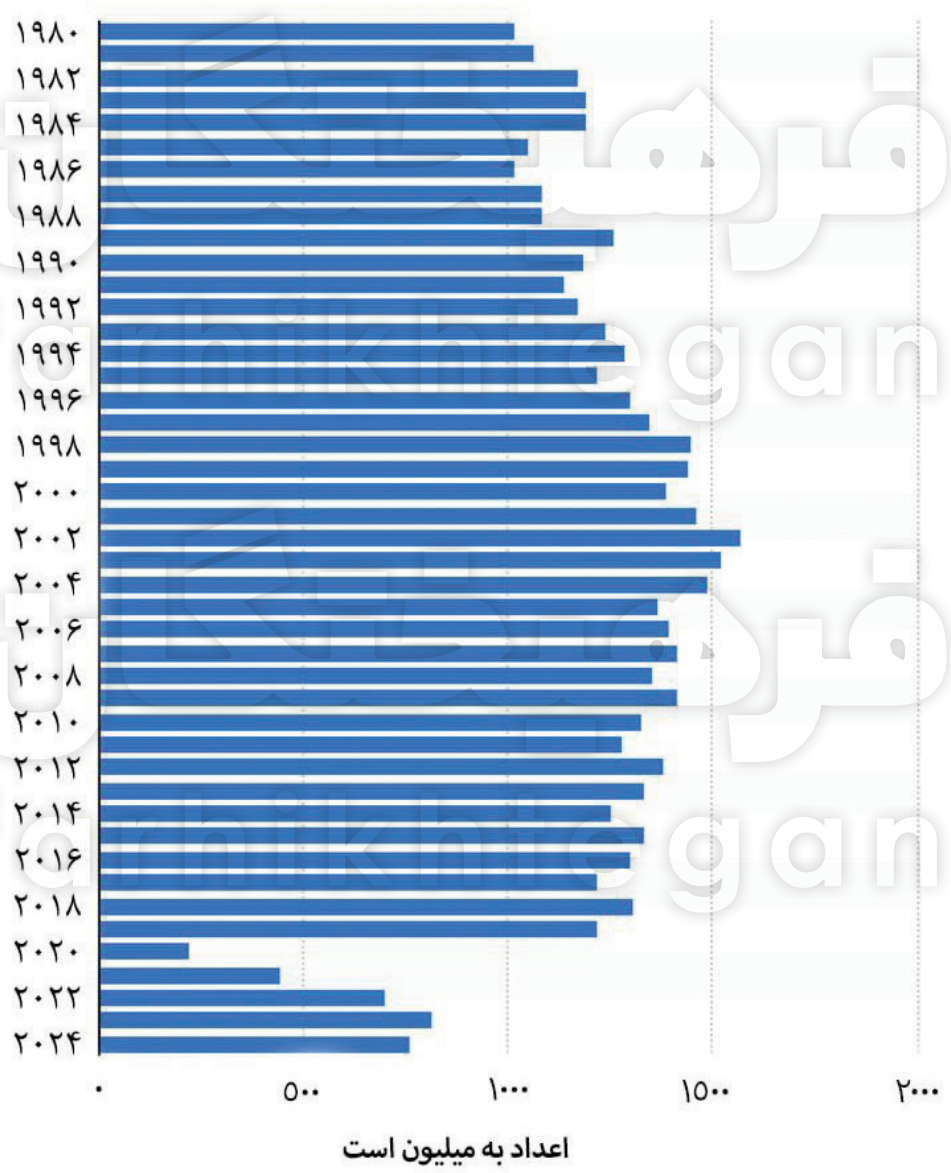
بهار سینما در آمریکا به سر رسید؟

براساس گزارش «استاتیستا» سالن‌های سینمای آمریکای شمالی (ایالات متحده و کانادا) در سال ۲۰۲۴ با فروش ۷۶۲ میلیون بلیت از مردم میزبانی کردند که ۵۸ میلیون بلیت فروخته شده در سال ۲۰۲۳ کمتر بود. سالن‌های نمایش فیلم در آمریکای شمالی تا پایان سال ۲۰۱۹ روندی کم‌وبیش صعودی را دنبال می‌کرد و با فروش نزدیک به ۱/۲۳ میلیارد دلار رکورد زد، اما وقوع پاندمی کرونا در جهان باعث شد تا زنگ خطر برای صنعت سینما و استودیوهای بزرگ زودتر از موعد به صدا دربیاید. کاهش مخاطبان سینما، تأثیر بسزایی نیز بر امور مالی سالن‌ها گذاشت و درآمد گیشه در آمریکا و کانادا را روی عدد ۸/۶ میلیارد دلار فیکس کرد که در مقایسه با سال‌های پیش از رکود بسیار کم‌تر بود. درآمد سینماهای کانادا از گیشه آمریکای شمالی در سال ۲۰۲۳ به ۶۰۰ میلیون دلار کانادا رسید که در مقایسه با رکورد ۱/۲ میلیاردی سال ۲۰۱۹ حکایت از کاهش ۵۰ درصدی ارزش خود داشت. این نکته نشان می‌دهد که کرونا نقشی تعیین‌کننده و غیرقابل چشم‌پوشی در تغییر پارادایم اینترتینمنت در دنیا دارد، ولی نباید از شکل ارائه محتوای مورد اشاره نیز غافل شد و آن را نادیده گرفت، زیرا اگر خلاقیتی در شکل ارائه محتوا به کاربران سرویس‌های استریم وجود نداشت، اکنون سینما می‌توانست توان خود را احیاء کند، ولی این پلتفرم‌ها، شبکه‌های اجتماعی و در کُل فضای مجازی جدید و در دسترس بودند که توانستند بهار سینما در آمریکا و همچنین متعلقات مربوط به آن را به پایان برسانند و آغازگر دوره جدیدی باشند، اتفاقی که در کشور ما نیز به‌نحوی متفاوت در حال وقوع است و سینماگران باید آن را زنگ خطری برای کسب‌وکارشان قلمداد کنند. طبق نظرسنجی مرکز تحقیقات امور عمومی آسوشیتدپرس، نزدیک به سه‌چهارم بزرگسالان در ایالات متحده حداقل یک مرتبه به جای انتخاب سالن‌های سینما، آثار دلخواهشان را از طریق سرویس‌های پخش آنلاین تماشا کرده‌اند و از هر ده نفر سه نفر حداقل ماهی یک اثر جدید را از طریق سرویس‌های موجود دنبال کرده‌اند. مخاطبان پَروپاقرص فیلم‌های سینمایی در آمریکا در پاسخ به این پرسش که چرا تمایل بیشتری به تماشای فیلم در موقعیت‌ها و مکان‌هایی غیر از سالن‌های سینما اشتیاق پیدا کرده‌اند پای دو اصل «راحتی» و «هزینه کم‌تر» را مطرح می‌کنند؛ برای نمونه میانگین قیمت بلیت در سال جاری میلادی در آمریکا ۱۳/۱۷ دلار است که در مقایسه با میانگین ۱۱ دلاری بهای بلیت در سال ۲۰۲۲ دو دلار افزایش پیدا کرده است. اتفاقی که ایران نیز از آن مستثنی نبوده و در مسئله کاهش سه میلیونی مخاطبان سینما در شش‌ماهه نخست سال ۱۴۰۴ نسبت به دوره مشابه در سال ۱۴۰۳ نیز می‌توان به همین نکته، یعنی افزایش میانگین بهای بلیت اشاره کرد. اگر اتفاقاتی نظیر جنگ دوازده روزه و تغییر شیوه مدیریت در صدور پروانه ساخت و نمایش نسبت به دولت سیزدهم را فاکتور بگیریم باز هم نمی‌توانیم منکر آن شویم که محیط متنوع و رنگارنگ پلتفرم‌ها برای کاربران ایرانی آن‌ها را از تماشای فیلم در سالن‌های سینما بی‌نیاز کرده است. بگذارید با بیان نمونه‌ای از سینمای آمریکا، خاصه هالیوود موقعیت سینمای ایران و تولیدات آن را شفاف‌تر توضیح دهیم. تا سال ۲۰۱۷ اکران آثار سینمایی در ایالات متحده در قالب یک دوره نمایش نَوَد روزه صورت می‌گرفت، اما در حال حاضر فیلم‌ها برای حضوری چهل‌وپنج روزه در سالن‌های سینما تلاش می‌کنند. البته نقشه راه می‌تواند براساس اهمیت فیلم موردنظر با تغییراتی همراه شود و فیلم اُسکاری «آنورا» را با فرصت اکران ۷۰ روزه از این قاعده مستثنی کند، ولی این رویکرد برمبنای قاعده رقم نمی‌خورد و معلول موارد فراوانی است که مسئله پخش قدرتمند تنها یکی از آن‌ها به‌شمار می‌آید. در مورد مشابه ایران می‌توان از فیلم «اُتاقک گِلی» مثال زد. این اثر سیمرغ رشته بهترین کارگردان اوّل را از چهل‌ویکمین دوره جشنواره فجر به دست آورد و از هشتم مُردادماه ۱۴۰۴ در چرخه اکران سراسری سینماهای کشور قرار گرفت و با فروش پایین ۱ میلیارد و دویست‌وپنجاه‌ونُه میلیونی روانه اکران آنلاین در پلتفرم شد تا در آن بستر، بخشی از هزینه‌های تولید را جبران کند.

تلویزیون! به پایانت سلام کن

وضع کاهش مخاطب در مورد تلویزیون‌های رسمی-دولتی و حتی کابْلی اگر از صنعت سینما بدتر نباشد بهتر نیست، چون این مدیوم هم چندسالی است که با رقیب تازه‌ای در میدان مواجه شده و امورش برخلاف گذشته به‌راحتی نمی‌گذرد. براساس گزارش آماری «مرکز تحقیقاتی نیلسن» -که تعداد مخاطبان رسانه‌ها، ازجمله تلویزیون، رادیو، تئاتر، فیلم و جراید را محاسبه می‌کند- پخش تلویزیونی و کابْلی در آمریکا ۴۴/۲ درصد از کُل مخاطبان را دراختیار دارد که در مقایسه با سهم ۴۴/۸ درصدی سرویس‌های پخش استریم در رتبه دوّم جای گرفته است! این اولین‌بار است که بسترهای آنلاین پخش محتوای سرگرم‌کننده از چهارچوب‌های سنتی نظیر تلویزیون و شبکه کابْلی پیشی گرفته‌اند و به همین خاطر باید فاصله میان سال ۲۰۲۴ تا ۲۰۲۵ را به‌عنوان نقطه‌عطفی برای فُرم‌های جدید درنظر گرفت. نیلسن در ادامه به این نکته اشاره می‌کند که از ماه مِی ۲۰۲۱ تا ماه مِی ۲۰۲۵ استفاده از سرویس‌های پخش آنلاین ۷۱ درصد افزایش یافته و این درحالی است که پخش تلویزیونی و کابلی در آمریکا به ترتیب ۲۱ و ۳۹ درصد کاهش پیدا کرده است. یوتوب به‌عنوان کاربردی‌ترین سرویس رایگان پخش ویدئو در جهان از سال ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۵ با رشد ۱۲۰ درصدی در جذب مخاطب بسیار موفق عمل کرده و به تنهایی ۱۲/۵ درصد از کُل تماشاگران تلویزیونی را به خود اختصاص داده است. در این میان نقش پلتفرم‌های کوچک‌تر نظیر Pluto Tv، Roku و Tubi نیز حائز اهمیت تلقی می‌شود، زیرا آن‌ها ۵/۷ درصد از بازدیدها را تا ماه مِی سال جاری به دست آورده‌اند که این عدد بسیار قابل اعتنا است. در ایران این صداوسیما است که متولی اصلی تولید محتوا برای جمعیت میلیونی کشور محسوب می‌شود و با بهره‌مندی از بودجه عمومی امورش را می‌گذراند، اما آمار مشخص و شفافی در مورد اقبال به این رسانه و کم و زیاد شدن درصد مخاطبان آن وجود ندارد! اما با وجود این، می‌توان در گفت‌وگو با مردم کوچه و خیابان و همین‌طور رجوع به آمار برنامه‌های مختلف سازمان در تلوبیون پِی به یک واقعیتِ آشکار نظیر آنچه در آمریکا در حال وقوع است بُرد: واینرهای اینستاگرامی و یوتیوبرها با محتوایشان در حال رقابت جدی با رقیب سنتی و قدیمی‌اند و روزبه‌روز به تعداد دنبال‌کنندگانشان اضافه می‌کنند. در نظرسنجی مهرماه سال ۱۴۰۳ «مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا)» در قالب یک گزارش آماری به وضعیت فرهنگی-اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های دولتی پرداخت و به این نکته اشاره کرد که سهم پلتفرم‌های داخلی از تماشای فیلم‌ها، سریال‌ها، رئالیتی‌شوها و باقی محتواهای سرگرم‌کننده توسط دانشجویان دانشگاه‌های دولتی ۱۸/۷ درصد، سهم پلتفرم‌های خارجی برای این منظور ۱۱/۶ و سهم رسانه‌های رسمی تنها ۱۱/۵ درصد است. در این صورت کاملاً بدیهی است که بسیاری از افراد برای نمایش و عرضه خلاقیت خود به مردم، VODها و بسترهای آنلاین نظیر یوتیوب و آپارات را به تلویزیون ترجیح دهند. مخاطب با یک گوشی هوشمند ساده در هر زمان و مکانی که لازم بداند می‌تواند به محتوای موردپسندش در نبود بایدها و نبایدهای دست‌وپاگیر دسترسی داشته باشد. از طرف دیگر، کاهش اقبال به محتوای شبکه‌های رسمی فارغ از مسائل مربوط به ممیزی در ادامه یک روند همه‌گیر و جهانی صورت گرفته و نمی‌تواند فقط یک مسئله داخلی در درون جغرافیای ایران درنظر گرفته شود. امیرحسین قیاسی پس از موفقیت در برنامه خندوانه به‌عنوان یکی از استندآپ‌کمدین‌های برتر، حضور در پروژه‌های تلویزیونی را نپذیرفت تا با اتکا به متن خودش وارد میدان شود و رقبای گردن‌کلفت را در تصاحب نگاه تماشاگران پُشت سر بگذارد. دنیای مُدرن فهم کهنه از جهان را برنمی‌تابد و واینرهای شبکه‌های اجتماعی این نکته را فارغ از ارزش‌گذاری کارهایشان به‌خوبی درک کرده‌اند.

میزان بلیت‌های فروخته شده در سینما های آمریکا و کانادا از سال ۱۹۸۰ تا ۲۰۲۴



موج تغییرات در وزارت ارشاد به سازمان سینمایی رسید

گره اکران را سفت نکنید

محمدحسین سلطانی
خبرنگار گروه فرهنگ

جابه‌جایی و تغییرات وزارت ارشاد در دو ماه اتفاق تازه‌ای نیست و هر ماه خبری از جابه‌جایی در ساختمان بهارستان به گوش می‌رسد. کمتر از یک ماه قبل صندلی معاونت هنری به محمدمهدی احمدی سپرده شد و حالا مسئولیت اداره کل نظارت بر عرضه و نمایش فیلم به شخص دیگری سپرده شده است. سازمانی که هسته مرکزی پخش و نمایش آثار سینمایی به حساب می‌آید و دستورالعمل اکران و نظارت بر پخش فیلم‌ها زیر نظر این سازمان قرار می‌گیرد. اداره‌ای که حاصل عملکردش مستقیم روی پرده‌های سینما می‌آید و یکی از مهم‌ترین فیلترهای ارشاد در اکران آثار سینمایی محسوب می‌شود. میثم زندی تا حدود ۸ ماه قبل اداره این سازمان را بر عهده داشت و پیش از او روح‌الله سهرابی در دولت سیزدهم این مسئولیت را بر عهده گرفت. حالا دیروز خبر رسید که مسئولیت یکی از پرحاشیه‌ترین ادارات زیر نظر سازمان سینمایی بر عهده مجتبی بهزادیان قرار گرفته است. گزینه‌ای که تا پیش از این در سمفا، بهمن سبز و مؤسسه سینما شهر مسئولیت داشته و حالا از درون ساختار پخش و اکران، وارد واحد نظارت شده است. حالا مهم‌ترین بازوی ارزیابی سازمان سینمایی در یک شطرنج مدیریتی، وارد مرحله‌ای تازه شده است؛ مرحله‌ای که باید دید مسیرهای متضاد سال‌های اخیر را به چه نتیجه‌ای می‌رساند.

مسیر اول؛ نظارت با نگاه بسته یا نظارت ایجابی

برآورد زندی از اسفند ماه سال گذشته تاکنون نشان می‌داد، وزارت ارشاد و سازمان سینمایی تمام تلاشش را معطوف به رویکرد «ایجابی» قرار داد و عملاً عمده آثار تولیدشده و اکران‌شده در جشنواره فجر (بخش اصلی و بخش ویژه) به چرخه اکران وارد شدند. سیاست حداکثری دولت در اکران فیلم‌ها نگاه‌های مثبت و منفی بسیاری را به همراه داشت. اکران آثاری همچون «پیرپسر»، «سینما متروپل»، «خانه ارواح»، «بی‌سروصدا»، «غیبت موجه» و «لاکپشت» مصداق‌های چنین نگاهی است. نگاهی که مخالفت‌هایی را در بین برخی از نمایندگان مجلس برانگیخت و یکی از پرسش‌های اصلی نسبت به صالحی در صحن علنی مجلس مربوط به همین اتفاق بود. البته سابقه نگاه بازتر نسبت به فیلم‌های سینمایی در سه سال اخیر از دولت چهاردهم آغاز نشد و داستان بازمی‌گردد به شش ماه پایانی دولت سیزدهم، جایی که تیم قبلی اداره نظارت و ارزیابی با مجوز پخش علت مرگ نامعلوم موافقت کرد اما اکرانش را بر عهده دولت چهاردهم گذاشت. روند در دولت چهاردهم بر این طریق پیش رفت که اگر فیلم‌ها مستقیماً به برخی از خط قرمزها ورود نکنند، می‌شود آن‌ها را روی پرده اکران دید. سیاست اعمال‌شده که عهده‌دار اجرای آن زندی بود، در هفت ماه اخیر قابل قبول عمل کرد و با نگاه ایجابی نسبت به آثار، جلوی بسیاری از اعتراض‌ها را گرفت و حواشی را از درون جامعه سینما کم کرد. در چنین موقعیتی فرصت نقد کردن پدید آمد و فیلم‌هایی که از نظر عرفی و اخلاقی دچار مشکل بودند، از طرف مردم و جامعه منتقدان مورد بحث و سنجش قرار گرفتند. حتی می‌توان گفت برخی از فیلم‌ها مثل قاتل و وحشی وجود داشتند که در این مدت اخیر می‌شد از فیلترهای ارشاد عبور کنند و به چرخه اکران دربیایند تا فرصت نقد و تفسیر آن‌ها از جانب مردم ایجاد شود.

باید این سؤال را از خودمان بپرسیم که دولت با استفاده از رویکرد ایجابی دنبال چه چیزی بود و چه مقدار از آن را به دست آورد؛ دولت در همان روزهای ابتدایی سیاست وفاق را در پیش گرفت و همان زمان پرسش اصلی اینجا بود که با این رویکرد عملاً چه بر سر سازمان ناظر و ارزیاب خواهد آمد و آن‌ها چطور قرار است آماج سلایق مختلف را به تعادل برسانند. آنچه دولت چهاردهم در ابتدای عملکردش نشان داد، به نظر می‌رسید که تلاش دارد نظارت را تا حد ممکن روی حداقل‌ها متمرکز کند تا فیلم‌ها معطل ارشاد نشوند و در زمان خود، موج منفی واکنش‌ها حل شود. نتیجه چنین رویکردی این بود که حداقل اصطکاک با جامعه هنرمندان به وجود بیاید. ذیل همین نگاه بود که بیش از شش فیلم توقیفی در دوره جدید اکران شد. حالا باید این سؤال را بپرسیم که آیا اصطکاک‌ها واقعاً کمتر شد؟ کاهش حجم اختلافات و بیانیه‌خوانی‌ها بین صنف و دولت نشان می‌دهد صالحی و فریدزاده تا حدی این تعارض را مدیریت کردند و مدیریت ایجابی عملکرد بدی نداشت؛ هرچند بخشی از این موضوع مربوط است. دولت در چند وقت اخیر تلاش داشت با مدیریت کردن اذهان مخاطبان و تماشاگران فضای سینمای داخلی را حفظ کرده و سینما را از زیرزمینی شدن تا حد ممکن دور کند. دولت در چند وقت اخیر تلاش داشت با مدیریت کردن اذهان مخاطبان و تماشاگران فضای سینمای داخلی را حفظ کرده و سینما را از زیرزمینی شدن تا حد ممکن دور کند. هرچند تعداد فیلم‌های قاچاق‌شده و توقیفی در این بازه هفت‌ماهه کاسته شده، اما می‌توان گفت دولت از آنجایی که در رویکردش نسبت به سینما و آنچه کشور از تولیدات سینمایی می‌خواهد، خیلی به انسجامی نرسیده، عملاً بازوی ارزیابی و نظارت آن صرفاً مجبور است نقش سانسورچی مهربان یا نامهربان را بازی کند و جز این نقشی برایش نمی‌توان متصور شد؛ در صورتی که همین نقش تعریف‌شده از این اداره کل اگر در یک کل منسجم قرار بگیرد، می‌تواند بهره‌وری بالاتری داشته باشد.

مسیر دوم؛ مسئله چیست؟

سوای نکات مثبت و منفی رویکرد و نگاه کشور در مسئله نظارت، حالا مسئول و مدیر اجرایی این کار تغییر کرده و باید دید بهزادیان چه خواهد کرد؟ او متولد ۱۳۶۳ است و بر خلاف زندی که تحصیلات سینمایی داشت، دارای مدرک کارشناسی ارشد مدیریت دولتی است و بیش از ۲۰ سال در مسئولیت‌هایی همچون مدیریت سینما فرهنگ، مدیریت اجرایی سامانه فروش و اکران سینماهای کشور (سمفا)، معاونت پخش و اکران مؤسسه بهمن سبز و عضویت در هیئت مدیره و معاونت امور سینماها و پشتیبانی اکران مؤسسه سینما شهر را عهده‌دار بوده است.

بهزادیان از جهان مدیریت سینماهای سازمانی آمده و این یعنی شکل مدل مدیریتی‌اش متفاوت از میثم زندی است که از تئاتر و مطالعات سینمایی آمده بود. گذاشتن یک مدیر سینمایی که سابقه‌اش بیشتر در حوزه مدیریت اکران است به جای مدیری که بنیادهای فرهنگی و هنری را مدیریت کرده بود نشان می‌دهد، رویکرد دولت به سمت زدایش حواشی از عملکرد سازمان سینمایی رفته و نمی‌خواهد اتفاقاتی که باعث کارت زرد گرفتن وزیر شد ادامه پیدا کند. تصمیمی که روی کاغذ استراتژیک و منطقی به نظر می‌رسد و نشان می‌دهد دولت با کنار گذاشتن برخی از مسئولان رده‌پایین سعی دارد خود را از چالش‌های پیش‌آمده با مجلس رهایی ببخشد؛ کما اینکه چنین رویکردی در جابه‌جایی میان برخی از معاونت‌های ارشاد هم اتفاق افتاد و دولت با جابه‌جایی مهره‌هایش تلاش کرد حواشی سمت صندلی وزیر را تا حد ممکن کاهش بدهد.

حالا پرسش اصلی اینجاست که بهزادیان می‌خواهد چه کاری انجام دهد؛ آیا او هم سیاست ایجابی را در پیش خواهد گرفت و اکثریت آثار تولیدی را پشت خط اکران نگه نخواهد داشت؟ بدون شک بهزادیان در مهم‌ترین مسئولیت چند سال اخیر خود قرار گرفته و او با استراتژی‌هایی مثل جلوگیری از رشد سینمای زیرزمینی و مسئله «وفاق» روبه‌رو است و حالا باید دید آیا مسیر زندی را پی می‌گیرد یا تغییر او به معنی تغییر نگاه دولت در موضوع سینماست. حالا باید دید بهزادیان روند نسبتاً قابل قبول ۷ ماه اخیر را ادامه می‌دهد یا می‌خواهد روند تازه‌ای را شروع کند که نتیجه‌اش را بر پرده اکران ببینیم. فقط بهزادیان باید این را در نظر بگیرد که هنوز «رکسانا»، «قاتل و وحشی»، «غریزه» و چندین اثر دیگر بلاتکلیف هستند.

سه‌شنبه ۸ مهر ۱۴۰۴
شماره ۴۵۱۸
FARHIKHTEGANDAILY.COM
FARHIKHTEGANONLINE