



ادفع وشاهد ! حرب السينما والفيديو .. محاولة إرضاء الجميع

هل انتعشت المبيعات في كشك بيع تذاكر السينما؟ لم يعد هذا الأمر هاماً للغاية.. لأن منتجي وصانعي الأفلام أصبحوا يحققون الملايين من تجارة الأفلام الثانوية !
أن جمهور المقرجين لم يتصارع لمشاهدة آخر أفلام شركة مترو للسينما «عاصفة في الدماغ».. كما لم يهرع العالم إلى رؤية الممثل الشهير «فرانسيس كوبولا» «الهرارة القطنية» والذي تكلف إنتاجه ٤٥ مليون دولار !!

الا ان صانعي الافلام قد تنبهوا الى ان الارباح التي تعود من صناعة الافلام لم تعد تقتصر على ايام العرض في دور السينما فحسب ، بل تبقى بعد ذلك بمدة طويلة ، فرغبة الجماهير الكبيرة في اقتناء أو استئجار نسخ من اشربة الفيديو ، أو مشاهدة الافلام على شاشات التلفزيون الخاص التجاري ، أصبحت الآن تعود على المنتجين واصحاب الافلام بمبالغ طائلة اضافية .
ويقول «مارك داهون» مؤسس شركة المبيعات ، بأن كشك بيع التذاكر ليس سوى البداية في سلسلة حياة الفيلم في هذه الايام

كما ان بيع التذاكر لم يعد يعود بالمبالغ الكافية لتغطية تكاليف الافلام .

أكثر الافلام رواجاً

ان فيلم الخرافة العلمية «عاصفة في الدماغ» مثلاً لم يحقق سوى ١٢ مليون دولار من عرضه في دور السينما بعد خروجه في عام ١٩٨٢ ، حيث يعد هذا المبلغ متواضعاً اذا ما قورن بما كانت تحققه الافلام الناجحة فيما مضى .. ولكن ما ان وزع الفيلم على اشربة الفيديو في الصيف الماضي ، حتى أصبح الفيلم من أكثر افلام هوليوود رواجاً ..

أما فيلم

«الهرارة

القطنية»

(١٩٨٥) فانه

لم يسترجع نصف

التكاليف التي صرفت عليه !!

ولكن ما ان نزل على اشربة الفيديو حتى حقق ما مقداره ٤,٥ مليون دولار .

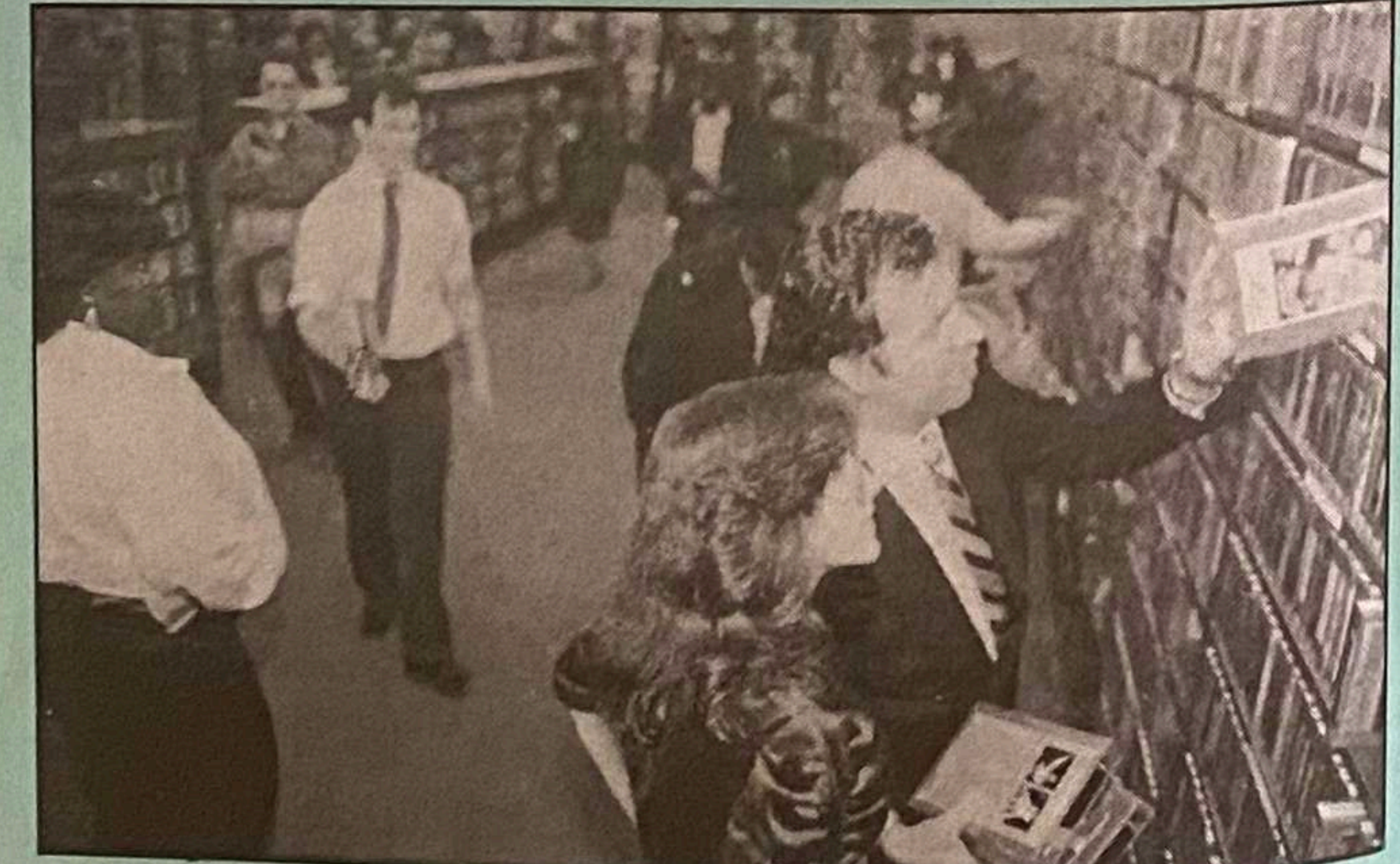
ويقول «دامون» : بأنه يتوقع بأن يسترجع المنتجون ما يقرب من ٦٠٪ من استثماراتهم في الفيلم بمجرد بيع الحقوق الثانوية للفيلم ، أي ما يقرب من ٣,٥ مليون دولار لبيع حق نشر الفيلم على الفيديو وبيع للتلفزيون الخاص التجاري .. وفي بعض الاحيان قد يبيع المنتجون حقوق الفيلم قبل عرض الفيلم في دور السينما معتمدين بذلك على نص الفيلم ، مما يساهم في تسديد تكاليف انتاج الفيلم الذي يتراجع في هذه الآونة بحوالي ١٢ مليون دولار .

ان موزعي الافلام - وعلى الاخص الاستديوهات الكبرى - يتسارعون للحصول على هذه الحقوق كمساندة لهم في تسديد

بعض تكاليف التوزيع التي سيحتاجون اليها .. فعندما يكون الفيلم رائجاً في الاسواق الفرعية فان الاحتمالات تكون اكبر في تضاعف ارباح الموزعين .

ان النتيجة الهامة بعد كل ما تقدم هو ان هوليوود ستبقى هي الرائدة في كسب الاموال من وراء انتاج الافلام مهما كانت الارباح العائدة من كشك بيع التذاكر . فالجمهور الذي اعجب بالفيلم سيدفع مجدداً لكي يرى الفيلم مرة أخرى في المنزل .. وبخسب الطريقة .. فالجمهور الذي لم يتحمس للفيلم عند عرضه قد لا يجد ضرراً من شراء شريط فيديو بـ ٣ دولار لكي يرى الفيلم في منزله !

ويعلق مدير شركة «مجموعة اوريون للتسلية» بأنه ليس من الضروري ان تكون جميع الافلام رابحة .. فيكفي ان يكون هناك اثنان أو ثلاثة متآلفين في العام الواحد بأرباح تصل الى ٢٥ - ٤٠ مليون دولار للفيلم الواحد حتى تكون لديك شركة ناجحة .
وبناء على ذلك التفسير فان «اوريون» قد حققت النجاح بانتاجها فيلم «المرأة في اللباس الاحمر» والذي حقق مبيعات بحوالي ٢٨ مليون دولار ثمن تذاكر .. كما يتوقع ان تباع حقوق توزيعه بـ ٩ ملايين دولار .
ان مكثبات الافلام التي مرت بفترة



ركود .. أصبحت الآن نشطة للغاية . فمنتجات «والت ديزني» تباع بحوالي ١٢٥ عرضاً على اشربة الفيديو .. كما ان شركة مترو جولدن والتي تحوى مكتبتها حوالي ٤٦٠٠ قسم مختلف وتعتبر من اكبر المكثبات من هذا النوع .. ما قرأته ٢٠٠,٠٠٠ شريط كاسيت لفيلم ١٩٢٩ الكلاسيكي «ذهب مع الريح» بمبلغ ٩٠ دولاراً للنسخة الواحدة .. أي ان النتيجة ارباح هائلة من وراء تلك المكثبات لم تكن متوقعة من قبل .
ولكن كم سيربح اصحاب الحقوق الثانوية من تجارة بيع وتأجير اشربة الفيديو ؟ ان هذا السؤال يترتب عليه نشوب حرب حامية بالنسبة لمبيعات هذه الاشربة ! حيث تباع الاستديوهات الاشربة لمحال الفيديو بـ ٨٠ دولاراً للفيلم الواحد لاعادة بيعه أو لتأجيره للزبائن .
الا ان شركة «بارامونت» قد خفضت اسعارها بشكل كبير في عام ١٩٨٢ - حيث باعت - على سبيل المثال ٥٠٠,٠٠٠ شريط من فيلم «رواد السفينة المهجورة» بحوالي ٢٤,٩٥ دولاراً للنسخة الواحدة فقط !
كما خفضت شركة مترو جولدن بعض اسعارها على الافلام الكلاسيكية ولكنها حافظت على اسعار افلام اخرى تتوقع ان يكون استئجارها أكثر رواجاً .

ومع ازدهار الشوارع بمحلات الفيديو فقد اتجه اصحاب الاستديوهات الى بيع الاشربة بالجملة مثل شركات «سيرز»

كيف يعدون نشرة الاخبار؟!

كل يوم، يشاهد عشرات الملايين من الأمريكيين واحدا أو أكثر من البرامج الاخبارية العديدة التي تبث في كافة أنحاء البلاد. وقد رخصت لجنة الاتصالات الفيدرالية لـ ٨٥٧ محطة تلفزيونية تجارية كي تعمل بالولايات المتحدة، وهي جميعا تبث برامج اخبارية. وهناك ٣٠٠ محطة عمومية أي غير تجارية، و ٣٩٠٠ محطة تلفزيونية سلكية يبث العديد منها برامج اخبارية. محطة دابلون ايتش أي او، التي فازت بجائزة تقديرية، ليست سوى واحدة من

«و دابلونك»
أما سوق التلفزيون للاعلام فهو بنفس الدرجة من الفوضى وعدم الاستقرار في الوقت الحاضر كما هو بالنسبة لشرطة الفيديو. فشبكات أنظمة التلفزيون السلكي قد قدمت عطاءات مرتفعة بالنسبة لحقوق السينما. وقد كان المبلغ في حالة «هوم بوكس اونس» هو ٢٧٥ مليون دولار مقابل ٧٥ فيلما من شركة MCA ولدة ٥ سنوات. أما «شوتايم» وهو من شركة HBO المنافسة، فقد دفعت ما مقداره ٣ - ٧ ملايين دولار مقابل عرض مخصص ولدة ٥ سنوات لبعض افلام «بارامونت»
أما شبكات التلفزيون - من ناحية أخرى - فانها تراجمت عن شراء الاعلام الناجحة لصالح انتاجها الخاص والارخص تكلفة. ويقول متحدث من شركة «بارامونت» بأن شبكات التلفزيون تشكل خطرا نظرا للمنافسة التي تطرحها وتخضع الاسعار والتلفزيون الخاص التجاري.

السوق مستهلكة:

إن التلفزيون الخاص التجاري يلاقي في هذه الآونة انخفاضا في الطلب وفي عدد المتقدمين للحصول على العضوية وذلك نظرا لأن الاعلام الجديدة التي تعرض في السينما، تنزل على شكل اشربة فيديو بعد ستة شهور فقط وهي فترة اقل بكثير من الفترة التي كانت تسبق نزول الفيلم على شكل شريط فيديو في الماضي!

ويقول الخبر «مارتن رومان» بأن اشربة الفيديو قد اهلك السوق لانها تمنح للمتفرج الكثير من الاختيار والراحة في اختيار الفيلم والوقت!

وقد يكون الملجأ الأخير لبيع الاعلام هو ادفع وانت تشاهد وهناك، ما يقرب من ٦ ملايين بيت مزودة بنظامي توصيلات تلفزيونية تسمح للمشاهد من متابعة الافلام في اوقات محددة، ويتوقع أحد الخبراء من شركة RGW بأن يبلغ عدد المنازل التي ستزود بهذا النظام بحوالي ٣٠ مليون منزل حتى عام ١٩٩٠

كما أن الفرص متاحة أمام إعادة نشر الفيلم وتسويقه... وأصبح الفوز من نصيب الجميع... بما فيهم جمهور المتفرجين الذين أصبح أمامهم الاختيار هائلا وكما لم يكن متاحا من قبل قط.

ثلاث محطات تلفزيونية تجارية تشترك كل منها في خدمات احدى الشبكات القومية. وتخدم هذه المحطات الثلاث جمهورا يقدر بنحو ٩٤٢,٠٠٠ شخص في مدينة دايتون وضواحيها. وتبث المحطة بانتظام خمسة برامج اخبارية محلية كل يوم. ونظرا لاشتراكها بخدمات «شبكة كولومبيا للبث» (سي بي اس)، تتصل كل مساء بهذه الشبكة لكي تبث مباشرة نشرة الاخبار التي تدوم نصف ساعة.

وبصفته رئيس تحرير قسم الاخبار في محطة دابلون ايتش أي او، يعتبر ديفيد جورج واحدا من اثنين مسؤولين عن محتوى ومظهر نشرة الاخبار التي تذيئها المحطة. اما الشخص الآخر فهو محرر حصيلة المهمات الصحفية. ويكمن عمل جورج في مراقبة مصادر الاخبار مراقبة مستمرة، فيجتمع مع محرر حصيلة المهمات الصحفية ومدير الاخبار ومخرجي البرامج الاخبارية

والمسؤولين عن المحطة ومختلف الموظفين المسؤولين عن جمع الاخبار واخراجها، ويشرف على عملية التحرير ويسدى مشورته. ويتأكد من أن المصورين والصحافيين والفنيين يعلمون ما هو متوقع منهم قبل أن يخرجوا لتغطية حدث ما، ثم يعمل معهم لدى عودتهم. ويجتمع جورج ايضا مع المخرج التنفيذي ومع مقدمي الاخبار ومساعدتهم من أجل اعداد نشرة الاخبار المسائية، فينصت وينصح، مرافقا سير العمل حتى الانجاز. وفي نهاية نشرة الاخبار التي تذاق عند منتصف النهار، يظهر جورج على الشاشة ليقدم الى المشاهدين لمحة وجيزة عن القصص الاخبارية التي سترد في نشرة المساء. كما يتولى ايضا المهام الادارية لقسم الاخبار.

وعندما لا يوجد صحفى سواه، كما يحدث احيانا، يخرج جورج بنفسه ليكون المراسل والمخرج في نفس الوقت. وقد فاز، بفضل تغطيته لاحدى الازمات، على جائزتين من جوائز ايمى الاقليمية. ومعلوم ان جوائز ايمى تعتبر من ارفع الجوائز مكانة في عالم الصحافة التلفزيونية. وفاز «مركز الاخبار ٧» وهو الاسم الذي يطلق على قسم الاخبار بمحطة تلفزيون دابلون ايتش أي او، بعشرات الجوائز عن منطقة تضم كلا من دايتون وسيسيناتي وكولومبوس. وكان نصيب جورج اربعة منها.

وبصفته مديرا للتحرير، يعتبر جورج

مسئولا عن كتابة وجهة نظر الادارة العليا للمحطة التي يتم تحديدها خلال الاجتماعات الدورية لهيئة التحرير، ومن ثم يبتها على الهواء. وإذا كانت الحكومة الامريكية تنظم النواحي الفنية للبث بامريكا، فهي لا تتدخل في المحتوى. وتمارس محطات عديدة حقها في بث الآراء والتعليقات. وتقتصر محطة دابلون ايتش أي او تعليقاتها على القضايا التي تهم المشاهدين المحليين اهتماما مباشرا، دون التطرق الى القضايا القومية والدولية.

وتوفر المحطة الوقت لوجهات النظر المعارضة بحيث يتمكن المشاهدون الذين يرغبون في ذلك من ان يردوا على المواقف التحريرية التي تتخذها. ولا تغير المحطة شيئا في تلك الردود ولا تؤثر على محتواها. وفي احد هذه الردود التي اذيعت مؤخرا، عارضت احدى المشاهدات زيادة الضريبة المدرسية التي كانت المحطة قد ايدتها.

وتعتبر البرامج المحلية مرآة لرغبات المشاهدين. ويذيع «مركز الاخبار ٧» بانتظام اخبارا عن الزراعة والبستنة لأن هناك طلبا عليها. ويقول جورج: «أحد الامور التي تميز التلفزيون التجاري الامريكي عن مثيله في العديد من سائر أنحاء العالم هو تجاوبه مع حاجات المشاهدين واهتماماتهم».

وتلتزم محطة دابلون ايتش أي او التزاما قويا بقضايا منطقتها والخدمات اللازمة لها. ولهذا الغرض، تستخدم المحطة مدير علاقات اجتماعية ليكون صلة وصل مع

رجال الاعمال ووكالات الخدمات الاجتماعية في دايتون. ويقول جورج ان مسئولى المحطة يعترفون بأن هذه الوظيفة تكلفهم كثيرا، لكنهم على استعداد لابقائها حتى يلعبوا دورها كمواطنين صالحين يساهمون في العمل الاجتماعي. وجدير بالذكر ان عددا قليلا من المحطات استحدثت مثل هذه الوظيفة.

ويقول جورج: «أن عدم القدرة على التنبؤ بمجموعة الاخبار التي يحملها اليك كل يوم هي مصدر للسرور والاحباط بالنسبة لكل من يكسب عيشه من الصحافة التلفزيونية».

ويمضى ديفيد جورج الساعات الطوال معالجا كل ناحية من نواحي جمع الاخبار في دابلون ايتش أي او، فيجتمع بمقدم أو مقدمة الاخبار قبل تقديم نشرة الاخبار مباشرة، ويكتب التعليق على الاخبار، ويرشد المراسل أو المصور الى طريقة مراجعة وتصحيح الخبر، ويسرع الى المحطة في منتصف الليل لكي يشرف على تغطية حدث هام.

وينهى جورج حديثه قائلا: «إذا ما نقلنا الاخبار، وادينا عملنا على الوجه الصحيح، احتفظت المحطة باستقلالها كمصدر مسئول ودقيق للانباء، وتمكنت من مقاومة الضغوط الخارجية التي تأتي من المعلنين وسواهم ممن قد يسعون للتأثير على انتاجها. فليس لدينا ما نقدمه سوى صداقتنا».

