

فرهنگ

پلتفرم‌های شبکه نمایش خانگی پس از چند تولید مورد توجه مخاطب، هزینه اشتراک را ۱۰ درصد گران کردند

همگناه در سوءاستفاده همرفیق در افزایش هزینه

افزایش قیمت کالا با خدمات در جامعه ما از نازهای نیست. در یکسال اخیر این افزایش در حوزه‌های مختلف به حد بالا و آزاردهنده‌ای رسیده است. افزایش قیمت کالا با خدمات فرهنگی نیز از این قاعده مستثنا نیست. درحالی که رسانه‌های رسمی و مسئولان دولتی و غیردولتی از مردم خواستند و همچنان می‌خواهند از خانه بیرون نمانند و خوشدشان را با دیدن و شنیدن برنامه‌های جذاب یا خواندن کتاب سرگرم کنند، اما در هفته گذشته خبر افزایش تعرفه دو پلتفرم داخلی فیلیمو و نماوا موجب آوار بود. این دو پلتفرم، با وجود اختلاف ظاهری با چندین پیش طی یک حرکت گاملا هماهنگ، هزینه اشتراک خود را

بیش از دو برابر افزایش دادند و به‌عبارت دیگر، از ۲۵ هزار تومان برای یک‌ماه به ۵۹ هزار تومان برای هفت‌ماه رساند. افزایش دادند که با احتساب مالیات پرداختی، به رقم ۶۲ هزار و ۳۱۰ تومان رسیدیم! فراموش نکردیم‌بیش از یکسال است در جهت درآمدگان که دو سواست که در سال‌های گذشته با هدف حمایت بیشتر از تولید و دست‌اندرکاران آن، هزینه اشتراک خود را یک‌سده کاهش دادند. اما در این مساله ورود جدید و میدان را برای حضور و فعالیت پلتفرم داخلی آماده کردند. حالا با میدانی که به‌صورت انحصاری به این دو سواست بخش فیلم و سریال داده شد، شاهدیم‌به‌رافت‌ان انحصاری دیگر در رسانه‌های نماوا و فیلیمو بدون رعایت حق کننی‌راث آثار خارجی این محصولات دوبله کرده‌و حتی دادست‌مردن به محتوای اصلی در داخل پلتفرم خود به اشتراک می‌گذارند و حالا قصد دارند برای فعالیت تمام‌عراقولتی خود مبلغ بسیار بالایی را ماهانه از کاربران دریافت کنند. این اتفاق درحالی‌افزایش هزینه‌ها را با ساختن سریال‌هایی مانند «دادستان» و «روزهای ابدی»، عملاً قافیه را به شبکه نمایش خانگی باخته و مخاطبش را ودوستی تقدیم‌رسانه‌های دیگر کرده است. ازسوی دیگر اقبال فوق‌العاده مردم در سال گروایی به شبکه نمایش خانگی باعث شده مدیران این رسانه‌ها، به‌جای هم‌راهی و درک شرایط جامعه و مردم به فکر دریافتی بیشتر از آنها باشند و البته که در این میان و مانند همیشه، بازنده مردمان. افزایش دوبرابری این تعرفه‌ها سرورسده‌های زیادی در فضای مجازی‌راه انداخت و نوبت‌ها به کامت‌های زیادی در مخالفت این تصمیم منتشر شد که اثر کثیر آن‌ها این‌پلتفرم‌ها یا نمونه‌های خارجی قباس می‌گردند و گروهی دیگر این تصمیم را سوءاستفاده از وضعیت مردم و جامعه می‌دانستند و البته جمعی هم معتقد بودند که هزینه‌های ساخت سریال بالا‌تره و بالا‌تره‌ها در این ضربه کوبیده شده‌اند. هزینه‌های باسگی حده مردم را فیلیمو یا صیغینو سوالات و ابهامات بیشتری را به‌وجود آورد. در گزارش پیش‌وپی‌شده به دلایل و درستی و نادرستی استدلال‌های این افزایش بریزدازیم و همچنین مقایسه‌ای کنیم‌ببین آنچه در خارج از ایران بر تعرفه‌های پلتفرم‌ها می‌گذرد با وضعیت داخل کشورمان.



سیدمحمد موسوی‌نبار

روزنامه‌نگار

بیش از دو برابر افزایش دادند و به‌عبارت دیگر، از ۲۵ هزار تومان برای یک‌ماه به ۵۹ هزار تومان برای هفت‌ماه رساند. افزایش دادند که با احتساب مالیات پرداختی، به رقم ۶۲ هزار و ۳۱۰ تومان رسیدیم! فراموش نکردیم‌بیش از یکسال است در جهت درآمدگان که دو سواست که در سال‌های گذشته با هدف حمایت بیشتر از تولید و دست‌اندرکاران آن، هزینه اشتراک خود را یک‌سده کاهش دادند. اما در این مساله ورود جدید و میدان را برای حضور و فعالیت پلتفرم داخلی آماده کردند. حالا با میدانی که به‌صورت انحصاری به این دو سواست بخش فیلم و سریال داده شد، شاهدیم‌به‌رافت‌ان انحصاری دیگر در رسانه‌های نماوا و فیلیمو بدون رعایت حق کننی‌راث آثار خارجی این محصولات دوبله کرده‌و حتی دادست‌مردن به محتوای اصلی در داخل پلتفرم خود به اشتراک می‌گذارند و حالا قصد دارند برای فعالیت تمام‌عراقولتی خود مبلغ بسیار بالایی را ماهانه از کاربران دریافت کنند. این اتفاق درحالی‌افزایش هزینه‌ها را با ساختن سریال‌هایی مانند «دادستان» و «روزهای ابدی»، عملاً قافیه را به شبکه نمایش خانگی باخته و مخاطبش را ودوستی تقدیم‌رسانه‌های دیگر کرده است. ازسوی دیگر اقبال فوق‌العاده مردم در سال گروایی به شبکه نمایش خانگی باعث شده مدیران این رسانه‌ها، به‌جای هم‌راهی و درک شرایط جامعه و مردم به فکر دریافتی بیشتر از آنها باشند و البته که در این میان و مانند همیشه، بازنده مردمان. افزایش دوبرابری این تعرفه‌ها سرورسده‌های زیادی در فضای مجازی‌راه انداخت و نوبت‌ها به کامت‌های زیادی در مخالفت این تصمیم منتشر شد که اثر کثیر آن‌ها این‌پلتفرم‌ها یا نمونه‌های خارجی قباس می‌گردند و گروهی دیگر این تصمیم را سوءاستفاده از وضعیت مردم و جامعه می‌دانستند و البته جمعی هم معتقد بودند که هزینه‌های ساخت سریال بالا‌تره و بالا‌تره‌ها در این ضربه کوبیده شده‌اند. هزینه‌های باسگی حده مردم را فیلیمو یا صیغینو سوالات و ابهامات بیشتری را به‌وجود آورد. در گزارش پیش‌وپی‌شده به دلایل و درستی و نادرستی استدلال‌های این افزایش بریزدازیم و همچنین مقایسه‌ای کنیم‌ببین آنچه در خارج از ایران بر تعرفه‌های پلتفرم‌ها می‌گذرد با وضعیت داخل کشورمان.

اصلا چی شد؟

ایلپیکشن‌های ایرانی از آمار ۴۸۰ ایلپیکشن در سال ۱۳۹۲، اکنون به بیش از ۲۵۰ هزار ایلپیکشن رسیده‌اند و در این بین، ایلپیکشن‌های سرگرم‌کننده، طرفداران بیشتری دارند. اولین اسفند سال گذشته با جدی‌شدن بحث ورود کرونا به ایران و درخواست از مردم برای ماندن در خانه، بازار این پلتفرم‌ها داغ شد و مخاطبان شان افزایش بیش از ۵۰ درصدی پیدا کردند. با توجه به همکاری وزارت ارتباطات و وزارت فرهنگ و ارشاد، دانش‌آموزان ایلپیکشن‌های سبیمانی در این پلتفرم‌ها رایگان بود و طرح هر روز یک فیلم سبیمانی، نیز در فروردین ماه اجرایی شد. این تکت‌ها تبدیل به سودسرد شد؛ آنقدر سریع‌تر که در ۲۹مهرماه، گرگان آنلاین از یک گیج‌کنسی حواسش به طرح‌های نیمه‌کاره ارشاد و ارتباطات نبود. از آن سوبپلتفرم‌ها هم با ارائه خدمات ویژه و امتیازات مختلف به بینندگان‌شان سعی در جذب حداکثری آنها و القای هم‌راهی‌شان در شرایط سخت ماندند. رابطه نسبتاً خوبی بین پلتفرم‌ها و مخاطبان شکل گرفته بود و کسی هم حواسش نبود که در این میان، فیلیمو و نماوا اول هم جدا شدند و هر کدام را خوشدشان را رفتند و دلیل این جدایی هم هیجوت اعلام شد.

فیلیمو متعلق به هولدینگ مسایله بوده که سیات آبی‌رات نیز زیرمجموعه آن است. کاربران این سایت اگر برای استفاده فیلم‌ها از اینترنت‌های پارس‌آنلاین، مخابرات، آسیاتک، های‌وب، دانک، مینیت و… می‌استفاده کنند، حجم مصرفی برای آن محاسبه نمی‌شود و حجم مصرفی برای کاربران ایرانسل نیز نصف قیمت است. نمایان‌ترین متعلق به شرکت «سرمزین شاتل»، زیرمجموعه گروه شرکت‌های شاتل اگروه فناوری ارتباطات و اطلاعات و اطلاعات شاتل است. کاربران این سایت اگر برای نمایش‌های اینترنت‌های شاتل یا پارس‌آنلاین، مخابرات، آسیاتک، های‌وب، دانک و مینیت استفاده کنند، حجم مصرفی برای آن محاسبه نمی‌شود و حجم مصرفی برای کاربران ایرانسل نیز نصف قیمت است.

نمایان‌ترین متعلق به شرکت «سرمزین شاتل»، زیرمجموعه گروه شرکت‌های شاتل اگروه فناوری ارتباطات و اطلاعات و اطلاعات شاتل است. کاربران این سایت اگر برای نمایش‌های اینترنت‌های شاتل یا پارس‌آنلاین، مخابرات، آسیاتک، های‌وب، دانک و مینیت استفاده کنند، حجم مصرفی برای آن محاسبه نمی‌شود و حجم مصرفی برای کاربران ایرانسل نیز نصف قیمت است.

فیلیمو متعلق به هولدینگ مسایله بوده که سیات آبی‌رات نیز زیرمجموعه آن است. کاربران این سایت اگر برای نمایش‌های اینترنت‌های شاتل یا پارس‌آنلاین، مخابرات، آسیاتک، های‌وب، دانک و مینیت استفاده کنند، حجم مصرفی برای آن محاسبه نمی‌شود و حجم مصرفی برای کاربران ایرانسل نیز نصف قیمت است.



چارسو

میربافوری یک علامه است

رحمان بابایی، بازیگر تلویزیون در گفت‌وگو، آشنسین خاطراتی از سریال‌های ساخته شده داود میربافوری بیان کرده است. وی در مجموعه تلویزیونی «امام علی (ع)» نقش عثمان بن حنیف و در سریال «مختارنامه» نقش پیام‌آوران مختار را بازی می‌کرد. او در پاسخ به سوالاتی مبنی بر اینکه چرا سریال «امام علی (ع)» مانگاری می‌شد، گفت: «مختارنامه قوت این کار و «مختارنامه» آقای میربافوری است؛ واقعاً به‌عنوان یک علامه در راستای بین و شناخت کامل از اسلام رفتار می‌کند. هر بار که یاد سکناس‌های این دو کار می‌افتم به خودم می‌بالم که سعادتی تصمیم در، اول در سریال «گرگ‌ها» با ایشان همکاری کردم و بعدا سریال «امام علی (ع)» و «مختارنامه» به من پیشنهاد شد. الان هم ارزه کردم که در «سلمان فارسی» هم بتوانم جلوی دوربین این کارگردان کاربند و خوش‌فکر بیروم.

ایشن بازیگر با دگر خاطراتی از حضورش در سریال «امام علی (ع)» گفت: «واقعاً سریال‌های مثل «امام علی (ع)» و «مختارنامه» با ریاضت و سختی فراوانی ساخته شدند. یاد می‌آید آقای میربافوری سر این سریال‌ها نقش زیر فشار بودند که نزدیک بود خدای ناکرده چشم‌شان را از دست بدهند. فیلیم‌دار و تهیه‌کننده بیامر شدند. برای من در سکناس معروف کوفه لحظه عجیب و غریبی اتفاق افتاد. آنقدر وارد شخصیت شده بودم که فکر می‌کردم الان یک مجرم را از سولوا می‌برایم تا دریافت می‌کنم. چون در آن لحظه و سکناس سریال، شخصیت عثمان بن حنیف به‌عنوان سفیر حکمی از حضرت می‌گیرد و اقفا در آن لحظه تمام وجودم می‌زیزد و حال غریبی داشتم. دوست‌م رام این حال و احوال که با یار در آن‌سان ایجاد می‌کند و بازیگر هم دوست‌م دارد چنین لحظه‌هایی در کارها برایش اتفاق بیفتد. لحظه‌های که از زمین جدا

نشانه ۹۱سند ۱۳۹۹ شماره ۲۳۶۶

۱۲

ادامه از صفحه ۱۲



خدا را شکر، آقای شکوری!

هفته گذشته، محمد جواد شکوری، مدیرعامل شرکت صبا ایده که فیلیمو زیرمجموعه آن است در گفت‌وگو با «صبح نو» و در پاسخ به انتقاد مطرح شده درخصوص افزایش تعرفه خود، «مارکت ما بازار را مخاطب انتخاب می‌کند. اینکه مخاطب همشهری در این اینترنتوفی، حقوق ماهانه را ملاک قرار داده و به طرح یک سوال پرداخته است؛ اینکه اگر میانگین حقوق در ایران و آمریکا را شاخص قرار دهیم ایران‌ها با آمریکا‌ها چقدر از درآمد خود آزادتر ارتباطات و وزارت فرهنگ و ارشاد، دانش‌آموزان ایلپیکشن‌های سبیمانی در این پلتفرم‌ها رایگان بود و طرح هر روز یک فیلم سبیمانی، نیز در فروردین ماه اجرایی شد. این تکت‌ها تبدیل به سودسرد شد؛ آنقدر سریع‌تر که در ۲۹مهرماه، گرگان آنلاین از یک گیج‌کنسی حواسش به طرح‌های نیمه‌کاره ارشاد و ارتباطات نبود. از آن سوبپلتفرم‌ها هم با ارائه خدمات ویژه و امتیازات مختلف به بینندگان‌شان سعی در جذب حداکثری آنها و القای هم‌راهی‌شان در شرایط سخت ماندند. رابطه نسبتاً خوبی بین پلتفرم‌ها و مخاطبان شکل گرفته بود و کسی هم حواسش نبود که در این میان، فیلیمو و نماوا اول هم جدا شدند و هر کدام را خوشدشان را رفتند و دلیل این جدایی هم هیجوت اعلام شد.

فیلیمو متعلق به هولدینگ مسایله بوده که سیات آبی‌رات نیز زیرمجموعه آن است. کاربران این سایت اگر برای نمایش‌های اینترنت‌های شاتل یا پارس‌آنلاین، مخابرات، آسیاتک، های‌وب، دانک، مینیت و… می‌استفاده کنند، حجم مصرفی برای آن محاسبه نمی‌شود و حجم مصرفی برای کاربران ایرانسل نیز نصف قیمت است.



ببین کار تو، آقای تلویز یون

مسئسن محسنی نسب، تهیه‌کننده کارگردان سینما در گفت‌وگو با مهر با اشاره به اینکه متأسفانه به دلیل شیوع ویروس کرونا بسیاری از پروژه‌های سینمایی متوقف شده است، گفت: «پروژه سینمایی «ملاقات» به دلیل شیوع ویروس کرونا متوقف شده‌اند، اما به نفع شبکه نمایش خانگی خالی کرد. هنوز زمان زیادی از بخش سریال‌های «خیابان خلوت» ن گذشته و یک‌سده است که شبکه‌های تلویزیونی برای کردن اوقات فراغت مردم با یکدیگر رقابت داشتند، این شبکه‌های داخلی و خارجی دیگر به عبارت دیگر، صداسویما بازی ۴ هیچ برده وای به او دی‌ها باخته است و تغییر نتیجه از طریق قانون هم چندان جذاب و اخلاقی نیست و هرچند در اما وقتش رسیده که تصمیم مقتدرانه بپزیریم و بپذیریم و بسپردن سریال‌ها به دوستان ظاهر مستفکر و همراه دست بردار و کیفیت اثر را بر موارد دیگر ترجیح دهیم.

قطعاً یکی از دلایل قدرت‌نمایی و انحصارگرایی پلتفرم‌ها داخلی، ضعف و انفعال تلویزیون در سال‌های اخیر بوده و تجربه نشان داده که یک سریال چند، هم مراتب بیشتر از یک شبکه متوسط، اثر داشته و مخاطب جذب کرده است. شاید شبکه نمایش خانگی به خودش حق بدهد که اوقات فراغت و سرگرمی مردم را در حضور خواب‌آلوده صداسویما هم به‌گروگان بگیرد و بابت تولیداتی که از وظایف اصلی اش مستطاب پول بیشتری کند. کسی خواب‌رسانه قوی نیست. هم صداسویما باید قدرتمندتر باشد. هم شبکه نمایش خانگی. رقابت هم باید بین آنها جوانسردانه باشد، نه از طریق وزارتخانه‌ها و مجلس و طرح‌های فشاری. حالا و در این شرایط معلوم شد که گوشت قربانی دعوائی من صداسویما و وی‌اودی‌ها، قطع فرم هستند.

ادامه در صفحه ۱۳

نشانه ۹۱سند ۱۳۹۹ شماره ۲۳۶۶

۱۳

ادامه از صفحه ۱۲

فرهنگ

پلتفرم‌های خارجی

حالا که مدیران پلتفرم‌های داخلی و مخاطبان، پای پلتفرم‌های خارجی را به مساله افزایش قیمت‌ها باز کرده‌اند بد نیست نگاهی بیندازیم به وضعیت و تعرفه‌های مهم‌ترین آنها.

نتفلیکس

این شرکت در سال ۱۹۹۷ راه‌اندازی شده و در آن سال ماه نتفلیکس فعالیتش را با ارسال پستی DVD آغاز کرد و بعد‌ها با گسترش فعالیت خود، سرویس پخش آنلاینش را نیز راه‌اندازی کرد و در اولین و مهم‌ترین اقدام در تولید محتوایش، سریال «خانه پوشاری» را تهیه کرد که باعث شهرت فراوان این کمپانی شد. هم‌اکنون نتفلیکس فیلم‌ها و سریال‌های زیادی را در سراسر جهان تولید می‌کند و از چنان قدرت و نفوذی برخوردار است که به آن لقب «عول رسانه آنلاین» داده‌اند. پلن استاندارد نتفلیکس که به مشترکان اجازه می‌دهد تا به‌صورت همزمان روی دو نمایشگر، فیلم‌ها و سریال‌ها را تماشا کنند، اکنون یک دلار گران‌تر شده و به‌جای ۱۳ دلار ماهانه، به قیمت ۱۴ دلار فروخته می‌شود. پلن استاندارد نتفلیکس همچنین امکان دسترسی مخاطبان به محتوای‌های HD این شبکه را فراهم می‌کند. از سوی دیگر، گران‌ترین پلن نتفلیکس که برنامو نام دارد، با افزایش قیمت ۲ دلاری مواجه شده و از این به بعد با قیمت ۱۸ دلار ارائه می‌شود. پلن پریمیوم به کاربران اجازه می‌دهد تا همزمان روی چهار دستگاه و با کیفیت Ultra HD به تماشای فیلم و سریال بپردازند. نتفلیکس قیمت پلن پایه خود را تغییر نداده و همچنان با قیمت ۹ دلار آن را ارائه می‌کند. افرادی که این پلن را تهیه کنند فقط می‌توانند روی یک دستگاه به استریم فیلم و سریال بپردازند و همچنین از کیفیت HD محروم خواهند بود.

آمازون پریمو

شرکت آمازون، درحال حاضر یکی از بزرگ‌ترین و ثروتمندترین شرکت‌های حوزه IT به‌شمار می‌رود و میلیون‌ها کاربر در سراسر جهان دارد. سرویس ویدیویی این شرکت نیز سال‌هاست فعالیت خود را آغاز کرده و با پیشنهاد مبلغ حق عضویت ۹۹٫۹۹ دلار، بازه گسترشده‌ای از محتوا گرفته تا رایگان شدن هزینه ارسال برخی از محصولاتش به صورت محدود را در اختیار مشترکان قرار می‌دهد. آمازون طی چند سال اخیر فیلم‌ها و سریال‌های را محبوبی را در سرویس ویدیویی خود ارائه کرده و قبض سرخشتی برای نتفلیکس محسوب می‌شود. این پلتفرم برای هزینه اشتراک پریمیوم ماهانه خود ۱۲۹٫۹۹ دلار و هزینه سالانه‌اش ۱۱۹ دلار در نظر گرفته و پیش‌پاشش با ۸۹٫۹۹ دلار است که به ویدیوی معمولی اختصاص دارد. اجناس ثابت بداند؛ اگر که شما فیلیماسز باشد و بخواهید از طریق سرویس TVOD محصول خودتان را در آمازون ۵۰ درصد آمازون ۵۰ درصد مبلغ دریافت شده از مشتری را به خود اختصاص می‌دهد و ۵۰ درصد دیگر با شما پرداخت می‌کند.

HBO NOW و HBO GO

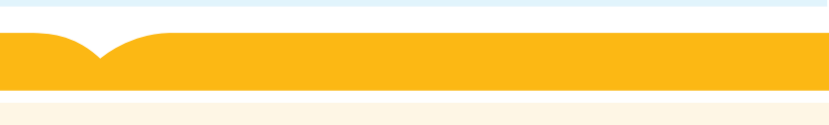
HBO یکی سریشات ۳ سرویس پخش ویدئو آنلاین ایجاد کرده تا آنها بتوانند محتوای شبکه را از طریق اینترنت تماشا کنند. البته هزینه پرداخت شده توسط مشتری برای شبکه مذکور تفاوتی با سرویس آنلاین ندارد و با همانند پلن سرویس می‌توانند با پرداخت هزینه، محصولات ارشدتر این شبکه‌ها مانند سریال محبوب «تاج و تخت» را به صورت آنلاین تماشا کنند. پرداخت هزینه ۱۲۹٫۹۹ دلار در ماه، باعث می‌شود که سرویس ویدیویی آنلاین HBO در دسته آثار گران‌قیمت قرار بگیرد. این شبکه باوجود اینکه سریال‌های غنی و جذابی دارد اما گران بودنش از ضعف آن محسوب می‌شود.

دیزنی پلاس

دیزنی پلاس، پلتفرم جدید جریان دیزنی است که در اواخر سال ۲۰۱۹ در آمریکا راه‌اندازی شد. این برنامه یک‌رحله‌ای برای برنامه‌های دیزنی، پیکسار، ستارگان جنگ، مارول و نشنال جئوگرافیک است. و احتمالاً سهم بزرگی را در سهم آنلاین خود قرار خواهد داد. درحال حاضر، دیزنی پلاس فقط در آمریکا ۶۹/۹۹ دلار در ماه یا ۹۹/۹۹ دلار در سال هزینه دارد. فقط یک‌ریف قیمت گذاری در این پلتفرم وجود دارد، به این معنی که هر مشتری همان محتوا دریافت می‌کند و برای آنها کیفیت حداکثر ۴۴ با وضوح تصویر HDR برای فیلم‌ها و نمایش‌های سازگار بدون تلیپات بخش می‌کند. دیزنی گریج از آن خرید می‌کند اما از خرید Fox Century ۲۱ است که در سال ۲۰۱۷ آغاز شد. در اولین سال ۲۰۱۹ که ۴۰ درصد سهم شرکت Hulu را نیز داشت، ۳۰ درصد از سهام خود را در Hulu به ۶۰ درصد افزایش داد. سپس دیزنی سهم ۹/۵ درصدی سهام را از AT&T خریداری کرد، درحالی‌که Comcast موفقیت کنترل خود را در هولو به دیزنی واگذار کند و با مالکیت آن رسد، که در سال‌های آینده بزرگ‌ای می‌شود، کنترل شود.

نتفلیکس

این شرکت از سال ۲۰۰۸ به بعد به‌صنوعی شکل گرفته است و بخش‌های مختلفی از سرویس آنلاین جذب مخاطب تلویزیونی خود را در اختیار دارد. از جمله درگاه آنلاین مجزایه Hulu Plus دارد. با داشتن یک بستر سرور مرکزی Hulu برای فیلم‌های تلویزیونی، فیلم‌ها و موارد دیگر و ارتباط نزدیک با بخش کنندگان اصلی ایالات متحده که از محتوای برجسته این سرویس بازدید می‌کنند نیز قابل دسترسی است. این اولین طرح تجاری گذرایی هولو با ۹۹ دلار در هر ماه همراه تبلیغات است. برای خلاص‌شدن از شر آگهی‌های تجاری حین نمایش، باید در برنامه ماهانه ۱۱۹٫۹۹ دلاری مشترک شوید، هرچند تعداد معدودی از برنامه‌ها از هنوز تبلیغات گاه‌وبیگاه دارند. همچنین هزینه‌هایی برای اضافه کردن کاتال‌های تلویزیونی زنده با قیمت کلی ۹۹/۹۹ دلار در هر ماه با اضافه کردن تبلیغات شوبینگ به HBO یا Cinemax با افزایش ۱۰۰۱۵ دلار وجود دارد. نکته جالب دیگر درباره این دو شرکت، گزینه پویستند دیزنی پلاس و هولو با یکدیگر است. دیزنی بسته‌ای مشترک را شامل دیزنی پلاس، ESPN و Hulu با قیمت ۱۲۹٫۹۹ دلار ارائه کرده که همان قیمت حق بیمه برنامه Netflix برای سه کتابخانه محتوای مجزا و لیف گسترده‌ای از تلویزیون ایالات متحده است.



شکست ۱۳ میلیون دلاری خواننده آمریکایی در انتخابات ریاست جمهوری

کاتینه وست، خواننده موسیقی که در انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا شرکت کرده بود، بیش از ۱۲ میلیون دلار از بودجه شخصی خود را برای تبلیغات ناموفقش خرج کرده است. به گزارش فارس و به نقل از هالیوود ریپورتر، گزارش‌های NBC نشان داد که کم‌سازرات انتخاباتی کاتینه وست ۷۵ میلیون دلار برای گرفتن رای از ناانت‌های مختلف، ۵۴۴ ۲۱ دلار برای یک تبلیغ دو صفحه‌ای در نیویورک تایمز یک هفته قبل از انتخابات و ۹۱۸۱۳۰ دلار برای لباس تبلیغات در روز انتخابات هزینه داشته است.

با این حساب کاتینه وست بیش از ۱۲ میلیون دلار از بودجه شخصی خود را برای تبلیغات ناموفق ریاست‌جمهوری خرج کرد. سراسر گزارش‌های انتخاباتی فدرال، کاتینه وست ۱۲۲ میلیون دلار از جمله تقریباً ۱۲/۵ میلیون دلار از پول خود برای مبارزات انتخاباتی ناموفق خود در انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۲۰۲۰ خرج کرد. این رقم ۲۳ ساله در ۴ جولای وارد رقابت ریاست‌جمهوری آمریکا شد، همن چیزی که در ابتدا بسیاری فکر می‌کردند یک اقدام تبلیغاتی مفصل است. این شروع به کارزار انتخاباتی با هشتک Vision+ ۲۰۲۰ و President «Ye for کبود، و تحت عنوان جشن تولد در این دوره نیز در نظر گرفته می‌شود و یکی از گریبسی از سیاست‌های محافظه‌کارانه طرفدار زندگی مسیحیان، دفاع قدرتمند و اصلاحات عدالت کفبری بود. «کاتینه وست» بلافاصله پس از اعلام مزودی، به سرعت مزود تأیید «ایلان ماسک» رئیس تسلا، قرار گرفت. او در «همچنین شکست بیشتر از ۲ میلیون دلار کم‌های خارجی جمع کرد.



به نمایش عمومی درنیامده‌اند و همین وضعیت باعث می‌شود که فیلیماسزان تکران تولید فیلم‌های خود باشند چراکه شرایط مناسب برای اکران وجود ندارد.

تختی تنها در چند ایالت وارد آفری می‌گردد و فقط ۶۶۰۰۰ رای در سطح ملی به‌دست آورد. «همچنین شکست بیشتر از ۲ میلیون دلار کم‌های خارجی جمع کرد.