



حالا دیگر مدت هاست که خرید دی وی دی فیلم و سریال از سبد خانواده کنار رفته و تماشای سریال، انیمیشن یا فیلم سینمایی، با واسطه‌ای به نام اینترنت اتفاق می افتد. ضریب نفوذ اینترنت، فراگیری استفاده از ابزارهای متصل مثل گوشی موبایل، تبلت، تلویزیون هوشمند و... در کنار افزایش تولید محصولات فرهنگی ویدیویی، مجموعه عواملی است که باعث حذف شیوه‌های سنتی توزیع محتوا و رونق بسترهای آنلاین نمایش ویدیو شده است. این مسیر نه فقط در ایران، بلکه در جهان هم با شتاب طی شده و سرعت تحول آن، صنعت سینما را هم تحت الشعاع قرار داده است.

پادشاهی مخاطب در سرزمین سرگرمی

هر تلاشی برای جذب مخاطب جدید دست نمی کشیدند. برآیند این عوامل یعنی نیاز مخاطب، ادامه حیات شرکت‌های پخش و رونق VOD ها، مثل یک توافق نانوشته، سرعت رشد شبکه نمایش خانگی را در مدت سه سال، یعنی از حوالی ۱۳۹۷ تا کنون، بشدت بالا برد. البته در ادامه مسیر، تغییرات نیاز مخاطب، تغییرات بازار آفلاین و به دنبال آن تغییر عملکرد شرکت‌های پخش و در نهایت پیشرفت یکباره VOD ها، نظم این توافق نانوشته را تا حدودی برهم زد. برهم زدن که حتی بر صنعت سینما تأثیر گذار بود و قدرت VOD ها را به اندازه‌ای بالا برد که علاوه بر اضافه شدن هزینه‌های آنها به سبد اصلی هزینه خانوار، دستگاه‌های مختلف کشور نیز منتقد عملکردشان شدند.

عوامل رشد سرویس‌های نمایش در خواستی ویدیو

سرویس‌های نمایش در خواستی ویدیو که به اختصار وی اودی (VOD) نامیده می شوند، سرویس‌هایی هستند که در قالب وبسایت، اپلیکیشن موبایل، اپلیکیشن تلویزیون و اپلیکیشن سایر دستگاه‌های هوشمند فعالیت می کنند تا از طریق اینترنت، دسترسی به چند هزار عنوان فیلم و سریال را برای مخاطبان خود فراهم کنند. در تمام جهان سرویس‌های وی اودی بین‌المللی و محلی فعالیت می کنند تا در دنیایی که مرزهای تبادل محتوا از میان برداشته شده، دسترسی به تمام تولیدات فیلم و سریال در جهان، سریع، راحت و آزاد باشد. در ایران هم در حال حاضر سه سرویس وی اودی فعال وجود دارد که در حال رقابت با یکدیگر هستند و مخاطبان فیلم و سریال‌های محبوب‌شان را از آن دنبال

به فعالان این حوزه نشان داد که ظرفیت تازهای در شبکه نمایش خانگی ایجاد شده است. از همان زمان یعنی حوالی ۱۳۹۵-۱۳۹۴، سرویس‌های آنلاین پخش ویدیو به نام VOD هم شکل گرفتند تا به صورت موازی، مخاطبان دنیای وسیع اینترنت را به مخاطبان آفلاین شبکه نمایش خانگی گره بزنند. حالا دیگر زمین بازی چند رقیب اما با منافع مشترک پیدا کرده بود: تولید کننده، پخش کننده آفلاین و پخش کننده آنلاین.

پخش کننده آنلاین، پیروز میدان

فصل سوم سریال شهرزاد در حالی در بهار ۱۳۹۷ رو به پایان بود که عطش مخاطب برای تماشای هفتگی سریال همچنان ادامه داشت. از طرفی شرکت‌های پخش یعنی ویدیو رسانه‌ها، پس از رونقی که شهرزاد به نمایش خانگی داده بود، دچار رکود می شدند و از طرف دیگر، سرویس‌های پخش آنلاین بسیار نوظهور بودند، از

سال‌های پایانی دهه ۸۰ و ابتدای دهه ۹۰، روزهای خوب و پر رونق رسانه خانگی در ایران بود. سوپرمارکت‌ها از پوستر سریال‌هایی مثل قلب یخی و قهوه تلخ پر شده بودند، لوازم خانگی فروش‌ها مدل‌های جدیدتری از دستگاه‌های پخش دی وی دی را به بازار می آوردند و در خانه‌ها صحبت از آخرین قسمت‌های منتشر شده سریال‌ها بود. زمانی که هر دی وی دی بیشتر از ۴۵ دقیقه ظرفیت ویدیو نداشت، هر قسمت سریال در دو دی وی دی عرضه می شد و البته تعداد سریال‌ها هم یک یا دو عنوان بیشتر نبود. این روند در کنار کاهش تولیدهای رسانه ملی ادامه پیدا کرد، تا زمانی که سریال شهرزاد تحولی را در صنعت نمایش خانگی به وجود آورد. فروش اقلام تبلیغاتی و نمادهای سریال در فروشگاه‌ها، نمایش هر قسمت در سالن‌های سینما، جشن‌های پایان فصل سریال و جایزه جشن‌های سینمایی سالانه، در کنار رقم بالای تیراژ سریال شهرزاد،

چون زن کشی دست بردارد و درمان شود. شهرزادهای کنونی نیز مردم را پای سریال‌های می‌نشانند تا غرق در قصه شوند و دردهای جهان واقعی را از یاد ببرند، یا به شکل پیراسته‌تر و تلطیف شده تر با جهان واقعی مواجه شوند، اگر در واقعیت، آقا زاده‌های پلید جنایت می‌کنند و منابع عمومی را بر باد می‌دهند، در زندگی سریالی، آقا زاده‌های خوب از راه می‌رسند و آقا زاده‌های بد را منکوب می‌کنند. اگر در واقعیت مردم از فقر و تنگدستی و بی‌عدالتی رنج می‌برند، سازنده‌های سریال با طرح مضامین رمانتیک و عاشقانه و نمایش تجمل و دارندگی، ما را در رؤیا غرق می‌کنند. در سال‌های پیشاتلوویزیون، پاورقی نویسانی همچون حسینقلی مستعان و جواد فاضل و ارونقی کرمانی و منوچهر مطیعی و ر. اعتمادی، از عشق و ناکامی و اختلاف‌های خانوادگی و جوان‌های هوسران و دختران فریب خورده و اعتیاد و دوستان ناباب و...

مردم چرا سریال می‌بینند و چرا در دوران پر شتاب کنونی، ساعت‌ها برای سریال‌های پر تعداد وقت می‌گذارند؟ به ظاهر در عصر فرامردن، تمام پدیده‌های جهان و از جمله تولیدات هنری، گرایش به ایجاز و فشردگی و مینی مالیزم پیدا کرده‌اند. امروزه کسی به سبک بالزاک و هوگو و تولستوی و داستایوفسکی و دیگران نمی‌نویسد و رمان‌های مطول کم‌تر خوانده می‌شوند. عصر طلایی پاورقی نویسی نیز به سر آمده است و لااقل در سرزمین ما، پاورقی نویسی تا حدود زیادی رونق گذشته را از دست داده است، اما باین همه از داستان گویی گریزی نیست و سریال‌های داستانی جایگزین پاورقی‌های گذشته شده‌اند. در واقع شهرزاد قصه گو همچنان زنده است و کهن الگوی هزار و یک شب به اشکال جدید تجدید حیات پیدا کرده است. شهرزاد با افسون قصه گویی، هر شب پادشاه مجنون را پای قصه‌هایش می‌نشانند تا از

بالاخره آخرش چی می‌شه؟

بهزاد عشقی
منتقد

