

۵۳ شرکت بین‌المللی در بازار فیلم جشنواره جهانی فجر حضور دارند

مدیر جدید بازار فیلم سی و پنجمین جشنواره جهانی فیلم فجر به تشریح فعالیت های این بخش از جشنواره امسال پرداخت.

به گزارش ایسکانیوز به نقل از روابط عمومی جشنواره جهانی فیلم فجر، مهدی یادگاری مدیر جدید بازار فیلم سی و پنجمین جشنواره جهانی فیلم فجر درباره مسئولیت همزمانش در صداوسیما و جشنواره، گفت: اعتقاد دبیر جشنواره جهانی به کار تیمی و برگزاری موفق بازار فیلم در سال گذشته باعث شد علاقمند شوم تجربیات خود را با جشنواره به اشتراک بگذارم و مسئولان صدا و سیما هم جشنواره جهانی فیلم فجر را به عنوان یک رویداد مهم ملی قبول دارند.

وی در خصوص نحوه برنامه ریزی بخش بازار فیلم و تفاوت های آن با دوره های قبل جشنواره، گفت: برنامه ریزی بازار فیلم فجر از حدود مهر ماه امسال توسط تیم سال گذشته بازار زیر نظر امیر اسفندیاری، معاون محترم امور بین الملل جشنواره، دوستانی از بنیاد فارابی آغاز شد. از دی ماه و پس از بر عهده گرفتن امور و هماهنگی های صورت گرفته با مسئولان جشنواره، قرار شد با همراهی تعدادی از اعضای تیم سابق و حضور افراد دارای تجربه فعالیت در حوزه بین الملل کار را پیش ببریم. بازار امسال و محل آن تفاوت چندانی با جشنواره قبل ندارد اما از نظر طراحی دچار تغییراتی شده است؛ محلی جدا از غرفه ها برای نشست و صحبت رودررو در نظر گرفته تا افرادی که مراجعه می کنند و محلی ثابت برای حضور ندارند در آنجا گردهم آیند.

مدیر بازار فیلم جشنواره جهانی فیلم فجر درباره بخش های مختلف بازار جشنواره جهانی فجر، گفت: بازار امسال مانند سال های قبل دارای سه بخش اصلی است؛ نخست بخش غرفه ها که در آن برای ۴۷ غرفه اعم از ایرانی و خارجی برنامه ریزی کرده ایم. دوم محلی به نام بانک ویدئویی تصویری برای بازبینی آثار جشنواره و آثار شرکت ها، که خریداران اجازه دارند در این محل حاضر شده و فیلم ها را بازبینی کنند. سوم بخش نمایش های بازار است که در آن نمایش هایی خواهیم داشت از فیلم های سینمای ایران که قصد حضور در بخش بین الملل را دارند. برای این فیلم ها یک سالن جداگانه در نظر گرفته شده و از روز اول بازار، این نمایش ها برقرار خواهند بود و در آن ۳۳ فیلم در طول بازار به نمایش گذاشته خواهد شد. با این تفاوت که امسال هزینه ای از مالکان فیلم ها دریافت نخواهد شد و افرادی که علاقمندند فیلم هایشان توسط خریداران و افراد حوزه بین الملل مورد بررسی قرار گیرد در این بخش حضور خواهند داشت.

یادگاری ادامه داد: امسال هم مانند سال گذشته مدیریت این بخش به عهده آقای صانعی مقدم است که سال پیش با جدولی منظم به نمایش تعداد زیادی فیلم برای مهمانان خارجی پرداخت و با استقبال خوبی هم مواجه شد. برخی از فیلم ها هم از همین طریق مورد توجه خریداران قرار گرفتند و یا به جشنواره ها دعوت شدند و امسال قصد داریم این حرکت موفق را تکمیل کنیم.

مدیر بازار فیلم جشنواره جهانی فیلم فجر در خصوص دیگر فعالیت های این بخش از جشنواره توضیح داد: دیگر فعالیت تیم بازار، دعوت از خریداران بین المللی بوده است؛ کسانی که در گذشته آثاری را از سینما و تلویزیون ایران خریداری کرده اند را به جشنواره دعوت کردیم. به این منظور لیستی از افراد خریدار مورد وثوق و علاقمند به حضور در ایران تهیه کرده و از آنها دعوت به عمل آوردیم که تا امروز حضور ۲۳ خریدار از ۱۶ کشور قطعی شده و در این بازار حضور خواهند داشت. از میان شرکت های خارجی نیز تاکنون از ۵۳ شرکت فروشنده فیلم دعوت شده است. در این مسیر استراتژی ما حضور شرکت های اصلی توزیع کننده فیلم در منطقه خاورمیانه و کشورهای اطراف ایران

است. در واقع تلاش عمده ما بر این بوده که شرایط حضور افراد و شرکت هایی از کشورهای اطراف که آثاری نزدیک به ما دارند و در عین حال در بازار خرید و فروش فعال هستند را فراهم کنیم.

یادگاری ادامه داد: برای گسترش بازاریابی، یکی از ایده هایی که در چند سال گذشته مطرح بوده و مدیران قبلی بازار هم آن را پیگیری کرده اند، بخش ورکشاپ ها یا نشست های تخصصی در حوزه بازار بود. امسال هم چند ایده مطرح شد که با توجه به محدودیت ها و ظرفیت های جشنواره و مشغولیت افراد در طول مدت بازار، جمع بندی ما این بود که ۲ ورکشاپ یا نشست تخصصی داشته باشیم؛ به همین منظور از اعضای فعال، فیلمسازان، افراد دارای سابقه حضور در حوزه بین الملل، علاقمندان و ... دعوت کرده ایم که در این نشست ها حضور داشته باشند. موضوع یکی از این نشست ها، شرایط و مفاد قراردادهای فروش است البته عقد قرارداد یک کار تخصصی است، اما قصد ما آشنا کردن صاحبان آثار به یکسری اصول کلی است که باید در هنگام عقد قرارداد مدنظر داشته باشند. یعنی آموزش شرایطی که بایستی در قراردادها اعمال شود تا حقوق اولیه آنها را تامین کند.

وی افزود: ورکشاپ دوم به بحث استانداردسازی کیفیت اختصاص یافته است؛ ارسال اثر به کشورهای دیگر و جشنواره ها و بازارهایشان از یک استاندارد عمومی و کلی برخوردار است که لازم است صاحبان آثار با آن آشنایی داشته باشند. به همین منظور قصد داریم در یکی از نشست های بازار درباره این استانداردها، نحوه ارائه اثر، چگونگی مذاکره و مختصات فنی مورد توجه خریداران خارجی صحبت کنیم.

مدیر بازار فیلم جشنواره جهانی فجر اضافه کرد: یکی دیگر از نکات مورد توجه در این بازار، حوزه اکران فیلم های ایرانی در خارج از کشور است. البته امکان پرداختن به این موضوع با نگاه تخصصی وجود ندارد، چرا که این مساله ۸ نه به بازار ایران بلکه به بخش کننده های جهانی و شرایط فرهنگی و اقتصادی کشورهای دیگر وابسته است. با این وجود از همه شرکت هایی که تاکنون فیلم هایی را از سینمای ایران در حوزه بین الملل عرضه کرده و در این عرصه توفیق داشته اند دعوت کرده ایم تا از آنها بشنویم چالش ها یا نقاط قوت و ضعف اکران فیلم های سینمای ایران در خارج ایران چیست. از جمله شرکت های بزرگ آمریکایی و اروپایی که آثاری از سینمای ایران را عرضه کرده اند. فراموش نکنیم به جز چند اثری که در چند سال اخیر از بعضی کارگردان های شناخته شده داشته ایم، در بسیاری از نمایش های خارج کشور موفق نبوده ایم بنابراین بهترین راه را در این دیدیم که از افراد باتجربه دعوت کنیم در بازار حضور پیدا کنند و با صاحبان آثار گفتگو و مذاکره داشته باشند تا ببینیم چند اثر از سینمای ایران برای اکران خارج از ایران قابل مطرح شدن هستند. البته ما با توجه به رویکرد تازه جشنواره جهانی، بازار منطقه، کشورهای همسایه و آسیای میانه در وهله اول و آسیا در وهله دوم در اولویت ما قرار داشتند، از همین رو خریداران و کمپانی های این مناطق را بیشتر مدنظر داشتیم.

وی ادامه داد: نگاه غالب فیلمسازهای ما تاکنون تنها به حضور در جشنواره ها بوده، ولی ما قصد داریم از حوزه تجاری هم به این موضوع بپردازیم. امیدوارم با حضور تعدادی از نمایندگان شرکت های بزرگ بخش کننده جهانی امکان حضور هرچه بیشتر آثار سینمای ایران در حوزه بین الملل فراهم شود.

وی در ادامه یکی از چالش های پیش روی این افراد برای حضور در جشنواره جهانی فیلم فجر را قضیه کپی رایت دانست و گفت: یک چالش بزرگ برای حضور هر خریدار یا فروشنده ای در بازار ایران، بحث کپی رایت در ایران است که باید در طول جشنواره و بازار با نگاه تخصصی به آن پرداخته شود؛ در شرایط کنونی به جز خریدارانی محدود مثل رادیو تلویزیون یا ویدئو رسانه ها، در بقیه فضاها مانند فضای مجازی و سایت ها شاهد عرضه غیرمجاز آثار هستیم که عملاً موجب تضعیف این تجارت می شود. بنابراین اگر قرار است تجاری در کار باشد باید سازوکارهای آن هم در نظر گرفته شود. می توان پرسید اساساً فروشنده ها چرا باید به داخل ایران بیایند و در بازار شرکت کنند؟ آیا بستری برای خرید و فروش رایت، مخصوصاً در حوزه رایت های جدید، بصورت جدی در کشور ما وجود دارد یا نه؟ امیدواریم در زمان بازار

بتوانیم افراد دعوت شده را روبروی هم نشانده و نظراتشان را بشنویم.

یادگاری اضافه کرد: ما در حال حاضر ۵ اپراتور اصلی در حوزه دیجیتال داریم که برای فعالیت مجوز گرفته اند و در کنار آنها صدها وبسایت وجود دارد که این آثار را به شکل غیرقانونی و دوبله شده عرضه می کنند. می دانیم که گرفتن مجوز ویدئو رسانه مراحل سختی دارد و تنها یک فرد مطلع و آشنا به حوزه ویدئو رسانه قادر به انجام این کار است و بعد از طی مراحل اولیه است که می تواند مجوز بگیرد. در ادامه نیز برای ارائه و توزیع هر اثر نیاز دارد مجوز انتشار را هم از حوزه کپی رایت و هم از حوزه محتوایی دریافت کند. اما امروز در کشور ما چنین اتفاقی در حوزه دیجیتال نمی افتد و با وجود اینکه بازیگران اصلی حوزه دیجیتال و رایت های جدید مجوزها را گرفته اند، اما هنوز این سردرگمی وجود دارد که تکلیف حوزه رایت و مالکیت اثر در فضای مجازی به چه صورت است.

وی ادامه داد: فروشندگان راجع به این موضوع سوال دارند و این مساله را مطرح می کنند که حوزه های دی وی دی و نمایش خانگی در دنیا به شدت رو به افول بوده و دو بستر دیگر رشد کرده است؛ یکی نمایش فیلم در سینماهاست که با توجه به ظرفیت محدود سینماهای ایران، چنین امکانی برای آثار خارجی وجود ندارد. دیگر بستر در حال رشد، حوزه دیجیتال است که ما فاقد قانون جدی در خصوص افراد مجاز به توزیع رایت ها و چگونگی حمایت از صاحبان اثر هستیم. اینها مواردی است که حتما باید راجع به آن صحبت شود، نشست های تخصصی برگزار شود و افراد به آن فکر کنند تا در نهایت به یک مدل کارآمد که به نفع همه ی بازیگران این حوزه باشد برسیم. به گمان من بهترین بازیگران همان شرکت های صاحب مجوز هستند؛ یعنی همان موسسات رسمی پخش فیلم و یا شرکتهای ویدئو رسانه فعال که سالها هزینه و سرمایه گذاری کرده اند و اکنون با تغییر صحنه بازی عده ای از آنها با مشکلات مالی روبرو شده اند.

یادگاری همچنین گفت: در کنار اینها اگر بازیگران جدیدی توانایی سرمایه گذاری و ورود به این عرصه را دارند می توانند از آثار این شبکه ها و موسسات ویدئو رسانه استفاده کنند یا دست به خرید آثار جدید زده و بر بستر فضای دیجیتال قرار دهند.

یادگاری در پایان به دیگر چالش پیش روی حضور مهمانان خارجی جشنواره اشاره کرد و گفت: چالش دوم بحث سفر به ایران و مشکلات احتمالی برای سفر به کشور آمریکاست، که سختگیری ها و موانعی بر سر راه سفر به ایران تراشیده اند، اما ما این موضوع را بیشتر یک جو روانی می دانیم و مصمم هستیم که یک بازار فیلم با کارایی بالا با حضور تمام میهمانان مورد نظرمان برگزار کنیم.

سی و پنجمین جشنواره فیلم فجر، ۸-۱ اردیبهشت ماه ۱۳۹۶ (۲۸ تا ۲۱ آوریل ۲۰۱۷) در تهران برگزار می شود.

دریافت کننده: محمد بهتری راد/منتشر کننده: سلیمی