

## خودکشی سینمایی هالیوود

زمانی که کمپانی والت دیزنی اعلام کرد اکشن ابرقهرمانانه و کمیک استریپی خود «آونجرز» (انتقام‌گیران) را با هزینه‌ای 220 میلیون دلاری تولید می‌کند...



جام جم آنلاین: زمانی که کمپانی والت دیزنی اعلام کرد اکشن ابرقهرمانانه و کمیک استریپی خود «آونجرز» (انتقام‌گیران) را با هزینه‌ای 220 میلیون دلاری تولید می‌کند، تحلیلگران اقتصادی سینما حیرت کردند. دو سال قبل که مسئولان کمپانی این خبر را به صورت رسمی اعلام کردند، بحران اقتصادی موجود در آمریکا هنوز ادامه داشت و تمام واحدهای اقتصادی در این کشور، در تلاش برای کاهش هزینه‌های خود بودند.

البته شرکت فیلمسازی تازه تاسیس مارول (که مالک معنوی قصه مصور «آونجرز» است) هم در تولید این اکشن ماجراجویانه با کمپانی والت دیزنی همکاری داشت. اما حتی این موضوع هم نمی‌توانست رقم کلان و غیرقابل تصور فیلم را پنهان یا توجیه کند. پرسشی که اهل فن و تحلیلگران اقتصادی مطرح می‌کردند این بود که «آونجرز» در زمان اکران عمومی خود چقدر باید در جدول گیشه نمایش سینماها فروش کند، تا لقب یک کار پرفروش و سودآور را از آن خود کند؟ قصه فیلم درباره هجوم موجودات بیگانه فضایی به کره زمین برای نابودی آن و مقابله نقش ابرقهرمان معروف قصه‌های مصور (از قبیل مرد آهنی، تور، کاپیتان آمریکا و هالک) با این هجوم بود. صحنه‌های اکشن فیلم - که به درگیری سخت دو طرف ماجرا با هم می‌پرداخت - به گونه‌ای بود که هزینه کلان میلیون دلاری آن را می‌بلعید. به گفته سازندگان فیلم، این صحنه‌های اکشن باید طبیعی و زیبا خلق می‌شد تا بتواند جمع کثیر تماشاگران را به داخل سالن‌های تاریک سینماها بکشاند.

به دنبال سرمایه‌گذاری کلان کمپانی والت دیزنی روی یکی از محصولات پرسروصدا و جنجالی خود، بقیه کمپانی‌های فیلمسازی هم جرات لازم را پیدا کرده و خبر از تولید فیلم‌های پرخرج دادند. این اتفاق در شرایطی رخ داد که طی سال‌های قبل از آن، تعدادی از پروژه‌های مهم سینمایی به دلیل بالا بودن هزینه‌های تولید، به قفسه بایگانی کمپانی‌های فیلمسازی سپرده شد. جیمز براندیلی منتقد سینما می‌گوید: «آونجرز» در هالیوود همه حساب دخل و خرج را می‌کنند. اگر قرار باشد بر روی یک پروژه سینمایی سرمایه‌گذاری شود، این سرمایه‌گذاری باید توجیه اقتصادی داشته باشد. برای آنها خیلی مهم است که اگر 50 میلیون دلار را صرف تولید فیلمی می‌کنند، این فیلم در زمان اکران عمومی هم هزینه‌های تولید را بیوشاند و هم سود - کم یا زیاد - برایشان فراهم کند. در چنین اوضاع و احوالی است که وقتی اعلام می‌شود یک پروژه سینمایی با یک رقم نجومی تولید جلوی دوربین می‌رود، به خودمان می‌گوییم حتما سازندگان آن فیلم نسبت به موفقیت کلی آن در جدول گیشه نمایش اطمینان دارند که دست به چنین کاری زده‌اند.

برخی از تحلیلگران اقتصادی سینما از تولید فیلم‌های پرخرج (که بالای 150 میلیون دلار هزینه آن است) به عنوان یک خودکشی سینمایی اسم می‌برند. اما به نظر می‌رسد این روزها این نوع هاراگیری هالیوودی دارد تبدیل به یک اپیدمی عمومی می‌شود. خلبانان ژاپنی با یک انگیزه بالا در دوران جنگ جهانی دوم دست به هاراگیری زده و با هواپیماهای خود، روی سر هدف‌های آمریکایی فرود می‌آمدند. اما هاراگیری تهیه‌کنندگان هالیوودی چه نتایجی به همراه خواهد داشت؟ پل درگارا بدیان تحلیلگر کهنه‌کار اقتصادی سینما که هر هفته اخبار فروش فیلم‌ها در جدول گیشه نمایش سینماهای آمریکای شمالی را دنبال می‌کند، به نکته خاصی در رابطه با وضع فروش فیلم‌ها اشاره می‌کند. به گفته او: «آونجرز» هیچ فرمولی برای موفقیت فیلم‌ها وجود ندارد و نمی‌توان هیچ چیزی را از قبل تعیین یا مشخص کرد.

اگر فرمولی کلی برای فروش فیلم‌ها در جدول گیشه نمایش سینماها وجود داشت، تمام تهیه‌کنندگان از این فرمول استفاده کرده و فیلم‌هایشان را تولید می‌کردند. ولی ما هر هفته در جدول گیشه نمایش با محصولات روبه‌رو هستیم که شکست تجاری می‌خورند. به همین دلیل است که هر جمعه حرف تازه‌ای برای گفتن دارد و هر بار که فیلم تازه‌ای روز جمعه روی پرده سینماها می‌رود، همه با نگرانی منتظر آن هستند که رقم فروش آن اعلام شود. در همین ارتباط است که ما با جمعه معروف «آونجرز» (جمعه سیاه) روبه‌رو هستیم. این جمعه‌ها شامل آن جمعه‌هایی می‌شود که فیلمی (یا فیلم‌هایی) که قرار بوده در جدول گیشه نمایش توفان به راه بیندازد، بدون هیچ گرد و خاکی روانه زباله‌دانی شده است.

«آونجرز» (171 میلیون دلار در سینماهای آمریکای شمالی فروش کرد. رقم فروش فیلم در بقیه کشورهای جهان هم بیش از 800 میلیون دلار بود. یک فروش جهانی یک میلیارد و پانصد میلیون دلاری برای این فیلم، خبر از موفقیت بسیار بالای آن می‌دهد. به فیلم‌هایی که به چنین رقم کلان فروشی دست پیدا کنند، لقب «آونجرز» (بلاک باستر) می‌دهند. اگر رقم هزینه‌های تولید از رقم کلی فروش آن کسر شود، یک رقم فروش میلیون دلاری می‌ماند. این رقم باقیمانده، سودی است که کمپانی والت دیزنی و شرکت مارون از بابت تولید «آونجرز» داشته‌اند. البته پل درگارا بدیان در اینجا به نکته ظریفی اشاره می‌کند که معمولا کمتر کسی به آن توجه دارد.

نکته: منتقدان و تحلیلگران سینمایی می‌گویند بسیاری از فیلم‌های پرخرج هالیوودی، شامل آن دسته فیلم‌هایی می‌شود که قرار است به صورت یک مجموعه فیلم سینمایی درآید

او می‌گوید: #171& کمپانی‌ها، رقم هزینه‌های تولید فیلم خود را اعلام می‌کنند. این رقمی است که در دوران تولید و ساخت یک فیلم خرج شده است، ولی پولی که کمپانی‌ها برای محصولات خود خرج می‌کنند، به همین رقم و هزینه تولید ختم نمی‌شود. بازاریابی فیلم‌ها و تبلیغات آنها - که معمولاً شش ماه قبل از نمایش عمومی این فیلم‌ها آغاز می‌شود - دربرگیرنده مبلغ متغیری است که هیچ وقت در دل رقم هزینه‌های تولید گنجانده نمی‌شود، اما این رقم، در دوران پس از تولید برای هر فیلمی خرج می‌شود و جزو ضروریات اجتناب‌ناپذیر هر کار سینمایی است.&#171;

تحلیلگران اقتصادی سینما می‌گویند رقم پولی که صرف بازاریابی و تبلیغات فیلم‌های سینمایی می‌شود، هیچ وقت رقم ثابت و مشخصی نیست، اما یک اصل کلی وجود دارد: هر چقدر یک فیلم سینمایی پرسروصدا و پرخرج‌تر باشد، رقم بازاریابی و تبلیغات آن هم بیشتر می‌شود. کمپانی‌های فیلمسازی معمولاً در ارتباط با میزان این رقم صحبت نمی‌کنند، اما یک فیلم معمولی که با هزینه‌ای 50 تا 80 میلیون دلاری ساخته شده، معمولاً حدود 20 تا 30 میلیون دلار هم صرف بازاریابی و تبلیغات خود می‌کند. فیلم‌هایی که با هزینه‌های بالای 150 میلیون دلار تولید می‌شود، برای بازاریابی و تبلیغات خود بیش از 50 میلیون دلار صرف می‌کنند. این رقم بعضی وقت‌ها حتی به 80 تا صد میلیون دلار هم می‌رسد. علت این دست و دل‌بازی این است که کمپانی‌های فیلمسازی می‌خواهند مطمئن شوند فیلم پرخرج آنها به خوبی در معرض دید تماشاگران معمولی سینما قرار گرفته و در دل آنها، اشتیاق تماشاگر این فیلم را به وجود آورده است.

کمپانی‌های هالیوود بر این باور هستند پول زیادی که برای محصولات پسر و صدای خود خرج می‌کنند، خروجی خوبی به همراه دارد و به همین دلیل باید با خرج کردن آن، فیلمی مقبول در معرض دید تماشاگران سینما قرار داد. به همین دلیل است که فیلم‌هایی مثل #171&، تغییر شکل‌دهندگان&#171;، &#171&، مرد عنکبوتی شگفت‌انگیز&#171; و #171&؛ شوالیه تاریکی برمی‌خیزد&#171; با هزینه‌هایی بالای صد میلیون دلار در دستور کار تولید قرار می‌گیرد. یکی از مدیران کمپانی‌های بزرگ فیلمسازی می‌گوید: ما فیلم‌هایمان را فقط برای تماشاگر آمریکایی نمی‌سازیم. در سال‌های اخیر بازار بین‌المللی سینما، موفقیت‌های بیشتری را نصیب ما کرده است. اگر هزینه‌های تولید برخی از فیلم‌های ما بالاست، در عوض ما تماشاگران بین‌المللی و خارجی را هم داریم. این تهیه‌کننده به یک واقعیت اشاره می‌کند. برخی از محصولات سینمایی در خارج از آمریکا فروش بیشتری در سینماها داشته است تا در داخل خود آمریکا سفیدبرفی و شکارچی که بازخوانی زنده قصه کلاسیک سفیدبرفی بود، با هزینه 170 میلیون دلاری خود توانست 310 میلیون دلار در کشورهای مختلف جهان فروش کند. این در حالی است که سهم فروش سینماهای آمریکایی شمالی از این رقم 155 میلیون دلار است. اگر بخواهیم مبنای فروش فیلم را به میزان رقم فروش آن در این منطقه بگذاریم، سفیدبرفی و شکارچی فیلمی است که از نظر تجاری شکست خورده است. اما تهیه‌کنندگان فیلم، هم‌اکنون در تدارک تولید قسمت دوم آن هستند. سهم #171& بی‌مصرف‌ها &#171; در آمریکایی شمالی هم (با هزینه تولید صد میلیون دلاری) از فروش 270 میلیون دلاری آن فقط 84 میلیون دلار است.

می‌توان این فهرست را ادامه داد و فیلم‌های زیاد دیگری را اسم برد که وضعی مشابه این دو فیلم موفق چند ماه اخیر سینما دارند. این فهرست فقط شامل فیلم‌های زنده نمی‌شود و انیمیشن‌های کامپیوتری را هم دربرمی‌گیرد.

#171&؛ ماداگاسکار&#171; با هزینه‌ای 145 میلیون دلاری تولید شد و در زمان اکران خود، 376 میلیون دلار در سطح جهانی فروش کرد. جالب است که 216 میلیون دلار از این فروش، اختصاص به سینماهای آمریکایی شمالی دارد. رقیب انیمیشنی این فیلم #171&؛ شجاع&#171; (که در اقدامی نادر یک شخصیت مونث را در راس ماجراهای خود دارد) 234 میلیون دلار در داخل آمریکا فروش داشت. فروش این انیمیشن در بقیه کشورهای جهان هم همین حدود بود. کمپانی والت‌دیزنی این اکشن تاریخی خود را با هزینه کلان 185 میلیون دلاری - که برای یک فیلم انیمیشنی رقم غریبی است - تهیه کرد و امید دارد در رقابت‌های اسکاری پیش رو، با این فیلم جایزه اسکار بهترین انیمیشن سال را از آن خود کند.

در عین حال، در رابطه با فیلم‌های زنده سینمایی که با هزینه‌های بالا تولید می‌شود، تحلیل دیگری هم داده می‌شود. منتقدان و تحلیلگران سینمایی می‌گویند بسیاری از فیلم‌های پرخرج هالیوودی، شامل آن دسته فیلم‌هایی می‌شود که قرار است به صورت یک مجموعه فیلم سینمایی درآید. به گفته آنها، بخش مهمی از هزینه‌های تولید این فیلم‌ها (شامل دکور، لباس‌ها و طراحی‌های صحنه و چیزهایی از این دست) سالم و دست‌نخورده برای ساخت و تولید قسمت‌های بعدی استفاده می‌شود. به این ترتیب، در زمان تولید قسمت‌های جدید این فیلم‌ها، صرفه‌جویی خوبی در رابطه با بخش بزرگی از لوازم و تجهیزات کار صورت می‌گیرد. برای مثال، لباس‌ها و دکورهای نسخه جدید و احیا شده #171&؛ سفرهای ستاره‌ای/ پیش‌تازان فضا&#171; (2009)؛ برای تولید قسمت دوم آن که در دست تولید است مورد استفاده قرار می‌گیرد و نیازی به خرید و خلق مجدد آنها نیست. به این ترتیب، بخشی از هزینه 140 میلیون دلاری قسمت اول در خدمت قسمت‌های بعدی این مجموعه فیلم قرار می‌گیرد و مثل یک بایگانی مالی قابل قبول برای کمپانی تهیه‌کننده آن، پارامونت عمل می‌کند.

