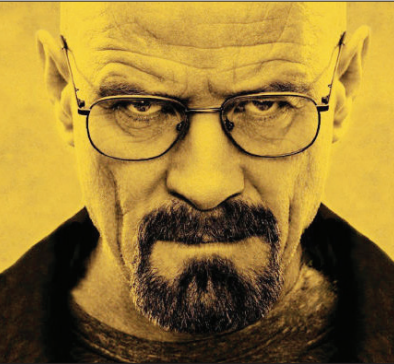




سهام ایران از بازار سریال جهان چقدر است؟

متاسفانه آمار دقیق و قابل استنادی از میزان فروش سریال های ایرانی در سایر کشورهای دنیا موجود نیست، اما می شود با نگاه به میزان دیده شدن بعضی از مجموعه ها در سایر نقاط دنیا به آنچه در این سال ها گذشته مروری داشت و ظرفیت های پخش محصولات فرهنگی ایران در سایر مناطق جهان را رصد کرد. دو سریال «امام علی (ع)» ساخته شده در سال ۱۳۷۵ و «مردان آنجلس» ساخته شده در سال ۷۸ مهم ترین سریال هایی بودند که قطار صادرات سریال های ایرانی را به راه انداختند. در ادامه، سریال «مریم مقدس» ساخته شده در سال ۷۹ هم به چرخه پخش سریال های ایرانی در کشورهای دیگر اضافه شد. اما پس از آن، حدود یک دهه ساخت سریال هایی با کیفیت مناسب و روایت های داستانی قابل پخش در کشورهای دیگر به محاق رفت تا اینکه در سال ۸۷ «یوسف پیامبر» ساخته شد و پس از نمایش آن در تلویزیون ایران، دربرخی از کشورهای دیگر هم به نمایش درآمد. درمجموع، اگرچه آمار ی از فروش این سریال ها به کشورهای دیگر منتشر نشد، اما به هر حال یوسف پیامبر در بیش از ۶۰ کشور جهان بیننده داشت و به صورت اختصاصی در شبکه های تلویزیونی تاجیکستان، پاکستان و افغانستان روی آنتن رفت. این درحالی است که سریال «مردان آنجلس» هم در سال ۹۲ در تلویزیون ملی مصر به نمایش در آمد و همزمان با آن، مجموعه های «مریم مقدس» در کشورهای لبنان و عراق نیز نمایش داده شدند. در همان سال ها سریال «ستایش» هم در تلویزیون ملی لبنان به نمایش درآمد و این درحالی بود که تلویزیون ایران مدت ها بود دیگر هیچ پروژه عظیمی تولید نمی کرد و هم در شبکه های داخلی و هم حتی برای مخاطبان داخلی، بیشتر به پخش و بازپخش مجموعه هایی اقدام می کرد که سال ها پیش تولید شده بودند. آخرین تیری که تلویزیون ایران در ترکش داشت «مختارنامه» بود و استقبال شگفت انگیز مردم منطقه از آن به خوبی نشان داد که در صورت توجه به تولید چنین پروژه هایی، نه تنها ضریب نفوذ فرهنگی ایران در منطقه، و احتمالاً در مراحل بعد کل جهان بسیار بالا خواهد رفت، بلکه می شود روی چنین بازاری به طور جدی برای سودآوری مالی هم حساب باز کرد؛ چه اینکه تولید مجموعه های تاریخی با پس زمینه مذهبی و به خصوص اسلامی، بیشتر از هر کشور دیگری در تخصص ایرانی هاست و درحال حاضر تنها فیلمسازان ایرانی هستند که می توانند در چنین میدانی یک تاز باشند.

به بهانه آغاز پیش تولید سریال «سلمان» بررسی کردیم: چرا با وجود رشد نجومی صنعت سریال سازی در جهان تلویزیون ایران به بهشت جنگ سازی تبدیل شده است

ارتش سریال سازی آمریکا

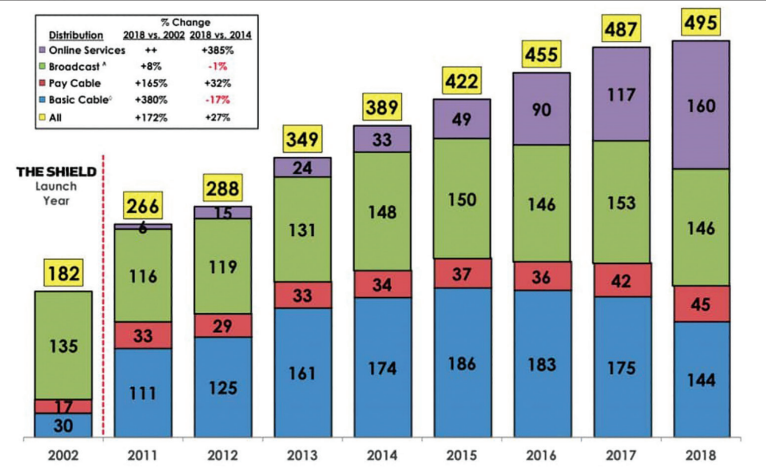
این سال ها نه تنها سعی نکرد از کشور همسایه اش عقب نماند، بلکه تلویزیون ایران هم تولید پروژه های باکیفیت داستانی را رها کرد و به سمت شوهای تلویزیونی، یعنی تولیداتی رفت که هم کم هزینه بودند، هم هزینه شان را اسپانسر ها می دادند و هم از طرف دیگر هیچ فایده خاصی نداشتند جز رقابت تلویزیون ملی با شبکه های ماهواره ای فارسی زبان در پایین ترین سطح و به عبارتی در جذب مخاطبان غیر ایرانی هیچ توفیقی در این سال ها به دست نیامد. برای اولین بار در سال ۲۰۰۴ بود که جهان ناچار شد کشور ترکیه را در صنعت سریال سازی کم کم جدی بگیرد. ترک ها در آن سال ۱۰ میلیون دلار از سریال سازی و صادرات آن به کشورهای دیگر درآمد داشتند؛ ولی این رقم در سال ۲۰۱۲ به ۲۰۰ میلیون دلار رسید و در ۲۰۱۵ به ۳۰۰ میلیون دلار. حجم صادرات سریال ترکیه در سال ۲۰۱۶ به بیش از ۳۵۰ میلیون دلار رسید و این تجارت بیش از ۷۵ کشور دنیا را در فهرست وارد کنندگان محصولات ترکی قرار داده بود؛ از آن به بعد ترک ها سعی کردند دایره مخاطبان شان را از کشورهای اسلامی به کشورهای غیراسلامی گسترش دهند تا آنجا که کم کم آمریکای لاتین هم به عنوان خاستگاه تله نولا که یکی از قدیمی ترین و محبوب ترین گونه های سریال سازی در دنیاست، مشتری محصولات ترکی شد. امروز در ۲۰۱۹ میلادی، وزیر فرهنگ رژیم صهیونیستی نسبت به نفوذ سریال های ترکی در خانواده های اسرائیلی هشدار داد و چند روز پیش روزنامه «هاآرتس» نوشت که محبوبیت سریال ترکی «عروس استانبول» به قدری بالا رفته که بسیاری از هواداران اسرائیلی آن تلاش می کنند به ترکیه سفر کنند و خود را به محل فیلمبرداری سریال برسانند تا با ستاره های این سریال عکس بگیرند.

کشور ها باشد؛ اما در همان سال ۲۰۱۵ کشوری در رتبه دوم صادرات سریال های تلویزیونی قرار گرفت که به لحاظ موقعیت جغرافیایی، بافت جمعیتی، امکانات اقتصادی و حتی تا حدودی موقعیت سیاسی، مقدار زیادی به ایران شبیه بود. رتبه دوم فروش سریال های تلویزیونی در دنیا به کشور ترکیه با رقم ۳۰۰ میلیون دلار تعلق داشت و پس از آن کشورهای کره جنوبی، بریتانیا و تایلند در رده های بعدی قرار داشتند. واضح است که در همان زمان هم نمی شد کل گردش مالی سریال های ترکی را با هم تانیاان آمریکایی اش در یک حد و قواره دانست، اما نکته قابل توجه اینجاست که اولاً ترک ها نسبت به آمریکایی ها در این زمینه رشد سریع تری داشتند و ثانیاً ایران به رغم ظرفیت هایی که داشت، در

استندآپ کمدینی که در سینمای روحی شو هم مجال چندانی برای فعالیت ندارد، به فکر تولید یک تاک شوی تلویزیونی که کپی مجموعه ای در جاهای دیگر دنیاست و اسپانسری پشت آن را گرفته بیفتد، کم کم اعتبار این آنتن از بین می رود و حتی دیگر اسپانسر ها هم حاضر نخواهند بود بهایی را که قبلاً می دادند برای به دست آوردن آنتن تلویزیون بپردازند. در سال هایی که تلویزیون ایران سریال سازی فاخر را رها کرد سراغ برنامه سازی های سرپایی و اسپانسری رفت، صنعت سریال سازی دنیا ظرفیت خودش را چند برابر افزایش داد و حتی کشور هایی که در هنر فیلم سازی از ما عقب تر بودند، امروز در این بازار چند برابر کل تولیدات تلویزیونی و سینمایی ایران گردش مالی پیدا کرده اند. این درحالی است که تماشای سریال های خارجی و دانلود شده توسط مخاطبان نوجوان و جوان در کشور مافراگیر شده و سریال های مهم دنیا، بخش مهمی از سید محصول فرهنگی خانواده های ایرانی را به خود اختصاص داده است.

صنعت سریال سازی دنیا در سال هایی که ما غایب بودیم

وقتی در سال ۲۰۱۵ میلادی اعلام شد که درآمد صنعت سریال سازی آمریکا تنها از راه فروش تبلیغات، بالغ بر ۷۱ میلیارد دلار، بوده، دیگر تمام کسانی که در جدی بودن گردش مالی صنعت سریال سازی به عنوان رقیبی برای سینما تردید داشتند، کلاه از سر برداشتند و سپر انداختند. ۷۱ میلیارد دلار، یعنی چیزی حدود یک و نیم برابر درآمد نفتی ایران در سال. شاید اولین نکته ای که با نظر انداختن به چنین آمار هایی به ذهن برسد، قابل قیاس نبودن گردش مالی صنایع ایلات متحده با دیگر



نمودار بالا تعداد سریال های اورجینال آمریکایی که از شبکه های کابلی، برودکست و اینترنتی در طول سال های ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۸ پخش شده اند را نشان می دهد. همانطور که می بینید تعداد تولید سریال در فاصله ۱۵ ساله گذشته افزایش یافته است و احتمالاً در سال ۲۰۱۹، تعداد تولید سریال به عدد ۵۱۰ خواهد رسید. تقسیم بندی شبکه های پخش البته به چهار شکل در نمودار نشان داده شده است. شبکه های Basic cable شامل AETN, AMC Networks, FX Networks, NBCU Cable, Entertainment, Turner Broadcasting, Viacom, HBO, Showtime, starz, شبکه های Broadcast شامل ABC, CBS, Fox, NBC, PBS, CW, شبکه های Pay Cable شامل Online Service شامل Netflix, Amazon, Hulu هستند.

گزارش

فروختن اعتبار تلویزیون به اسپانسر ها

یک نکته دیگر هم در فرآیند آنتن فروشی به اسپانسر ها و آنچه مدیریت صداوسیما به رغم خودش کم خرج تر کردن تامین آنتن می داند، وجود دارد و آن هم فروختن اعتبار تلویزیون به اسپانسر ها به بهایی بسیار کمتر از آنچه که واقعا می ارزید است. رسانه ای مثل صداوسیما در ۴۰ سال اخیر با ساخت مجموعه هایی از قبیل «سربداران» و «هزار دستان» کسب اعتبار را شروع کرد و به «مختارنامه» رسید و حالا اگر هر کم دین و

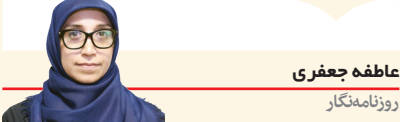
رونمایی از یک برنامه جدید در نوروز ۹۸

تازه شو، نگاهی جدید به مسائل جامعه بدون سیاه نمایی



افزودنی های آموزشی و کارشناسی به مخاطب القا نشده و ما جلوی یک سری هزینه های بی موردی که مخاطب از روی دانستن و اشراف داشتن نسبت به مسائل فنی انجام می دهد را می گیریم.» محمد احتشام دیگر تهیه کننده این برنامه نیز با اشاره به فضای جدید در برنامه تازه شو که مخاطب را غافلگیر می کند، گفت: «باید مثل دیگر همکارانم تاکید کنم، ما در تازه شو سیاه نمایی نداریم. مخاطبان در بخش نمایش، فضای طنز خواهند دید، موضوع آیت ها بحث های روز است و ما در تازه شو بخش های محلی و اقوام نیز خواهیم داشت که به اقوام ایرانی بپردازد. ما در این برنامه جوان گرایی داریم و یکی از دلایل انتخاب عرفان احتشام به عنوان کارگردان همین مساله بوده است، بهتر است کمی به جوان ها اعتماد کنیم، اگر قصد داریم کاری تازه بسازیم، ما قصد نداریم کپی کاری کنیم و این برنامه مدل اصلی ندارد، مطمئناً قسمت اول این برنامه

خواهیم داشت و تیم تولید تازه شو سعی کردند در همه این آیت ها به مردم شادی تزریق کنند. جدا از بحث محتوایی، بحث فرمی این برنامه است و ما تلاش کردیم تازه شو از فضای تلویزیونی بیرون بیاید و مخاطب کار جدیدی را از تلویزیون ببیند. سرپرست نویسندگان این برنامه «امیر قاسمی» است و نویسندگان تازه شو همگی تلاش کردند که آیت ها طنز ریشه دار و با مفهومی بنویسند.» این برنامه دو تهیه کننده دارد، مسعود محمدی و محمد احتشام. محمدی با تاکید بر اینکه این برنامه دید سیاسی ندارد، گفت: «همه مخاطبان سیما با هر طرز فکری می توانند ببینند برنامه ما باشند. چرا که ما آرام آرام به سراغ آموزش مسائل فنی می رویم که مخاطبان ما مبتلا به هستند و نمی دانند باید چگونه با این اتفاقات مواجهه داشته باشند. به همین خاطر از یک ربات به نام «زود کمک» هم رونمایی خواهیم کرد که او به کمک کارشناسی و ارتقای فنی مخاطب می رود. تا به حال چنین



مطمئناً اینکه یک برنامه تلویزیونی با رویکردهای جدید پخش شود و حرف تازه ای داشته باشد، کار مثبتی است؛ «تازه شو» عنوان جدید یک برنامه تلویزیونی است که از بیست و پنجم اسفندماه تا بیست و پنجم فروردین ماه به مدت ۲۵ دقیقه روی آنتن شبکه دو سیما می رود. امیر قاسمی، مجری طرح این برنامه می گوید: «مجموعه تازه شو برای تغییر و بسا نگرش مثبت تولید می شود این یک برنامه ترکیبی است و سعی کرده ایم در این برنامه دید مثبتی به جامعه داشته باشیم. شرایط سختی در جامعه داریم که بسیاری از رسانه ها به دنبال نمایش سیاهی از این شرایط سخت هستند، اما برنامه تازه شو می خواهد با توجه به وضعیت اقتصادی، در نوروز ۹۷ نگاه سفیدی به اوضاع جامعه داشته باشد. در برنامه تازه شو از تیم جوانی استفاده کرده ایم و از شعار زدگی و کلیشه ها فاصله گرفتیم؛ معتقد هستیم در برنامه های سیما نباید فقط نقاط سیاه را روایت کنیم و برای روایت درست و سفید سعی کرده ایم از یک تیم جوان استفاده کنیم.» عرفان احتشام، کارگردان جوان این برنامه نیز با بیان اینکه ما در تازه شو قصد داریم حال مردم را تغییر دهیم، تاکید می کند: «ما با این برنامه می خواهیم کمی بیننده را از حال و هوای تحریم ها و سختی های معیشتی بیرون بیاوریم. کلیشه در این برنامه دیده نخواهد شد. یک اتاق فکر قوی حدود یک سال روی این برنامه کار کرده اند و جوان بودن کادر این برنامه یکی از ویژگی های این برنامه خواهد بود؛ تازه شو از شعار زدگی فاصله خواهد داشت. سعی شده برنامه ای تعاملی باشد و با مخاطبان ارتباط داشته باشیم. در این برنامه آیت ها نمایشی و انیمیشن

آگهی مزایده

دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین در نظر دارد چهار قطعه زمین به مساحت های ۴۶/۴۷۶۴، ۶۱۲۵، ۶۲۲۲، ۶۵۵۰ مترمربع واقع در هفت سنگان به پلاک های ۲۲ اصلی از ۴۷۷-۴۷۸-۴۷۹-۴۸۰ فرعی بخش ۵ قزوین را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند. لذا کلیه متقاضیان می توانند با واریز مبلغ ۰۰/۵۰۰ ریال به شماره حساب ۰۰۸۱۳۱۶۰۰۱ نزد بانک ملی به نام دانشگاه آزاد اسلامی قزوین بابت خرید اسناد و یا در دست داشتن اصل فیش به اداره حقوقی دانشگاه واقع در قزوین بلوار نجفیان- بلوار پژوهشگران، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین مراجعه و نسبت به خرید اسناد اقدام نمایند (شماره تماس ۲۷۵۳۶۶۵۲۳۴ داخلی ۵۰۶۲)

محل تحویل اسناد و پاکت پیشنهاد قیمت: دبیرخانه اداره کل حراست واقع در دانشکده صنایع و مکانیک

آخرین مهلت شرکت در مزایده ۱۰ روز از تاریخ درج آگهی می باشد.

تضمین شرکت در مزایده ۰۰/۲۵۰۰۰ ریال می باشد که به صورت واریز به حساب می باشد.

شماره حساب ۰۰۸۵۲۱۳۱۶۰۰۱ نزد بانک ملی به نام دانشگاه آزاد اسلامی قزوین جهت واریز مبلغ تضمین شرکت در مزایده می باشد.

هزینه آگهی بر عهده برنده مزایده می باشد.

دانشگاه در رد یا قبول کلیه پیشنهادات اختیار کامل دارد.

به پیشنهاد های مشروط، مبهم و فاقد سیره ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شرکت در مزایده و دادن پیشنهاد به منزله قبول اختیارات و تکالیف دستگاه مزایده

گزار و آیین نامه معاملات دانشگاه آزاد اسلامی می باشد.

پیشنهاد های واصله باید در دو پاکت جداگانه (الف) حاوی اسناد و مدارک و تضمین

شرکت در مزایده (ب) حاوی پیشنهاد قیمت باشد. در صورت نقص مدارک لازم در

پاکت (الف) از بازگشایی پاکت (ب) خودداری خواهد شد.

روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

سازمان آگهی های روزنامه

فرهنگستان

Advertisement's Organization

تلفن: ۰۲۱) ۶۶۳۴۸۰۴۶-۶۶۳۴۸۰۱۸

فکس: ۰۲۱) ۶۶۳۴۸۰۱۷

ایمیل: a66348018@gmail.com