آیا درآمد تولیدات یوتیوب فقط در ایران کم شده است؟

حملهٔ گازانبری به یوتیوبرهای دنیا

محمدحسین سلطانی
خبرنگار گروه فرهنگ

جایی در کانادا دوربین یکی از چهره‌های مطرح یوتیوب روشـــن می‌شود. ابروهایش افتاده و ســـرش را کج کرده است و اعلام می‌کند یوتیوب به دلیل تحریم‌ها کاری کرده که درآمدهای حاصل از تولید محتوا به کمترین میزان خودش رســـیده است. به ساعت نمی‌رسد که پس از ویدئوی آریا کنوکسر ۲۹ســـاله، تمام فضای اینستاگرام و یوتیوب فارسی را موج انفجار این خبر می‌گیرد. دیگر یوتیوبرها هم حرکات ذیل واکنش سریع را به کار می‌اندازند و به ساعت نمی‌رســـد که تمام یوتیوبرها روی موج سوار می‌شوند. حدود چند ساعت خبر اول بسترهای رسانه‌ای کشور می‌شود، ماجرای قطع درآمد یوتیوب فارسی. اول، بحث قطع درآمد مطرح می‌شود و روز به اتمام نمی‌رسد که خبرها اصلاح می‌شـــود و می‌گویند قرار است درآمد ۸۰ درصد کاهش پیدا کند. هرچه بیش‌تر پیش می‌رود اخبار متفاوت می‌شود. برخی می‌گویند قرار است درآمد یوتیوبرها حدود ۸۰ درصد کاهش پیدا کند و برخی دیگر می‌گویند این عدد بین ۵۰ تا ۹۰ درصد کاهش خواهد داشـــت. دراین‌بین آنچه قطعی اســـت کاهش درآمد است، اما یک سؤال واضح وجود دارد؛ آیا واقعاً تحریم روی این کاهش درآمد مؤثر بوده؟ آیا مکانیســـم ماشه در قضیه دخیل است؟ اجازه بدهید قصه را کمی فنی آغاز کنیم.

قصه از اروپا شروع می‌شود

ماجرا به حدود چند ماه قبل بـــاز می‌گردد. یوتیوبرهای اروپایی برای آنکه بتوانند از پهنای باند آمریکایی‌ها اســـتفاده کنند به مخاطبانشان یاد دادند که با آی‌پی آمریکا و با استفاده از وی‌پی‌ان محتواهای کانالشان را تماشا کنند. موضوع هم ساده است. اگر با آی‌پی اروپایی در یوتیوب تبلیغات تماشا کنید حدود ۳ تا ۵ دلار، درآمد کمتری به‌حســـاب صاحب محتوا وارد می‌شود و مثلاً برای ویدئوهای بلند چیزی نزدیک به ۶ دلار به‌حساب سازندگان محتوا ریخته می‌شـــود (به‌ازای هر ۱۰۰۰ بازدید) و برای ویدئوهای کوتاه‌تر این عدد به حدود ۰٫۰۶ دلار می‌رســـد. این در حالی است که با آی‌پی ایالات متحده این عدد بـــه حدود ۱۰ دلار افزایش پیدا می‌کند (و برای ویدئوهای کوتاه‌تر ۰٫۱ دلار). دلیلش هم واضح است. تبلیغات در آمریکا خیلی زودتر باعث مصرف مخاطب می‌شـــود تا اروپا. بر همین مبنا ارزش تبلیغاتی که مخاطب آمریکایی می‌بیند از اروپایی‌ها بالاتر اســـت و به تناسب آن درآمد هم صعودی می‌شود. خب در چنین موقعیتی برای یک ابرشرکت مثل یوتیوب منطقی است که جلوی این پیچش قانونی را بگیرد. حالا یوتیوب برای کنترل ماجرا چه می‌کند؟ ساکنان دفتر سان برونوی کالیفرنیا (دفتر مرکزی یوتیوب) بیکار نمی‌نشینند و دست به یک اقدام واکنشی می‌زنند. یک خطی کل ماجرا این می‌شـــود که یوتیوب می‌خواهد به‌جـــای ارزیابی IP و موقعیت مکانی اینترنت، موقعیت مکانی تلفن همراه را مورد بررســـی قرار دهد و این یعنی عمده وی‌پی‌ان‌ها نمی‌توانند یوتیوب را دور بزنند. حالا این ماجرا چه ربطی پیدا می‌کند به تولیدکنندگان محتوای ایرانی؟ ربطش به تحریم چیست؟

پیدا کنید مکانیسم ماشه را!

بر اساس آخرین اخباری که یوتیوبرها داده‌اند، میزان درآمدشان در چند روز اخیر حدود ۸۰ درصد کاهش پیدا کرده است. خب سؤال اینجاست درآمد چقـــدر بوده که حالا ۸۰ درصد کاهش پیدا کرده. همان ماجرای اروپایی‌ها و قضیه دور زدن با وی‌پی‌ان دوباره پیش می‌آید. داستان از این قرار است که باتوجه‌به فیلتر شـــدن یوتیوب در ایران، از اساس درآمد حاصل از مخاطب ایرانی بر پایه IP ایران محاسبه نمی‌شد و این یعنی از اساس شما اگر یوتیوبری بودید که برای مخاطب ایرانی تولید محتوا می‌کردید، یوتیوب گمان می‌کرد شما عده‌ای مخاطب آمریکایی و اروپایی دارید. حالا باتوجه‌به هوشمند شدن یوتیوب در شناســـایی تلفن‌های همراه، یوتیوب می‌فهمد مخاطب محتوای ایرانی، واقعاً ایرانی اســـت یا نیست. حالا این به این معنی است که درآمد یوتیوبرها صفر می‌شـــود؟ پاسخ واضح است: خیر. اصلاً موضوع ربطی به تحریم ندارد و از اساس قرار نیست یوتیوب درآمدهای تولیدکنندگان محتوای ایرانی را صفر کند. یوتیوب می‌خواهد درآمد حاصل از تماشـــای مخاطب ایرانی را بر پایه IP آسیایی‌ها محاسبه کند و این یعنی پایین‌ترین حد درآمدی که یوتیوب برای یوتیوبرها فرض کرده است.

شما تحریم نیستید! آسیایی هستید!

ماجرا اینجاست که کاهش درآمد یوتیوبرها ربطی به تحریم بودن و رفتن ذیل مکانیسم ماشه ندارد، داستان سر آسیایی بودن است. ازآنجایی‌که مخاطب آســـیایی از اساس به تبلیغات توجهی نشان نمی‌دهد و بنا بر تبلیغات خرید نمی‌کند، بر همین اســـاس مخاطب مفیدی برای چرخه اقتصادی یوتیوب محسوب نمی‌شـــود. به همین دلیل تبلیغ نشان‌دادن به آن‌ها چندان توجیه اقتصادی ندارد. اجازه بدهید با یک مثال ســـاده کل ماجرا را توضیح دهیم. فرض کنید قرار است شما به صداوسیما تبلیغ بدهید. سازمان به شما می‌گوید تبلیغ را بین فوتبال پخش می‌کنیم. حالا فکر کنید ســـازمان زیر حرفش بزند و تبلیغ را در شبکه چهار و در ساعت حوالی ۲ نیمه شب، پخش کند. خب آن شرکت آیا دوباره به سازمان تبلیغ می‌دهد؟ آیا مخاطب ایرانی که چندان تمایلی ندارد که حتی اشتراک یوتیوب را خریداری کند، مخاطب مفیدی -از نظر اقتصادی- برای یوتیوب است؟ موضوع پخش کردن تبلیغ برای آسیایی‌ها هم مثل تبلیغ نشان‌دادن در شبکه چهار و حوالی ساعت ۲ نیمه شب است. توجیه اقتصادی ندارد و همین عدم توجیه اقتصادی باعث می‌شـــود بود و نبود مخاطب هندی، ازبکســـتانی، بنگلادشی، تایلندی و... برای یوتیوب فرقی نکند. یوتیوب بر اساس همین منطق، درآمدی که از ویدئوی بلند برای تماشای مخاطبان آســـیایی در نظر گرفته حدود یک دلار است و این عدد برای ویدئوهای کوتاه به ۰٫۰۱ دلار می‌رســـد (به‌ازای هر ۱۰۰۰ بازدید). این یعنی فردی مثل امیرحســـین قیاسی که تا پیش از این برای هر محتوا در یوتیوب مخاطبانش اروپایی و آمریکایی تشخیص داده می‌شدند و درآمد ۶ تا ۱۰ دلاری داشـــت (از هر ۱۰۰۰ بازدید)، حالا درآمدش به یک تا ۳ دلار می‌رسد. مگر اینکه الگوریتم نتواند IP را درست تشخیص بدهد که در حدود ۷۰ درصد مواقع این اتفاق نمی‌افتد. این یعنی وقتی قیاســـی از برنامه پامپ با مهرداد صدیقیانی -قبل از هوشمند شدن- باتوجه‌به ۴ میلیون مخاطبش حدود ۳ میلیـــارد و ۱۲۰ میلیون تومان (۲۴۰۰۰ دلار) درمی‌آورد حالا با یک دلار برای هر هزار مخاطب، درآمدش به ۱۳۰ میلیون تومان می‌رســـد. این یعنی ۲ میلیارد و ۹۹۰ میلیون تفاوت و فاجعه‌ای برای برنامه‌ســـازی در یوتیوب. البته این نکته را نباید فراموش کنیم که برنامه‌هایی همچون قیاســـی تنها درآمدشان از واچ‌تایم و میزان بازدید نیست و بحث اسپانسرها در اینجا اهمیت بســـیاری دارد. اسپانســـرهایی که از اساس روی درآمد حاصل از یوتیوب حساب باز نمی‌کنند.

اکوسیستم یوتیوب به بن‌بست می‌رسد؟

شـــاید در چنین وضعیتی سؤالی که پیش می‌آید این است که آیا اکوسیستم گردش مالی یوتیوب فارســـی به‌طورکلی پس از این اتفاقات برهم می‌خورد و تمام می‌شود؟ پاسخ این سؤال را نمی‌شود قطعی گفت؛ اما تغییر در بازار قطعی به نظر می‌رسد. باتوجه‌به اتفاقات فعلی، تولیدات یا به سمت کم‌هزینه شـــدن خواهند رفت یا بحث اسپانســـرها اهمیت پیدا می‌کند. از اساس درآمد ۱۳۰ میلیونـــی برای یک میلیون مخاطب صرفه اقتصادی ندارد و به نظر می‌رسد تولیدکنندگان محتواهای داخلی به سمت بسترهای جایگزین می‌روند. جایگزین‌هایی که ممکن اســـت داخلی باشند یا جایگزین‌های خارجی. اســـتریمرها احتمالاً پلتفرم‌های جایگزینی مثل توییچ را جدی می‌گیرند و ممکن است اگر مشوق‌هایی دریافت کنند به سمت پلتفرم‌های کاربرمحور داخلی مثل آپارات بروند یا اینکه از اساس محتوامحور شوند و برای پلتفرم‌های نمایش خانگی محتوای تولیدی بسازند، کما‌اینکه پیش‌ازاین برای یوتیوب چنین محتواهایی را دنبال کردند.

فرصتی که ممکن است از دست برود

ماجرای کاهش درآمد یوتیوبرها با آســـیایی شدن درآمد، می‌تواند فضای خوبی را برای پلتفرم‌های داخلی پدید بیاورد. پلتفرم‌هایی که حالا می‌توانند با یک حساب‌وکتاب ساده برای جذب مخاطب، به سراغ همین تولیدکنندگان یوتیوبی بروند و از آن‌ها بخواهند برایشـــان محتوا تولید کنند یا در بسترهای کاربرمحور گذشـــته و جدید دست به تولید اثر بزنند. این شرایط جدای از آنکه نیاز به هوشـــمندی صاحبان پلتفرم‌ها دارد، نیاز دارد قانون‌گذار هم با این موضوع و ورود یوتیوبرها به بســـتر رسمی، منطقی برخورد کند. منطقی که بنابر داده‌ها و تحلیل‌ها در قوانین فعلی بســـتر پلتفرمی کشور و در قوانین آتی‌اش موضع دقیقی نسبت به آن دیده نمی‌شود.

پایان عصر طلایی دلاری یا آغاز فصلی نو؟

بحران اخیر و کاهش ۸۰ درصدی درآمد یوتیوبرهای فارســـی، برخلاف گمانه‌زنی‌های اولیه، ریشه در تحریم‌های سیاسی یا «مکانیسم ماشه» ندارد؛ بلکه نتیجه تغییر اســـتراتژیک در سیستم هویت‌سنجی یوتیوب است. این پلتفرم با عبور از ردیابی صرفِ IP و تمرکز بر موقعیت مکانی سخت‌افزاری، عملاً دیوار وی‌پی‌ان‌ها را فروریخته اســـت. درنتیجه، مخاطب ایرانی که پیش‌تر به‌عنوان کاربر ارزشـــمند غربی شناخته می‌شد، اکنون در جایگاه واقعی خود یعنی «مخاطب آسیایی» قرار گرفته است؛ دسته‌ای که به دلیل بازدهی پایین برای تبلیغ‌دهندگان، کمترین نرخ درآمدزایی (CPM) را دارد و درآمدها را از ۱۰ دلار به حدود یک دلار کاهش داده اســـت. این شوک اقتصادی، تولیدکنندگان محتوا را بر سر دوراهی سرنوشت‌سازی قرار داده اســـت. با از صرفه افتادن تولیدات پرهزینه، اکوسیستم یوتیوب فارسی یا باید به سمت مدل‌های ارزان‌تر و اتکا به اسپانسرهای مستقیم حرکت کند و یا به بسترهای جایگزین مانند توییچ و پلتفرم‌های داخلی کوچ کند. این وضعیت، فرصتی طلایی اما حســـاس را پیشروی پلتفرم‌های داخلی قرار داده تا با جذب این ســـرمایه‌های خلاق، بازار خود را توسعه دهند؛ البته مشـــروط بر آنکه قانون‌گذار و پلتفرم‌ها با رویکردی منطقی از این پتانسیل سرگردان میزبانی کنند.

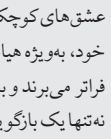
نمایندهٔ سینمای فلسطین در اُسکار ۲۰۲۶ بر روی حق مردم این منطقه برای داشتن یک دولت مستقل تأکید می‌کند

فلسطین؛ سال صفر

ایمان عظیمی
خبرنگار گروه فرهنگ

تاریـــخ را نـــه از انتها و میانه، بلکه از ابتدا می‌نویســـند. پس از عملیات «طوفان‌الاقصی» بخشی که مخالف تصمیم حماس برای مواجهه مسلحانه مســـتقیم با صهیونیست‌ها بودند، ادعا می‌کردند که این کار، بهانه لازم را به نتانیاهو می‌دهد تا هرچه خواســـت انجام دهد و کار مردم غزه و دیگر فلســـطینیان را یکسره کند. ظاهر حرف این افراد را با توجه به منطق هزینه - فایده و ریاضی‌وار آن‌ها نمی‌شـــد نادیده گرفت؛ اما مسئله‌ای که در این میان به چشـــم نمی‌آمد حضور برجسته یک نظرگاه تاریخی بود. «اسرائیل آدم‌کُش اســـت و نباید بهانه به دســـتش داد»؟ بسیار خب، این ادعا برای توضیح وضع امروز شـــاید بتواند ذهن عده‌ای را تسخیر کند؛ اما گذشته و وضعیت اسفناکی که استعمار بریتانیا و در ادامه آن خصم صهیونیست‌ها ایجاد کرده است را شرح نمی‌دهد و نسبت به بیان حقانیت ساکنان آن منطقه به‌کُلی عاجز است. «فلسطین ۳۶» در شکاف میان معادلات عقلی ریاضی و تاریخ می‌ایســـتد و با تعجب به سمت دومی متمایل می‌شود. «آن ماری جاسر»، کارگردان شناخته‌شـــده فلسطینی‌تبار در تازه‌ترین فیلمش، یعنی «فلســـطین ۳۶» نقبی به گذشته می‌زند و در قالب آن یکی از بزنگاه‌های اساسی مردم فلسطین در مواجهه با استعمار بریتانیا را مؤکد می‌سازد. موج شـــدید مهاجرت یهودیان از غرب به اراضی فلسطینی باعث شد تا مردم عرب دســـت به اعتراضات گسترده بزنند و تا چندسال برای ادامه حضور و شهرک‌نشینی صهیونیست‌ها دردسر ایجاد کنند. این قیامی استقلال‌طلبانه بود، به‌گونه‌ای که اگر متفقین نمی‌توانســـتند در جنگ بین‌الملل دوم پیروز یا به موفقیتی حداقلی دســـت پیدا کنند، شاید کار صهیونیست‌ها توسط نیروهای محور یکســـره می‌شد و تاریخ مسیر دیگری را می‌پیمود. باری، فیلم «فلســـطین ۳۶» اگرچه از منظر ساختار دراماتیک و ویژگی قابل ذکری ندارد که بتواند به آن افتخار کند؛ اما جهانبینی فیلمســـاز به‌گونه‌ای پیش رفته که در برابر آثار صلح‌طلبانه و دروغین دو دولتی قرار می‌گیرد و هســـته مرکزی آن‌ها را در جهانی که دیگر شبیه به گذشته نیست زیر سؤال می‌بَرَد. دوربین «آن ماری جاسر» در خدمت مجاهدان فلسطینی و تولد دوباره این ملّت اســـت و به قیام مسلحانه آن‌ها و برچیدن ریشه‌های دولت نوظهور صهیونی احترام می‌گذارد. اگرچه ســـطح بـــازی بازیگران در قطب‌های مثبت و منفی ماجرا فراتـــر از تیپ نمی‌رود و فیلم در پرداخت کاراکترها و شناســـاندن جغرافیا به مخاطب عملکرد متوسطی دارد؛ اما در مقام یک پادزهر، نقطه شـــروع آثار آنتاگونیستی علیه ساختار مسلط در جهان متحد غربی با هدایت آمریکا و پادوهای آن را نشـــانه‌گذاری می‌کند. در پروسه ساخت «فلســـطین ۳۶» علاوه بر «فلسطین فیلمز»، «بی‌بی‌سی فیلم» و «انستیتوی فیلم بریتانیا» (BFI) نیز در ساخت این اثر، «آن ماری جاسر» را همراهی کردند و نکته جالب در این خصوص آن است که روح حاکم بر ســـاختار روایی و بصری فیلم موجود چندان زاویه‌ای با ایده «یک دولتی» ندارد و در عوض به‌طور تمام‌قدر در مقابل اســـتعمار صف‌آرایی می‌کند. شاید برای مخاطب این سؤال پیش بیاید که چطور ممکن است بودجه تهیه یک اثر سینمایی توسط کنسرسیومی از شرکای انگلیسی، قطری و... فراهم شـــود؛ اما محصول کار چه در لایه بیرونی و چه در سطح درونی‌تر روایت نســـبتی با نگاه صاحبانش نداشته باشد؟ پس از عملیات طوفان‌الاقصی و جنایات گسترده صهیونیست‌ها بود که صداهای مخالف در غرب به گوش رسید و به‌مرور تبدیل به طوفانی علیه دولت‌های اروپایی و آمریکایی شد. هم‌اکنون جمعیت مســـلمان و عرب‌زبان در بریتانیا به اقلیتی پُرقدرت بدل شـــده است و دیگر نمی‌توان آمال، آرزو و سلیقه‌شان را نادیده گرفت، پس با هدف برداشته شـــدن فشار نمادین علیه بریتانیای کبیر هم که شده باید دنائت و پستی سربازان استعمار پیر در سرزمین موعود را عیان کرد و نقش آن‌ها در نفوذ صهیونیسم به «سرزمین دیگری» را برجسته نمود. «فلسطین ۳۶» اگرچه بی‌شـــباهت به فوتورمان‌های بی‌بی‌ســـی و آثار تعلیمی این شبکه نیســـت، امّا به‌قدری روی سبعیت و درنده‌خویی آنگلوساکسون‌ها اصرار می‌ورزد که جز تعبیر «وجـــدان معذب» نمی‌توان برای تبیین آن، واژه یا عبارت دیگری را به‌کار بَســـت. گویا بریتانیای کبیر ســـوای تمام دسیسه‌چینی‌های همیشگی‌اش در عرصه سیاست، با هدف جذب ادراک اعراب به سمت روایت‌های سینمایی خود، خویشتن را همان‌طور که تاریخ به آن گواهی می‌دهد، مقصر می‌داند و حتی فیلم را به‌عنوان نماینده فلسطین در نَوَدوهشـــتمین مراسم اُسکار در سال ۲۰۲۶ به رسمیت شناخته است. «فلسطین ۳۶» به‌قدری ظاهر ظلم‌ستیز و ضداستعماری‌ای از خود نشان می‌دهد که به‌راحتی می‌تواند در رسانه کشورهای جبهه مقاومـــت اکران شـــود و انرژی مخاطبـــش را تخلیه کند.

همان «کیف‌انگلیسی» خودمان!



هومن جعفری
خبرنگار

فیلم «فلسطین ۳۶» ساخته «آن ماری جاسر» در نگاه اول بیش از آنکه یک روایت تاریخی صرف باشـــد، تجربه‌ای عاطفی و سیاسی است که تماشـــاگر را به قلب یکی از مهم‌ترین لحظات مقاومت در خاورمیانه می‌برد. داســـتان در بستر قیام سال ۱۹۳۶ علیه قیمومیت بریتانیا شکل می‌گیرد و از همان آغاز، فضایی پرتنش و درعین‌حال شاعرانه را ترسیم می‌کند. شـــخصیت یوسف که میان قدس و روستای خانوادگی‌اش در رفت‌وآمد اســـت، نمادی از شکاف میان سنت و مدرنیته، میان زندگی روزمره و مبارزه‌سیاسی است. جاسر با انتخاب این نقطه کانونی، تماشاگر را در موقعیتی قرار می‌دهد که همزمان شاهد زندگی شخصی و تحولات اجتماعی است و همین دوگانگی، جذابیت اصلی فیلم را می‌سازد. نگاه اول به فیلم نشـــان می‌دهد کارگردان بیش از هر چیز به دنبال بازآفرینی فضایی است که استعمار و مقاومت در آن به شکلی ملموس و انسانی در هم تنیده‌اند. استفاده از نورپردازی‌های تیره و قاب‌بندی‌های دقیق، حس محاصره و فشار را منتقل می‌کند، درحالی‌که لحظات آرام خانوادگی و عشق‌های کوچک، امید را زنده نگه می‌دارند. بازیگران با حضور قدرتمند خود، به‌ویژه هیام عباس و صالح بکری، شخصیت‌ها را از سطح نمادین فراتر می‌برند و به آن‌ها عمق انســـانی می‌دهند. در نگاه نخست، فیلم نه‌تنها یک بازگویی تاریخی بلکه یک دعوت به تأمل درباره ریشـــه‌های منازعه امروز فلســـطین است. انتخاب سال ۱۹۳۶ به‌عنوان نقطه آغاز، هوشمندانه است، زیرا این قیام کمتر در حافظه جمعی جهانی شناخته شده و بازنمایی آن فرصتی برای بازاندیشی در تاریخ فراموش‌شده فراهم می‌آورد. واکنش‌های پرشور در جشنواره‌ها نشان می‌دهد که فیلم توانسته پلی میان گذشـــته و حال بسازد و مخاطب را با پرسشی بنیادین روبه‌رو کند: چگونه مقاومت و امید در دل تاریخ شـــکل می‌گیرد و چگونه هنر می‌تواند آن را زنده نگه دارد. در نگاه اول، «فلســـطین ۳۶» فیلمی است که با ترکیب تاریخ، احساس و زیبایی‌شناسی سینمایی، تجربه‌ای فراتر از روایت ارائه می‌دهد و تماشاگر را به سفری عمیق در حافظه جمعی می‌برد.

از جایـــی به‌بعد فکر می‌کردم در حال تماشـــای «کیف‌انگلیســـی» هســـتم؛ همان ظرافت، همان داســـتان‌های عاشـــقانه در اتمسفری سیاسی و پرآشوب، با همان بستر آشنای قصه‌های سیاسی خاورمیانه. نیروی اشغالگر، شهروندان عادی، گروه‌های سیاسی بومی منفعت‌طلب، نیروی مقاومت مردمی؛ همه این‌ها به‌مثابه انبار باروتی در انتظار انفجار! «فلسطین ۳۶» داستان حذف فلسطین از نقشه سیاسی دنیا و تبدیل شدنش به سرزمین‌های اشغالی اســـت. انتخاب‌نام و زمان‌ساخت فیلم کاملاً آگاهانه بوده تا به دنیای امروز یادآوری کند که این سرزمین پیش از ورود مهاجران، نام داشته و آن نام چیزی نیست جز «پالستاین» یا «فلسطین». اگرچه امروز تلاش می‌شـــود این نام انکار شود؛ اما همین دقیقاً دلیل انتخاب چنین نام و زمانی است.

فیلم با افتتاح رادیوی شهر آغاز می‌شود؛ رادیویی که بزرگ یهودیان شهر آن را «صدای اورشـــلیم» و بزرگ مسلمانان شهر آن را «صدای قدس» می‌نامند. نه اختلافی هســـت و نه مشکلی. شـــهروندان در کنار هم زندگی می‌کنند: مسیحیان، مســـلمانان و یهودیان. ماجرا اما به‌تدریج تغییر می‌کند. با افزایش مهاجرت یهودیان اروپایی به فلسطین بر مبنای اعلامیه‌بالفور، توازن جمعیتی منطقه به‌هم می‌خورد. از یک‌سو گروه‌های مسلح صهیونیســـتی به‌رهبری بن‌گورین تحت‌عنوان «هاگانا» مشغول تصرف زمین‌های فلسطینیان و ساخت شهرک‌های یهودی‌نشین هستند، از سوی دیگر جریان‌های شبه‌نظامی آزادی‌بخش فلسطین آرام‌آرام شکل می‌گیرند و از میان شـــهروندان عادی و روستائیان عضوگیری می‌کنند. در همین حال انگلیســـی‌ها با تشـــدید حملات هر دو گروه، فشار بر دهکده‌های مسلمان‌نشـــین را افزایش می‌دهند و منطقه بیش از همیشه به‌سمت آشوب سوق داده می‌شود. در چنین فضایی، داستان فیلم از منظر چند خرده‌روایت به‌هم‌پیوسته بیان می‌شود: یک زوج رسانه‌ای عاشق که به‌تدریج به‌دلیل رشوه‌گرفتن مرد از صهیونیست‌ها و دفاع او از آنان از هم می‌پاشد؛ رابطه یک کشیش فلسطینی و فرزندش که در نهایت به‌شهادت هر دو منجر می‌شـــود؛ زندگی عاشقانه جوانان روستایی که در کشاکش بحران‌های موجود به‌جایی نمی‌رسد. فیلم آشکارا در دفاع از تاریخ واقعی فلسطین ساخته شده است. چهره‌های سرشناسی از سینمای انگلیس در این پروژه حضور دارند تا با نفوذ و شـــهرت خود شانس دیده‌شدن فیلم را افزایش دهند. فیلم نمی‌کوشـــد از یهودیان ساکن فلسطین چهره‌ای منفی بســـازد، همان‌طور که مسلمانان را صرفاً آدم‌های خوب و پیروان دیگر ادیان را بد نشـــان نمی‌دهد. فیلم وطنی را به‌نمایش می‌گذارد که برای آزادی‌اش کشـــیش، ملا، روزنامه‌نگار، کشاورز، نویسنده و تاجر به‌یک‌اندازه جانفشـــانی می‌کنند. فیلم نشان می‌دهد جریان افراطی صهیون با ایجاد تنش در نظم اکوسیستم سنتی این سرزمین، با تشویق یهودیان سراسر دنیا به مهاجرت، با ساخت شهرک‌های ویژه و پس‌زدن ســـاکنان بومی و با حذف کارگران محلی از بازار کار و جایگزینی آنان بـــا مهاجران جدید، نظم طبیعی را برهم‌زده و بحرانی ایجاد کرده که تا امروز ادامه دارد. این فیلم فقط ســـندی بر آنچه رخ داده نیست؛ بلکه اثری زیبا و تماشـــایی است. داستان سرزمینی را روایت می‌کند که این روزها بیش از همیشه در خون‌ساکنانش فرو رفته. «فلسطین ۳۶» بیانیه‌ای هنری و سیاسی است؛ بیانیه‌ای قدرتمند. حضور جرمی آیرونز و لئام کانینگهام اعتبار بین‌المللی فیلم را دوچندان کرده است؛ به‌ویژه کانینگهام که در سال اخیر بارها در دفاع از مردم غزه و علیه جنایات صهیونیست‌ها سخنرانی و راهپیمایی کرده است. اگر قصد تماشای این فیلم را دارید، خیالتان راحت باشد: با یک فیلم تبلیغاتی غیرقابل‌تماشا طرف نیســـتید. واقعاً با محصولی به همان دلنشینی و همزمان تلخی «کیف‌انگلیسی» مواجه خواهید شد؛ تلفیقی مناسب از داستان، هنر و انگیزه‌های میهن‌پرستانه که در فرمی دلپذیر به مخاطب تقدیم می‌شود. دلیل موفقیت فیلم در جشنواره‌های مختلف، از جمله توکیو، چیزی جز حفظ تناسب میان فرم و محتوا نیست.

پنجشنبه ۲۷ آذر ۱۴۰۴
شماره ۴۵۸۵
FARHIKHTEGANDAILY.COM
FARHIKHTEGANONLINE