

۱۲ هفته برای اکران کافی است

مریم فسانلی - محمدحسین سلطانی گروه فرهنگ

آیین نامه اکران سینماها در سال ۱۴۰۴ هنوز بیرون نیامده است و این یعنی همچنان مشخص نیست که فیلم‌ها باید در سال چطور و با چه نحوی اکران شوند. هر فیلمی به میزانی که میل سازندگانش باشد اکران می‌شود و مشخص نیست که چه مقدار از اکران باید به کدام فیلم اختصاص پیدا کند و فعلاً اوضاع بر مدار سسال قبل می‌چرخد. البته همین نکته که چرا هر سال باید آیین‌نامه تازه‌ای برای اکران وجود داشته باشد خود محل بحث است؛ اما آنچه تاکنون پیداست، فیلم‌های حاضر در جدول اکران با آنچنان قاعده‌ای در کنار یکدیگر قرار نگرفته‌اند. از طرفی حدود نیمی از فیلم‌های حاضر در بخش اصلی و ویژه جشنواره فجر بیرون از اکران مانده‌اند و تنها حدود ۲۱ فیلم از ۵۱ فیلم اکران شده فیلم‌های فجر بودند (که البته خدای جنگ اکران سینمایی نداشته است). این موضوع از دو جهت قابلیت بررسی دارد که در این گزارش سوی از بررسی این دو نکته، قرار است مروری داشته باشیم بر نحوه اکران فیلم در کشورهای صاحب سینما در جهان و همچنین جزئیات اکران‌هایشان تا بفهمیم آیا آن‌ور آبی‌ها برای فیلم‌های حاضر در جشنواره‌ها مزیتی قائل هستند یا خیر.

➡ به فجر در اکران رحم می‌شود یا بی‌رحمی

حاضران در فجر دو نکته را همیشه ذکر می‌کنند، اول اینکه حضور فیلم‌هایشان در فجر باید در اکران هم باعث توفیقاتی بشکود و سازمان سینمایی و دیگر نهادها باید توجه بیشتری به این آثار داشته باشند و نکته دیگر آنکه حضور در فجر الزاما باعث می‌شود که یک فیلم فروش بالاتری را کسب کند. سال گذشته حدود ۳۲ فیلم به بخش اصلی فجر راه پیدا کردند و امسال قرار است تنها ۲۲ فیلم به فجر راه پیدا کنند. این یعنی تعداد فیلم‌ها کاهش پیدا می‌کنند و اگر بخواهند اکرانشان را از اسفند ماه هم آغاز کنند، این یعنی در سال آینده هر ماه حدود ۲ فیلم باید اکران شود تا تمام فیلم‌های فجر در یک سال اکران شود. حالا باید این نکته را در نظر بگیرید که بخش مهمی از فیلم‌های فجر چهل و سوسوم احتمالاً به سال آینده کشیده شود و البته تعدادی از آثار فجر چهل و دوم هم باید به چرخه اکران وارد شوند. فیلم‌هایی که البته تعداد بسیاری از آن‌ها فروش قابل توجهی نداشتند و با وجود آنکه هیاهوی بسیار کردند، نتوانستند رتبه قابل توجهی در جدول اکران کسب کنند و خروجی‌شان در بین ۱۰ فیلم پر فروش اکران ۱۴۰۴ تاکنون تنها سه فیلم بوده که یک مورد از این سه فیلم مربوط به بخش ویژه است. نکته قابل توجهی که به صورت مفصل به آن خواهیم رسید این نکته است که در تمام جهان نهایت هفته‌های اکران فیلم‌ها ۱۲ تا ۱۴ هفته است اما در ایران این عدد به ۱۹ و ۲۲ هفته می‌رسد و همین نکته باعث می‌شود که بازار سینمای ایران از تب و تاب خود بیفتد.

➡ اسکاری‌ها هم در جدول اکران بالا هستند

آیا برنده اسکار بهترین فیلم یا برنده کن، مدت‌زمان بیشتری رادر اکران می‌مانند یا بلیت‌هایشان گران‌تر است؟ اصلاً قوانین کشورهای بین‌المللی به این نحو

پیش می‌رود که بهترین فیلم یک جشنواره در اکران سهم بیشتری از مخاطب را به دست بیاورد؟ برای پاسخ‌دادن به این پرسش کافی است نگاهی بیندازیم به آنچه در قوانین اکران کشورهای مختلف در حال صورت‌پذیرفتن است. از شرقی‌ترین نقطه شروع کنیم. در سینمای ژاپن فیلم‌های هالیوودی اگر بخواهند در اکران قرار بگیرند، نهایتاً سبیری ۴ تا ۸ هفته‌ای (نهایتاً ۲ ماه) را می‌توانند بیش از ۱۰ هفته (۲ ماه و نیم) اکران شوند. البته یک وجه تمایز در ایسن بین وجود دارد و آن هم فیلم‌های مجبویی چون Demon Slayer و Your Name هستند که توانستند بیش از ۱۰ هفته در اکران بمانند و البته به همان میزان افزایش زمان اکران فروش قابل توجهی هم کسب کردند. این یعنی فیلم‌های حاضر در جشنواره فیلم توکیو، اوساکا و کیوتو هیچ مزیتی در نسبت با باقی آثار در اکران ندارند. نکته دیگری که درباره سینماهای ژاپن قابل بررسی است قیمت‌بلیت در سینماهای ژاپن است. ژاپن در میان کشورهای شرق آسیا یکی از گران‌ترین بلیت‌ها را دارد و میانگین قیمت بلیت در این کشور بین ۱۸ تا ۲۵ دلار است که به نسبت چین و کره جنوبی ۳ تا ۱۰ دلار از گران‌ترین بلیت این کشورها، بیشتر است. با این همه ژاپن سیستمی را تحت عنوان TOHO CINEMAS Membership دارد که با استفاده از آن یک شهروند ژاپنی می‌تواند از تخفیفاتی بهره‌مند بشود و حتی پس از چند مرتبه خریداری بلیت از طریق این سامانه بلیت رایگان دریافت کند. با این همه اگر متوسط درآمد یک خانواده در توکیو و در ماه ۴۶۸۰ دلار باشد، این یعنی تنها حدود ۰/۴ درصد از درآمدشان برای یک بلیت سینما مصرف خواهد شد که با توجه به همین سیستم‌های تخفیفی ممکن است این رقم ۴/۰ کاهش جدی پیدا کند. چند کیلومتر آن طرف‌تر از ژاپن، کره جنوبی هم تقریباً شرایط مشابهی را در نحوه اکران تجربه می‌کند. مدت‌زمان اکران فیلم‌های پر فروش حدود ۸ تا ۱۲ هفته است (۲ تا ۳ ماه اکران) و ممکن است فیلم‌هایی که فروش چندان مطلوبی ندارند زودتر از ۴ هفته از اکران پایین بیایند. فیلم‌های هالیوودی هم در جدول اکران کره نهایتاً ۶ هفته و حداقل ۴ هفته در اکران حضور دارند (۱ تا ۷/۵ ماه). در کره هم اثر جشنواره‌سنول در اکران دیده نمی‌شود و تفاوتی بین فیلم‌های اصلی جدول اکران و فیلم‌های حاضر در جشنواره‌هایی نظیر سنول یا نمایندگان کره در اسکار دیده نمی‌شود. بلیت سینما هم در این کشور چیزی حدود ۱۰ تا ۱۵ دلار است که از این حیث به چین شباهت بیشتری دارد تا ژاپن. البته سینماهای IMAX و VIP قیمت و شرایط متفاوتی دارند. در کره متوسط قیمت هر بلیت سینما به اندازه ۰/۳۴ درآمد است که از این حیث شرایط قابل قبول‌تری را در نسبت با همسایه شرقی خود (ژاپن) دارد. البته کره هم مشرق‌هایی برای دانشجویان و دانش‌آموزان دارد که روزهایی را برای آن‌ها، با تخفیف بسیار و حتی نیم‌بها می‌کند.

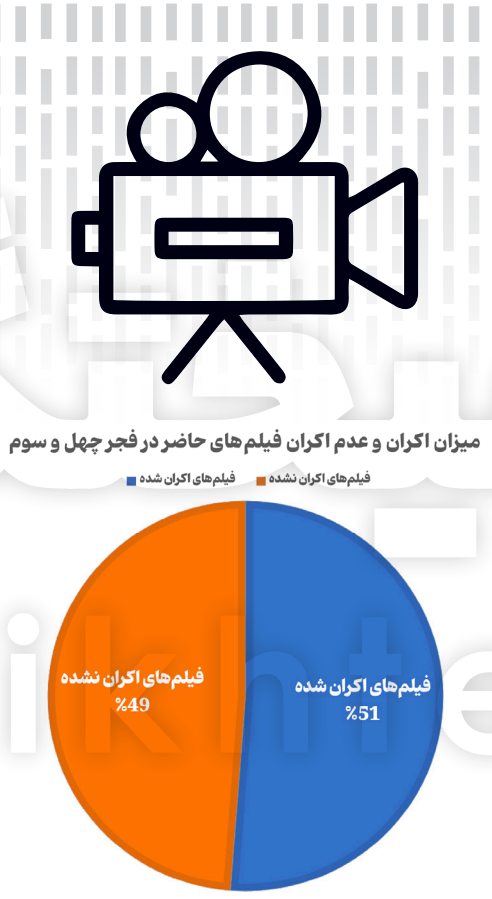
در میان کشورهای شرق آسیا تفاوت جدی در شکل اکران را چین دارد. کشوری که به شکل مستقیم نظارت دولت روی سینمای آن مشهود است و قوانین اکران نیز به طور مستقیم توسط دولت وضع و اجرا می‌شود. سینماهای چین یکی از ارزان‌ترین سینماهاست و از طرفی مشوق‌های اصلی برای فیلم‌های داخلی در نظر گرفته می‌شود. هر فیلم داخلی چینی ۱۰ تا ۱۲ هفته اکران

می‌شود و این در حالی است که فیلم‌های هالیوودی در چین تنها ۴ تا ۸ هفته اکران می‌شوند. البته ممکن است یک فیلم با محدودیت‌های جدی مواجه و مدت‌زمان کمتری اکران شود. سوی این موضوعات، چینی‌ها برای فیلم‌های هالیوودی محدودیت تعداد هم می‌گذارند و هر سسال تعداد معدودی فیلم به جدول اکران سینماها وارد می‌شود. با این تفسیر، عملاً چین بسیاری از فیلم‌های جشنواره‌های بین‌المللی را از اساس اکران نمی‌کند و ملاکش برای اکران جشن‌ها و جشنواره‌هایی همچون شانگهای نیست. در مجموع اگر بخواهیم به وضعیت شرقی‌ها نگاهی بیندازیم، ژاپنی‌ها از اساس فیلم‌های هنری (عمده تولیدات جشنواره‌ها) را در سینماهای مستقل و در ساعات‌های محدودی از شبانه‌روز اکران می‌کنند و تعداد روزهای اکرانشان هم کمتر از باقی تولیدات است. در کره ممکن است یک فیلم پرفروش حدود ۶۰ درصد از اکران را مال خود کند (که البته این رویکرد با نفوذ دولت کاهش پیدا کرده و برخی از کمپانی‌های پخش مجبور شده‌اند فضا را برای باقی فیلم‌ها باز کنند). در چین هم با آنکه دولت مداخله مستقیم در اولویت‌بندی فیلم‌ها می‌کند؛ اما فیلم‌های هنری را در ساعات بی‌مخاطب (صبح و نیمه‌شب) اکران می‌کند.

➡ از شرق به سمت سینماهای غرب

اگر از شرق آسیا عبور کنیم و به سمت آسیای مرکزی باییم، اوضاع سینمای هند و ترکیه هم قابلیت بررسی دارد. در سینمای هند عمده فیلم‌های هنری در سینماها و ایالت‌های خاص اکران می‌شوند و ممکن است این پخش و اکران کمتر از ۲ هفته باشد و دلیل این موضوع هم مربوط است به ترافیک سنگین بین فیلم‌های بالیوود. در هند اکران فیلم‌های هنری و مستقل به ساعات محدودی منتقل می‌شود. از نظر قیمت بلیت هم هندی‌ها برای آنکه مردم بیشتری بتوانند فیلم ببینند، قیمت بین ۴ تا ۹ دلار است. حدود ۷۰۰۰ کیلومتر آن طرف‌تر و در ترکیه هم شرایط نسبتاً مشابهی جریان دارد و با آنکه قیمت بلیت‌ها کمتر از هند است (۴ تا ۷ دلار)؛ اما بیش از آنکه اکران به خارجی‌ها و فیلم‌های هنری اختصاص پیدا کند، به فیلم‌های ترکیه‌ای و مربوط به سینمای جریان اصلی ربط دارند. مدت‌زمان اکران فیلم‌ها در سینمای ترکیه ۴ تا ۶ هفته است.

هرچقدر بیشتر به سمت غرب حرکت می‌کنیم قیمت بلیت‌ها افزایش پیدا کرده و بازه‌های اکران بیشتر می‌شود. به طور مثال در فرانسه قیمت بلیت به حدود ۱۳ دلار می‌رسد و در آمریکا هم به طور مثال در نیویورک همین تناسب قیمتی ثبت شده در پاریس دیده می‌شود و بازه‌های اکران فیلم‌ها هم فارغ از حضور یا عدم حضورشان در جشنواره‌ها، مربوط است به میزان فروششان در هفته‌های نخست و با این روند ممکن است یک فیلم حتی تا ۱۲ هفته (سه ماه) و حتی بیشتر هم اکران شود. به طور مثال فیلم برنده اسکار نوردوسوم یعنی Nomadland توانست بیش از ۶ هفته در سینماهای آمریکا اکران شود و در هفته‌های پایانی بیشتر در سینماهای خاص اکران شد. با این اتفاقات یک سؤال پیداست و آن هم اینکه آیا باز هم فیلم‌های حاضر در جشنواره گمان می‌کنند باید حتماً فروش قابل توجهی داشته باشند!؟



اسم فیلم	میزان فروش	مدت زمان اکران	وضعیت اکران
بچه‌مردم	۶,۴۳۸,۶۰۰,۳۰۰	۲ هفته و ۵ روز	اکران تمام نشده
شاه‌نقش	۱۳۸,۷۸۷,۰۰۰	۴ روز	اکران تمام نشده
ناتور دشت	۲۰,۴۹۷,۲۲۹,۱۵۱	۹ هفته و ۵ روز	اکران تمام نشده
غریزه (بخش ویژه)	۸,۰۹۲,۲۳۴,۷۸۹	۲ هفته و ۵ روز	اکران تمام نشده
لاک‌پشت (بخش ویژه)	۱۱,۰۵۰,۷۱۳,۶۴۳	۶ هفته و ۵ روز	اکران تمام نشده
پسر دلفینی ۲	۳۲,۱۸۹,۸۵۶,۸۸۶	۳۷ هفته و ۲۸ روز	اکران تمام نشده
گوژن‌های اتوبان	۱۵,۱۴۸,۹۲۴,۷۵۲	۷ هفته و ۵ روز	اکران تمام نشده
اسفند	۱,۶۸۱,۷۹۲,۶۴۸	۶ هفته و ۶ روز (دو زمان جنگ ایران و اسرائیل اکران آنلاین شد)	اکران تمام شده
بازی را بکش	۲۵۷,۴۹۹,۰۷۰	۶ هفته و ۴ روز	اکران تمام شده
پیش‌مهرگ	۱۵,۲۴۸,۹۴۴,۷۵۲	۲۲ هفته و یک روز	اکران تمام شده
ترک عمیق	۱۲,۸۴۸,۰۰۰	۵ هفته و ۳ روز	اکران تمام شده
خدای جنگ	مستقیم در تلویزیون پخش شد		
زیبا صدایم کن	۳۷,۶۵۷,۲۲۱,۹۸۵	۲۲ هفته و ۵ روز	اکران تمام شده
صدام	۱۵,۷۸۳,۶۴۸,۸۸۷	۱۹ هفته و ۴ روز	اکران تمام شده
صیاد	۱۳۴,۷۷۴,۴۹۹,۶۹۱	۱۹ هفته	اکران تمام شده
موسی کلیم‌الله	۵,۸۸۹,۹۷۳,۴۰۰	۱۶ هفته و ۶ روز	اکران تمام شده
پی‌پرسمر (بخش ویژه)	۶۹,۵۶۳,۵۰۷,۹۳۰	۲۱ هفته	اکران تمام شده
سالن ۴	۱۸۱,۵۰۸,۸۸۷,۳۵۳	۱۹ هفته و ۵ روز	اکران تمام شده
	۹۱۳,۱۳۴,۷۵۰	۳ هفته و ۵ روز	اکران تمام نشده

سینما وامکان‌های جدید



۱۵ آبان بود که صدای انفجار از طرف بوستان ولایت تهران به گوش مردم پایتخت رسید. اتفاقی که خاطره روزهای تیر و مرداد سال‌جاری را زنده کرد؛ ایامی که نیروهای نظامی ما برای امحای مهمات باقی‌مانده از جنگ ۱۲ روزه کمر همت بستند و دست به کار شدند. این انفجار و اخبار مربوط به آن هرچند در شکل انتشار و ارائه خبر به خوانندگان بی‌شباهت به گذشته نبود، ولی محتوای مسئله دیگری حکایت می‌کرد و مردم را به تماشای تجربه جدیدی فرا می‌خواند. قرار بر این بود که اکران فیلم «مجنون» در شکلی جدید و در ترکیب با میزانشن‌های سینمایی و تئاتری بتواند بیننده را به گونه‌ای تعاملی – نه به شکل پروبلماتیک و تاترهای آپیک – وارد جهان اثر کند و او را به واکنش وادارد. برای ارزیابی میزان موفقیت این تجربه که «سینمایش» نام گرفته و ترکیبی از حضور برجسته جلوه‌های ویژه میدانی و بصری در میدان و بازنمایی صحنه‌های جنگی مجنون است کمی زود به‌نظر برسد و حتی نمی‌دانیم که آیا قرار است این ایده با توجه به قابلیت‌های محدود وازی به کار دیگر تولیدات هم بیاید یا خیر؛ اما این اتفاق یک مسئله را به‌وضوح مشخص می‌کند که سینمای ما – با وجود تبدیل نشدن به یک صنعت خودبسته – از ایده‌های جدید گریزان نیست و می‌تواند در مقام آلترناتیو به ظرفیت‌های کشف‌نشده این مدیوم اضافه کند و در مواجهه با پیشرفت‌های تکنولوژیک روز دنیا حرفی برای گفتن داشته باشد. صنعت سینما در سال ۲۰۲۵ هیچ‌نسبتی با سال گذشته میلادی ندارد و پرواضح است که سال ۲۰۲۶ نیز از منظر پیشرفت‌های سرسام‌آور و پرشتاب تکنولوژیک ربطی به وضعیت امروز نداشته باشد. در ادامه به بهانه اکران متفاوت فیلم مجنون در بوستان ولایت نگاهی به سینمای جهان و اشکال دگرگون‌شده ارائه محتوای سرگرم‌کننده به مخاطب می‌اندازیم. رویکردی که امیدوارم در سینمای ایران نیز مشاهده شود و ما را از شر اشکال سنتی ساخت و توزیع آثار سینمایی نجات دهد.

➡ **هوش مصنوعی، صدا و سینمای مستقل**
سینما به‌واسطه ضرب نفوذ بالای هوش مصنوعی در مسئله تولید و توزیع درست در میانه تحولات پارادایمیک قرار دارد. این امکان به‌شکلی کاملاً مصادفای با تأکید بر مسئله طراحی صدا آن را دگرگون ساخته و در ابعادی نظیر صداهای پس‌زمینه، ترکیب سطحی مختلف صدا و... تغییراتی اساسی به‌وجود می‌آورد. از طرف دیگر هوش مصنوعی در حال متحول کردن تدوین و جلوه‌های بصری است. به این معنا که مرحله پست پروداکشن (پس‌تولید) به‌واسطه هوش مصنوعی با سرعت بیشتر و هزینه کمتر به سامان می‌رسد و مواردی نظیر تصحیح رنگ، تقطیع نما، حذف اشکبای مزاحم موجود در کادر و... را به‌صورت خودکار پیش می‌برد. به این موارد می‌توان نوشتن فیلمنامه و طراحی استوری‌برد را نیز اضافه کرد. در حال حاضر ابزارهایی مانند OpenAI، Sora و Squibler توانسته‌اند فیلم‌نامه‌نویسی به شیوه رایج را وارد چالش‌های اساسی کنند و نقش عامل انسانی در پیشبرد روایت‌های داستانی را به‌واسطه تولید – و نه خلق – ایده‌های متفاوت فروپیکاهند. البته باید در نظر داشت که هوش مصنوعی نمی‌تواند جای قوه خلاقه انسانی در فرایند خلق را تنگ کند؛ اما به همان میزان می‌تواند جایگزینی برای فیلم‌نامه‌نویسان بی‌مایه باشد. باری، هوش مصنوعی کمک بسیار خوبی برای سرعت‌بخشیدن به سرانجام یک تولید هنری و صنعتی است و این قابلیت را دارد که به اذعان خلاق اما غیرمنسجم نظم و انسجام ببخشد. از سوی دیگر، پهنادهای هوش مصنوعی به ما این امکان را می‌دهند که بتوانیم نماهای هوایی خیره‌کننده ثبت کنیم و سه‌وژه‌های متحرک را با تنظیم زاویه دوربین مناسب به بیننده انتقال دهیم. در واقع پهنادهای هوش مصنوعی به تیم فیلمسازی این اجازه را می‌دهند که با تمرکز بر روی سوزه روایت جزئیات فنی را برزن سپاری کنند.

➡ از فیلمسازی متاورس تا بلاک‌چین سینمایی

بلاک‌چین یا همان پایگاه داده به کار سینما و تولید فیلم نیز می‌آید و از مرحله نگارش قرارداد به‌منظور آغاز فرایند خلق گرفته تا حتی مسئله توزیع را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. سال‌های سال است که فیلمسازان با دزدی و همین‌طور توزیع ناعادلانه آثارشان دست‌وپنجه‌زم می‌کنند، درحالی‌که بلاک‌چین از طریق شیوه توزیع رمزگزاری شده می‌تواند از دزدی محتوا جلوگیری کند و پرداخت فوری حق امتیاز و کپی‌رایت را امکان‌پذیر جلوه دهد. فقط کافی است تصور کنیم که فیلمساز می‌تواند با هر بار تماشای فیلم به‌وسیله بیننده در سریع‌ترین زمان ممکن منتفع شود. این امر باوجود پلتفرم‌های بخش آنلاین (سرویس پخش استریم) مجهز بر بلاک‌چین دور از دسترس نیست. تکنولوژی واقعیت افزوده یا همان هولوگرام نیز اکنون در حال گام دگرگونی واقعی‌تر شدن است. این تکنولوژی ضبط حضور بازیگران مجازی در صحنه را به تجربه‌ای عینی و غیرقابل انکار بدل می‌سازد و درهای جدیدی را به سمت بعد داستان‌پردازی فیلم‌ها باز کرده و آثار را تعاملی‌تر و همه‌جانبه‌تر می‌کند. کافی است تصور کنید می‌توانید در دنیای فرانچایزی نظیر «ایندیانای جونز» قدم بزنید و وقایع داستانی را به‌صورت سه‌بعدی مشاهده کنید. این اتفاقی حیرت‌انگیز است و می‌تواند سینما را از اشکال سنتی و راکد آن نجات دهد.



فرهیختگان