



میلاد جلیل‌زاده

روزنامه‌نگار

برخورد ناگهانی و غافلگیر کننده ایرانی‌ها به «وی اودی» باعث شده که بسیاری‌شان این سیستم پخش را «آینده رسانه» بدانند. چنین تصویری مقداری عجولانه است و بدلیل تحت تاثیر قرار گرفتن توسط جوی به‌وجود آمده که از برخورد ناگهانی با پدیده‌ای تکنولوژیک ایجاد شده است. اینکه وی اودی، آینده رسانه دانسته شود، یعنی این سیستم ناموارد پخش ویدئو، نه‌تنها یک گسترش در فناوری، بلکه یک تحول فرهنگی به‌حساب بیاید. طبیعتا پیشرفت تکنولوژی وی ابراز و امکانات بیانی هم تاثیر خواهد گذاشت و این خودش یعنی تحولات فرهنگی، اما نه‌تنها این تغییرات لزوما به همان شدتی هستند که عده‌ای از برخی بزرگان ممکن است تصور کنند، بلکه به همان سستی هم نخواهند فکر. با پیش‌بینی می‌شود. فیلم‌های که در سینما خصوصا در هالیوود، راجع به آینده نزدیک بشر ساخته می‌شدد و تصورات غالی از آینده را نشان می‌داد، حالا مشخص می‌کند چقدر به آنچه درواقع قرار است اتفاق بیفتد، بی‌بیط بوده‌اند. به‌طور مثال فیلم «ایده راز» در سال ۱۹۸۲، سال ۲۰۱۹ یعنی همین روزهای که در آن هستیم را پیش‌بینی می‌کرد و چقدر به زندگی امروز ما می‌بشاهت بود. ۳۰ سال پیش با حتی کمتر از آن، شاید به‌هیچ‌وجه نمی‌شد اسرار فضا و امکانات روی گوشی تلفن همراه را با جوی که در جامعه پدید می‌آورد، پیش‌بینی کرد. و دعوی وی گسترش وسایل حمل‌ونقل تا نایک زبادی می‌شد، به‌عنوان مثال در اکثر این فیلم‌ها ماشین‌ها پرواز می‌کردند، حال آنکه طی این سال‌ها در اتومبیل‌ها به‌جز تغییراتی جزئی، تحول بنیادینی رخ نداده است. درباره وی اودی هم باید خودسنزد تر و علمی‌تر نظر داد. آیا این سیستم قرار است جای تلوزیون ملی را تنگ کند؟ آنچه برای وی او دی در مقیاس جهانی رخ داده، این سیستم خصوصی به‌زبان رقیب تلوزیون‌های پابلیک و مجانی، بلکه رقیب تلوزیون‌های کابلی نشان می‌دهد. در ایران تلوزیون کابلی هیچ‌وقت وجود نداشته و ما یکسره با پدیده‌ای به نام وی اودی طرف نشدیم. اما بازار اقتصادی این سیستم پخش موانع گوناگونه عمل می‌کند؟ آیا باید آن را چیزی دانست که مخاطبان به‌طور کل به سمت تلوزیون‌های عمومی و مجانی رفته‌اند. تلوزیون ملی را در خودش می‌بلعد؟ آیا عموم مردم تلوزیون مجانی را رها خواهند کرد و سراغ برنامه‌های پولی می‌روند؟ در سایر نقاط دنیا وضع به چه شکل است؟

۵ **فروش سود اینترنتی چیست؟**

فروش محصولات فرهنگی در زمانه حاضر به این شکل است که اصل سود اقتصادی را می‌توان در ورودی جشن به بازار یا همان آوینتیک ارائه یک کالا به‌دست آورد. به‌مضی اینکه یک آلبوم موسیقی تهیه یک، باید جدا جدا کتر سود ممکن را توسط خریداران مشتاقی که منتظر داندو مجانی آن نمی‌مانند به‌دست آورد. درعین حال، حتی کتاب‌های صوتی و نوشتاری و بسیاری از محصولات دیگر مثل بازی‌های رایانه‌ای یا نرم‌افزارها، چنین وضعیتی وجود دارد. از اینجا به بعد همچنان ممکن است کالاهای فرهنگی به شکلی نتوانند سوددهی اقتصادی داشته باشند، اما بحث آن پیچیده‌تر خواهد‌شد. درمورد موسیقی می‌شود گفت تقریبا هیچ‌کدام از موزیک‌های دنیا با حساب کردن روی فروش از طریق انتشار اینترنتی ساخته نمی‌شوند؛ این هم شامل رادیو می‌شود و به‌طور تلوزیون. درعین حال تلوزیون‌ها و رادیو‌ها به مقدار مشابهی موسیقی را آگاهی همراه با کلیپ‌های تصویری پخش می‌کنند. کسی که پیش می‌آید به این کیس پول بپردازد تا یک کلیپ را در تلوزیون بباید و وی اودی بیند.

۵ **سه راه کسب درآمد تلوزیون‌ها دنیا**

اما بحث فیلم و سریال و همین‌طور مستند تا کاشک‌های تلوزیونی متفاوت است. برای کسب درآمد از طریق تانیم برنامه‌ها یا فیلم‌های تلوزیونی، سه راه عمده وجود دارد:

۱- فروش محصول به تماشاگران (مانند تلوزیون‌های کابلی ووی اودی).

فرهنگ

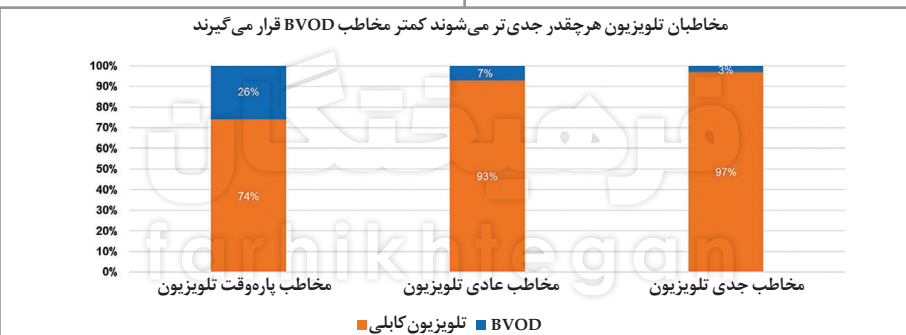
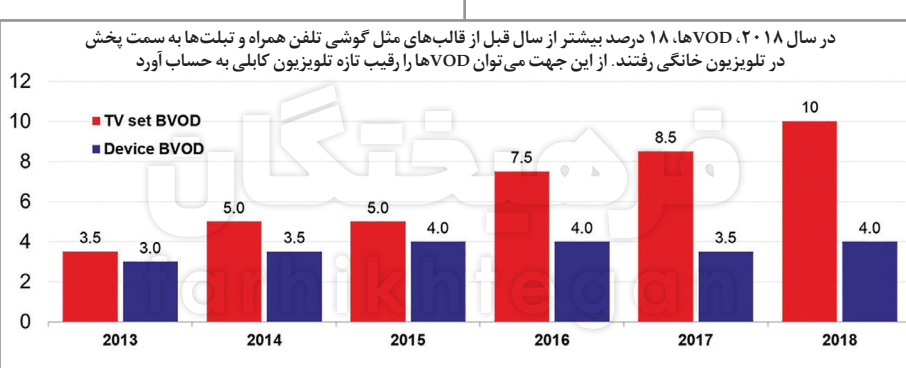
عصر حاکمیت جادوی سرگرمی بر تلویزیون‌ها

پربیننده‌ترین تلویزیون‌های بزرگ دنیا در حاکمیت «سرگرمی» است. موج واگذاری «پیام» به «سرگرمی» به ایران هم رسیده. آیا مدیران تلویزیون ایده‌های دارندهٔ «فره‌نختمان» به‌زودی این پرونده را بررسی خواهند کرد

۲- ارائه تبلیغات بازرگانی همراه با ارائه محصولات فرهنگی (گاهی به‌جای پخش آگهی، از نمایش یک محصول در فیلم یا برنامه استفاده می‌شود).
۳- تأمین بودجه ساخت اثر از طریق منابع عمومی (مالیات‌دهندگان یا ذخایر ملی).
فیلم‌های روش اول تنها توسط بنگاه‌های خصوصی انجام می‌شود، روش دوم می‌تواند هم توسط دولت‌ها و هم بنگاه‌های خصوصی پیاده شود و روش سوم غالبا توسط دولت‌ها یا نهادهای عمومی بالادستی قابل اجراست.

۵ **شیوه کسب درآمد تلویزیون‌ها در دنیا**

کشورهای مختلف جهان ممکن است به‌لحاظ زیربنایی از سیاست‌های متفاوتی بپروی کنند که این را خصوصی یا دولتی بودن پروسه تولید محصولات فرهنگی هم ارتباط پیدا می‌کند؛ اما به‌طور کل در هیچ‌جای جهان، حتی کشورهای طرفدار اقتصاد بازار، تلویزیون‌های عمومی به‌طور کل تعطیل نشده‌اند زیرا این کانال‌ها به‌لحاظ سیاسی و اجتماعی کارکردهایی دارند که وجودشان را حتی در کنار کانال‌های خصوصی و تجاری، ضروری می‌کند. به‌طور مثال آمریکا که قلب سرمایه‌داری در دنیا و صاحب گسترده‌ترین شبکه‌های دی در مقیاس جهانی است، در این زمینه به‌طور رقیب تلوزیون‌های پابلیک و مجانی، بلکه رقیب تلوزیون‌های کابلی نشان می‌دهد. در ایران تلوزیون کابلی هیچ‌وقت وجود نداشته و ما یکسره با پدیده‌ای به نام وی اودی طرف نشدیم. اما بازار اقتصادی این سیستم پخش موانع گوناگونه عمل می‌کند؟ آیا باید آن را چیزی دانست که مخاطبان به‌طور کل به سمت تلوزیون‌های عمومی و مجانی رفته‌اند. تلوزیون ملی را در خودش می‌بلعد؟ آیا عموم مردم تلوزیون مجانی را رها خواهند کرد و سراغ برنامه‌های پولی می‌روند؟ در سایر نقاط دنیا وضع به چه شکل است؟



مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

مخاطبان تلوزیون هرچقدر جدر تی می‌شوند کمتر مخاطب BVOOD قرار می‌گیرند

پنجشنبه ۱۶ آبان ۱۳۹۸ شماره ۲۹۰۰

۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

پنجشنبه ۱۶ آبان ۱۳۹۸ شماره ۲۹۰۰

۱۳

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

ادامه از صفحه ۱۲



و سایر رسانه‌های الکترونیکی است که رسالت اصلی‌شان خدمات عمومی است. در بیشتر نقاط جهان بودجه این نوع شبکه‌ها از طریق دولت تأمین می‌شود. در ایالات متحده، پخش کنندگان عمومی ممکن است از منابع فدرال و ایالتی بودجه دریافت کنند، اما عموما بیشترین کسک مالی توسط پناهندا و صنوف، از مغازه‌های کوچک گرفته تا شرکت‌ها و همچنین کمک‌های مخاطبان از طریق رادیوهای تعهد تأمین می‌شود. بسیاری از این کانال‌های مجانی در آمریکا، به‌عنوان دیگری نوع عمومی یا همان پابلیک شامل رادیو، تلویزیون

موضوعی سیاسی تبدیل شده است؛ همان‌طور که در انگلیس چنین بود، NHK همواره از بینشگران ناووری تکنیکی در تلوزیون‌های جهان بوده و اولین فناوری تلوزیونی با کیفیت بالا در جهان را در سال ۱۹۶۴ توسعه داده و خدمات را ۱۹۸۱ را در ژاپن ارائه‌داری کرده است.

موضوعی سیاسی تبدیل شده است؛ همان‌طور که در انگلیس چنین بود، NHK همواره از بینشگران ناووری تکنیکی در تلوزیون‌های جهان بوده و اولین فناوری تلوزیونی با کیفیت بالا در جهان را در سال ۱۹۶۴ توسعه داده و خدمات را ۱۹۸۱ را در ژاپن ارائه‌داری کرده است.

موضوعی سیاسی تبدیل شده است؛ همان‌طور که در انگلیس چنین بود، NHK همواره از بینشگران ناووری تکنیکی در تلوزیون‌های جهان بوده و اولین فناوری تلوزیونی با کیفیت بالا در جهان را در سال ۱۹۶۴ توسعه داده و خدمات را ۱۹۸۱ را در ژاپن ارائه‌داری کرده است.

موضوعی سیاسی تبدیل شده است؛ همان‌طور که در انگلیس چنین بود، NHK همواره از بینشگران ناووری تکنیکی در تلوزیون‌های جهان بوده و اولین فناوری تلوزیونی با کیفیت بالا در جهان را در سال ۱۹۶۴ توسعه داده و خدمات را ۱۹۸۱ را در ژاپن ارائه‌داری کرده است.

موضوعی سیاسی تبدیل شده است؛ همان‌طور که در انگلیس چنین بود، NHK همواره از بینشگران ناووری تکنیکی در تلوزیون‌های جهان بوده و اولین فناوری تلوزیونی با کیفیت بالا در جهان را در سال ۱۹۶۴ توسعه داده و خدمات را ۱