


سید مهدی موسوی نیار

خبرنگار گرو و فر هنگ

آزاده سال گذشته بود که تلویزیون، پلنفرم صداسویما بخش تلوهایی با عنوان «تلویزیون پلاس» را به مجموعه خود اضافه کرد. بخت تلاده کی فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی و خارجی را رایگان در اختیار مخاطبان قرار می‌داد و بخش فیلم‌های «درخت گردو» و «منصور» در ماه‌های گذشته از نمونه‌های بارز عملکرد آن بخش بود. بسیاری از اهالی رسانه و فرهنگ راه‌اندازی بختی پلاس تلویزیون را اعلان جنگ علنی با پلنفرم‌های خصوصی دانستند و گذشت زمان و عملکرد تلویزیون این فرضیه را اثبات کرد. استدلال‌های قابل ناملی مانند تعارض منافع و حضور بخشی دولتی در یک رقابت

نه، این قرارمون نبود

«انحصاری صورت نگرفته و تنها کار سنتی سازمان به‌روز شده است. درواقع آرشویو که با پرداخت دولتی ساخته شده و مردم پیش از این پوله‌اش را داده‌اند، این بار با کیفیت بالاتر از تلویزیون پلاسی بختی می‌شود. اینها محبت‌هایی است که توسط مسئولان وقت صداسویما و تلویزیون بیان شده و دلیل رایگان بودن اشتراک تلویزیون را هم، این عامل معرفی کرده بودند. این استدلال بعدها هم توسط مدیران بعدی تکرار شده؛ استدلالی که با بخشی فیلم‌های سینمایی «منصور» و «درخت گردو» و تیزر مسابقاتی مانند «آوای جادویی»، رنگ باخت و نشان داد که از ابتدا چنین قراری نبوده است. اگر به بخشی پلاس تلویزیون دیده‌خواید که صحنه‌ای برای فیلم‌های سینمایی تدارک دیده شده و در آنها اسامی فیلم‌هایی را می‌بینید که ۱۰۰ سال آینده هم نمی‌تواند از تلویزیون بختی شود. فیلم‌هایی که هرکدام به دلالی مانند حضور بازیگرانش در خارج از کشور یا کشف

هورا! تیم فدراسیون قهرمان شد...

بایبیم خوش‌بین باشیم و بگویم که تلویزیون پلاس در ادامه و به‌واسطه ریختن سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی‌اش مورداستقبال شدید مخاطبان قرار می‌گیرد و رقابتی بختی خصوصی که سالی دوبر هزینه اشتراک‌شان را بالا می‌برد را هم شکست خواهد داد. انصافا این پرتوی جای خوشحالی دارد! اجازه بدهیم زمین بازی را با شفافیت بیشتری ببینیم. پلنفرم رسانه‌ای دولتی که در یکی از تلویزیون‌های بختی به‌عنوان ناظر دارد در رقابت با پلنفرم‌های بختی خصوصی که موردنظارت دآوری و جرح و تعدیل قسمت‌های تولیدی قرار می‌گیرد به‌ب‌تری رسیده است. به‌عبارت دیگر تلویزیون پلاس در رقابتی قهرمان شده که داورش خودی بوده و سنگینگر به‌بازیکان حریف. منطقی این بود که اساسا چنین رقابتی به شکل نمی‌گرفت. زمین بازی رسانه ملی شبکه‌هایش است و

فرهنگ

یکشنبه ۲۱ فروردین ۱۴۰۱ شماره ۳۵۶

۱۲

ادامه از صفحه ۱۲

۲ ابهام جدی سرویس رایگان تلویزیون در شبکه نمایش خانگی: ضربه به بازار VOD ها و تشدید ضعف تولید شبکه‌های سیما

انحصار پلاس

تا‌برابر با بختی خصوصی و همچنین سوءاستفاده از امتیاز نظارت ساستار در مسیر تقویت تلویزیون حرف‌های جدی مخالفان تأسیس تلویزیون پلاس بودند که هنوز برایشان جواب قابل قبولی منتشر نشده است. سال گذشته و در مطلبی با عنوان «شوک مثبت به شبکه نمایش خانگی، با ملاحظاتی» تاسیس تلویزیون پلاس را افزایش فضای رقابتی و ایجاد انگیزه بین پلنفرم‌ها عنوان و از آن با توجه به شروط مختلف استقبال کردیم. حالا و پس از گذشت نزدیک به چهارماه از عمر این بختی تازه، می‌توانیم بررسی بهتری درباره‌اش داشته باشیم. به این چند مقدمه و پیش فرض توجه کنید: تلویزیون پلاسی وابسته به صداسویماست. ساسترا که وظیفه نظارت بر پلنفرم‌های خصوصی را دارد هم متعلق به رسانه ملی است. تلویزیون و پلاسلش از آرشویو گسترده صداسویما استفاده می‌کردند و آن را به‌رایگان در

اختیار مخاطبان قرار می‌دادند. همین امکان را گروهی، رانت اضافه به پلنفرم‌های دیگر می‌دانستند و اساس این رقابت را ناعادلانه می‌خواندند. نکته‌دیگر اینکه تلویزیون پلنفرم صداسویماست و همه می‌دانیم امکانات صداسویما قابل قیاس با بختی خصوصی نیست. البته یادمان نرفته که بختی خصوصی هم از رانت‌ها و وام‌های مختلف دولتی هم آشکارا و نهانی استفاده کرده و اخبارش به پیش از این منتشر شده‌است. پلنفرم‌های خصوصی‌روی تولیدات‌شان چهارماه از عمر این بختی تازه، می‌توانیم بررسی بهتری بی‌نیابت آرشویو صداسویما و همین نکته‌فصرا برای یک رقابت تا‌برابر آماده می‌کند. درواقع سرویس تلویزیون پلاس برای نمایش فیلم‌ها و سریال‌های خارجی بدون‌هزینه برای مشترکانش است اما با توجه به اطلاعات موجود و به‌جز استثنای‌ای مانند عید، تنها هزینه تبلیات برای استفاده از

نه، از نظر اقتصادی هم

دخالت دولت و حاکمیت در بازار چه زمانی اتفاق می‌افتد؟ دولت چه زمانی اجازه دارد وارد رقابت با بخش خصوصی شود و اصلا چنین اجازه‌ای به‌لحاظ قانونی و عرفی دارد؟ آیا برای صداسویما که یک سازمان کامپیتی‌است وودجه‌هنگفتی هم در ردیف بودجه دولت دارد، منطقی است که خودش راوارد یک مسابقه با تیم‌هایی کند که از آن کوچک‌ترند و از نظر بودجه و جایگاه قابل قیاس نیستند؟

محمد مهدی جعفریان در این خصوص و در گزارش‌هایی پرسیده‌اند. قرار نبود تلویزیون پلاس رقابت اقتصادی‌انلایر، پرسیده که آیا ورود دولت به بازار و استراتژی اتخاذشده، ضرر و ضرورت دارد یا خیر و سپس از دو دسته مالک‌برای این سنجش گفت، اول اینکه آیا این اقدام دولت به‌دلیل وقوع یکی از ضامدق شکست بازار از قبیل وجود عوارض

سریال‌های توقیفی یا تولیدی؟

در مطلبی که پیش از این و در سال گذشته منتشر کردیم از پخش سریال‌های توقیفی در پلنفرم تلویزیون استقبال کردیم و آن را یک ظرفیت مناسب برای این سرویس دانستیم و برای شروع هم «سرمین گهن» را پیشنهاد دادیم. حالا که نوبت به پخش سریال «جناب‌عالی» عادل عارل‌نیر رسیده، سوال این است که قرار است تلویزیون‌های بختی به‌برنامه تأمین‌ی سرراغ سریال‌های تولیدی برود؟ حتی تولید بختی نشده خودش؟ در قرار است در خلاقیت، یعنی کالای این را مخاطب مطمئنا با وجود ارزسبی که برای آن پلنفرم با بختی بختی خصوصی را پر و تولیدی یا چهارچوب‌های صداسویما، شاهد بختی آنها صرفا در پلنفرم تلویزیون پلاس باشیم؟ شاید کسانی باشند که استدلال کنند این سریال‌ها را

گام دوم داشتن ایده‌های خلاقانه است. در این دنیای گسترده مجازی کسانی می‌توانند فعالیت کنند و کارشان را گسترش دهند که در محتوا خلاقیت داشته باشند. منظور از تولید محتوای خلاق محتوایی است که علاوه‌بر اینکه برای مخاطبی که آن را می‌بیند مفید واقع می‌شود و سواالاتش را جواب می‌دهد، جذابیت هم برایش داشته باشد و از دیدن آن محتوا لذت ببرد. یک راه دیگر برای تولید محتوای خلاقانه ارتباط برقرار کردن با مخاطب است، یعنی برای داشتن یک محتوا از خود مخاطب سوال شود که چه چیزهایی اتفاق محکوم به شکست است و به‌هیچ‌وجه اتفاقی نمی‌افتد. با نگاه‌های نو و نوآوری‌ها چه رانت‌هایی به وجود آمدند و احکام قضایی یا کاتال ها و سایت‌های بختی فیلم‌ها چه کرد، اما احتما داور طرف این مسابقه هم‌وزن نیستند.

پلنفرمی را پایه گذاری کنیم، بدون اینکه برایش برنامه داشته باشیم و در فضای مجازی که پر از ایده‌های خلاقانه است، آن را با بالا‌بازوری هم اتفاق محکوم به شکست است و به‌هیچ‌وجه اتفاقی نمی‌افتد. با نگاه‌های نو و نوآوری‌ها چه رانت‌هایی به وجود آمدند و احکام قضایی یا کاتال ها و سایت‌های بختی فیلم‌ها چه کرد، اما احتما داور طرف این مسابقه هم‌وزن نیستند.

کسانی باشند که استدلال کنند این سریال‌ها را تولیدی برود؟ حتی که بختی نشده خودش؟ در قرار است در خلاقیت، یعنی کالای این را مخاطب مطمئنا با وجود ارزسبی که برای آن پلنفرم با بختی بختی خصوصی را پر و تولیدی یا چهارچوب‌های صداسویما، شاهد بختی آنها صرفا در پلنفرم تلویزیون پلاس باشیم؟ شاید کسانی باشند که استدلال کنند این سریال‌ها را

گام دوم داشتن ایده‌های خلاقانه است. در این دنیای گسترده مجازی کسانی می‌توانند فعالیت کنند و کارشان را گسترش دهند که در محتوا خلاقیت داشته باشند. منظور از تولید محتوای خلاق محتوایی است که علاوه‌بر اینکه برای مخاطبی که آن را می‌بیند مفید واقع می‌شود و سواالاتش را جواب می‌دهد، جذابیت هم برایش داشته باشد و از دیدن آن محتوا لذت ببرد. یک راه دیگر برای تولید محتوای خلاقانه ارتباط برقرار کردن با مخاطب است، یعنی برای داشتن یک محتوا از خود مخاطب سوال شود که چه چیزهایی اتفاق محکوم به شکست است و به‌هیچ‌وجه اتفاقی نمی‌افتد. با نگاه‌های نو و نوآوری‌ها چه رانت‌هایی به وجود آمدند و احکام قضایی یا کاتال ها و سایت‌های بختی فیلم‌ها چه کرد، اما احتما داور طرف این مسابقه هم‌وزن نیستند.

یکشنبه ۲۱ فروردین ۱۴۰۱ شماره ۳۵۶

۱۳

ادامه از صفحه ۱۲

کشف دیرهنگام مدیران تلویزیون جنجال به پا می‌کند

تلویزیون پلاس و نبرد در سرزمین نمایش


مهین احمدیان

دبیر گرو و فر هنگ

تلویزیون در شکل سنتی خودش به‌عنوان یک رسانه برودکست، اسکان بختی یک‌طرفه و انتشار یک‌سویه اطلاعات را‌دارد. ترکیب بختی تصاویر تلویزیونی با اینترنت فرصت تجربیات بسیار تعاملی‌تری را برای شکل سنتی تلویزیون فراهم می‌کند که بخشی از روند تبادل اطلاعات دوسویه است. به همین خاطر می‌توان گفت که حضور و فیم مدیران تلویزیون در به‌کارگیری و راه‌اندازی تلویزیون اگرچه دیرهنگام بوده اما باز هم قابل اعتنا و مغتنم است و صالبتی باید این نکته را یادآور شد که رسانه ملی در ۱۰ سال گذشته، همچنان در تحقق پروژه راه‌اندازی IPTV تا‌کام مانده است. پروژه‌ای مهم و حیاتی برای سازمان صداسویما و این روزها اهمیت راه‌اندازی آن بیشتر حس می‌شود. با این حال تلویزیون پلاس به‌عنوان یک سامانه VOD قابل تعریف است و شاید بتوانیم این ایده‌یواری را دیگر بخشی از بخشی از پروژه بزرگ‌تر راه‌اندازی IPTV باشد که با انتقال این سامانه از اینترنت جهانی به‌یستر دیگری مثل اینترنت ملی، هزینه‌های مصرف و ترافیک اینترنت را هم داشته باشد.

شکستن انحصار یا شروع انحصار

راه‌اندازی تلویزیون پلاس از چند جهت اقدام مهم و اثری برای تلویزیون و البته مخاطبان رسانه‌های تصویری به حساب می‌آید. مهم‌ترین رادآور راه‌اندازی این پلنفرم، شکستن انحصار چند سال اخیر در شبکه نمایش خانگی است. برای درک این موضوع، بهتر است که به کلمه «رسانه خصوصی» که پسوند برخی از پلنفرم‌های شبکه نمایشی خورده است، واقع‌بینانه و دقت بیشتری نگاه کنیم و این نکته را یادآور شویم که سه پلنفرم مشهوری که این روزها در شبکه نمایش خانگی فعالیت می‌کنند در چه شرایطی رشد کرده‌اند. بنا به گزارش‌ی که در ۱۶ شهریورماه ۱۴۰۰ با عنوان وام‌های فوق سنگین برای چند پلنفرم خاص، در روزنامه «فرهیختگان» منتشر شد؛ «از مجموع ۱۸۴ رسانه دارای مجوز ساسترا، حدود ۱۱۰ عنوانش وی‌اودی‌ها هستند. حالا از این ۱۱۰ وی‌اودی، تنها دویا سه وی‌اودی سریال و اک‌شو تولید می‌کند و مابقی‌ها فعالیت چندانی ندارند یا تازه می‌خواهند وارد عرصه تولید بشوند. تمام بررسی‌های ما نشان می‌دهد که «فیلیمو» و «فیلمنت» سه وی‌اودی پرکار و قوی‌تر هستند، و در همان گزارش، برای درک آن چیزی که در شبکه نمایش خانگی درحال رخ دادن است با چند نفر از صاحبان وی‌اودی‌ها صحبت شد که عموما یادآور شدند که فعالیت در حوزه شبکه نمایش خانگی با همین وی‌اودی‌ها بدون حمایت‌های دولتی کار بختی است. اشاره صاحبان وی‌اودی‌ها به توزیع نااهمگون این حمایت‌های دولتی بود که نتایجشان این‌گونه شده که در دهه ۹۰ از بین بیش از ۱۰۰ وی‌اودی، تنها سه پلنفرم توانستند قلم کنند. طبیعی است در چنین مختصاتی، دیگر اطلاحی شبکه‌نمایش خانگی خصوصی معنایی ندارد و درحقیقت تلویزیون پلاس با رسانه‌هایی در رقابت است که از حمایت‌های ویژه مجوز برخوردار بودند.

البته این نکته را هم باید در نظر داشت که قاعده‌مند نبودن شبکه نمایش خانگی از دریافت مجوز تولید و انتشار گرفته تا همین تعیین هزینه‌های اشتراک آن‌ها در دهه گذشته که بازار رقابت به نفع قدرتمندان این عرصه شود. برای اینکه همین شکستن انحصار شبکه نمایش خانگی توسط سازمان صداسویما، در آینده خودش زمینه‌ساز انحصار تلوهایی برای تلویزیون پلاس نشود، باید نهادهای سنی شبکه نمایش خانگی و دستگاه‌های قانونگذار، قواعد حضور در شبکه نمایش خانگی را مایلحه‌مند کنند تا فعالیت در این حوزه به سمت عادلانه‌تر شدن پیش برود.

نه به سیاست‌های سلیبی

تلویزیون تا سال‌های سال به‌عنوان رسانه مسلط در تولید و توزیع محتوای صوت و تصویر در جامعه ایران حضور داشت. در سال‌های دهه ۶۰ و ۲۰ اگر مخاطبی هم می‌خواست محتوایی خارج از برنامه‌ریزی و سیاستگذاری‌های سازمانی صداسویما را تماشا کند، دست به دامن فیلم‌های قاچاق یا شبکه‌های ماهواره‌ای می‌شد. در ۱۳۷۷ موسسه رسانه‌های تصویری، در راستای سیاست‌های فرهنگی داخل نظام، بخش‌های شرکت توزیع فیلم شبکه خانگی و دی‌ویدال رقابت‌شد و فیلوکلوپ‌ها با گرفتن چنین فعالیت‌ی می‌توانستند، استیگونی تلوی فیلم‌ها را بشوند. در آن سال‌ها، عمل محدودیت‌هایی در توزیع فیلم‌های قاچاق و همچنین جمع کردن ماهواره‌ها و اشتبام خانه‌ها به‌عنوان بخشی از سیاست‌های فرهنگی تعریف می‌شد که البته با گسترش اینترنت و پخش‌های آنلاین این سنجش سیاستگذاری‌های نه‌تنها کاملاً بد، بلکه از ابتدای دهه ۹۰، مهم‌ترین ابزار پیش‌روی IPTV، مشکلات ترسناکتری عنوان می‌شد. البته درحال حاضر بخش مهمی از زیرساخت‌های ارتباطی برای توسعه این سامانه فراهم شده‌است. به‌با به آن چیزی که در رسانه‌ها منتشر شده است، سال ۹۴ سازمان صداسویما در یک فراخوان عمومی شرایط و ضوابط اعطای نمایندگی IPTV، اعلام کرد که پس از بررسی اسناد شرکت‌کنندگان در فراخوان، پنج شرکت انتخاب شدند و نمایندگی سازمان در ارائه خدمات IPTV به آنها اعطا شد. این شرکت‌ها نه‌تنها با سازمان صداسویما بلکه با همه سازمان‌ها و نهادهای ذی‌نفع و دیداروندگان محتوا و خدمات در این حوزه نیز همکاری و تعامل گسترده‌ای دارند. این پنج شرکت اما تا‌کنون نتوانسته‌اند تعامل گسترده‌ای با مخاطبان‌شان برقرار کنند. اینکه چرا سازمان صداسویما با توجه به اهمیت راهبردی راه‌اندازی IPTV همچنان تعلل می‌کند خودش جای سوال دارد.

یادداشت

رقابت بین پولی کردن چیزهای مجانی و مجانی کردن چیزهای پولی

مجانی پلاس

مهیناد جلیل‌زاده

خبرنگار گرو و فر هنگ

راجه به ذات فعالیت وی‌اودی‌ها در ایران، هنوز حرف‌وحدیدت هست و به همین جهت بحث درباره پدیده‌ای مثل تلویزیون پلاس ونوع رقابتش با وی‌اودی‌های موجود در بازار ایران، مقداری ریشه‌ای می‌شود. تلویزیون ایران در سال‌های اخیر به لحاظ تولید محصولات سرگرمی خصوصا سریال و انواع تولیدات نمایشی، بسیار ضعیف عمل کرد و همین روزنه‌ای بود که چند وی‌اودی ایرانی روند توانستند با ورود از آن به‌شدت خودشان را مطرح کنند. به‌عبارتی کمبودی وجود داشت که آنها از همان استفاده کردند و با پرکردن خلأ سرگرمی‌های نمایشی داخل خانه، توانستند مطرح شوند. تلویزیون هم که موقعیت خودش را در خطر می‌دید، به‌انواع و اقسام روش‌ها متوسل شد تا این رقبا را از میدان به در کند؛ البته هر روشی به جز بالادرن کیفیت تولیدات نمایشی، خود این وی‌اودی‌ها هم از روش‌های انحصارگرانه‌ای برای قبضه کردن بازار استفاده کردند، ازجمله اینکه با انجام یک‌سری هماهنگی‌ها، تمام سایت‌ها و کانال‌های تلگراسی دالوده فیلم و سریال‌های خارجی را از دسترس خارج می‌کردند. فیلم‌هایی که تا‌درویز به‌طور مجانی در دسترس مردم بود، حالا باید از دسترس‌شان خارج می‌شد تا آنها را بر پداخت پول در این پلنفرم‌ها ببینند. این حقیقا همان نقطه‌ای است که تفاوت ذاتی تلویزیون ملی و این پلنفرم‌ها مشخص می‌شود. این پلنفرم‌ها ذاتا به سمت پولی کردن همه‌چیز، حتی چیزهایی که تا پیش از این مجانی بود، می‌رفتند و تلویزیون ملی درعکس، در تلاش خودن مجانی کردن چیزهای پولی را داشت؛ از مسابقات فوتبال گرفته تا بختی فیلم‌های سینمایی ایرانی و خارجی. دعوا سر تولیدات ساسترا بر تولید محتوا در فضای وب، یک مرحله از تلاش صداسویما برای تقابل با رقیب جدید خودش بود. صداسویما می‌خواست امکان نظارت بر رقبب خودش به‌طور قانونی به‌سخت بیابرد. این دعوا ر همچنان نمی‌توان پایان یافته دانست اما با تأسیس تلویزیون پلاس، بحث به همان ساخت ریشه‌ای و ذاتی خودش رسید. تقابل دوع نوع ذاتی پولی کردن چیزهای مجانی و مجانی کردن چیزهای پولی. تلاش پلنفرم‌های ایرانی برای از دسترس خارج کردن سایت‌ها و کانال‌های مجانی و فیلم‌های خارجی را بازگذاری می‌کردند، درنهایت به شکست انجامید. این سایت‌ها و کانال‌ها ساختار خود این پلنفرم‌ها را هم بازگذاری می‌کنند. اساسا در همه‌جای دنیا همین وضعیت وجود دارد. کسی آیا تا به‌حال از خودشان پرسیده چطور فیلم‌های آمریکایی و هندی یکی، دوز بعد از انتشار با رزنویس در اختیار ایرانی‌ها هستند که این یعنی خیلی زودتر در اختیار خود آمریکایی‌ها و انگلیسی‌ها بوده‌اند، اما هالیوود و بالیوود ورکشکن نمی‌شوند؟ تمام کسانی که در آمریکا بابت تماشای هر فیلم پول می‌پردازند، از بلیت گیشه گرفته تا هزینه خرید نسخه‌های خانگی، درنهایت بین ۲۲ تا ۲۵ درصد از کسانیه هستند که این فیلم با سریال را دیده‌اند. یعنی حداقل ۷۵ درصد بینندگان هر فیلم با سریال در خود آمریکا هم یکی‌های قانونی‌وار می‌بینند و هر محصولی باید با همان ۷۵ درصد مخاطب، پول خودش را در بیاورد و به سود برسد. حتی در هند بعضی فیلم‌ها را مخاطبان داخل دالتو از چند دهه از قبل بختی تا اگر خوش‌شان باشد، چند ماه بخزند و به سالن سینما بروند. قدرتی پلنفرم‌های ایرانی که می‌خواستند حتی چیزهای کاملاً مجانی، مثلا فیلم‌هایی که در خود آمریکا هم کاملاً رایگان بوده و برای همه مجانی هستند را پولی کنند، درحقیقت رفتن به جنگ با ذات و طبیعت بازار بود و شکست خورد. حالا نوبت تلویزیون است که در نقطه مقابل، چند ماه پیش باید و سعی در مجانی کردن چیزهایی کند که ممکن است پولی باشند. البته نمی‌توان این کار فرض مسلم گرفت که تلویزیون هم در مجانی کردن چیزهای پولی، همان روز شکست می‌خورد که پلنفرم‌ها در پولی کردن چیزهای مجانی شکست خوردند.

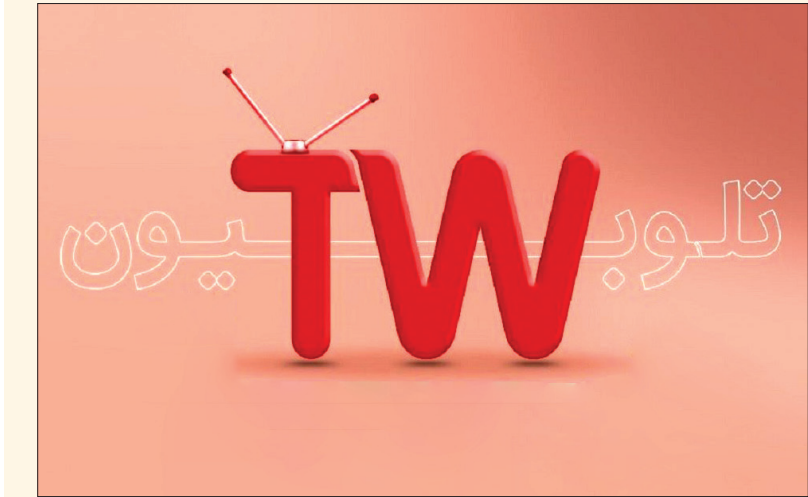
ایسن قاعده‌ای کلی در علم تاریخ است که محصولات، درنهایت مجانی خواهد شد. حتی طبق قانون کپی‌رایت هم در سنگتگرانه‌ی حالات، آثار بالاخره بعد از چند دهه از شمول آن قانون خارج می‌شوند و دیگر مجانی هستند. این قاعده جز در بعضی موارد که با مالکیت خصوصی مرتبط است، مثل تلوهایی نقاشی، یک قاعده کلی محسوب می‌شود. اتفاقا مواردی که جزه قاعده کلاسیک شدن و مجانی شدن قرار نمی‌گیرند، چندان دین مفهوم مالکیت معنوی هم قرار نخواهند گرفت. مثلا یکی از تلوهایی نقاشی نه‌تنه معنی ندارد، بلکه معمول است. با این حال تلویزیون که می‌خواهد این فرایند مجانی‌شدن را به شکلی برق‌آسا سرعت بخشد، باید از لحاظ کیفی هم توان برود به بازار را داشته باشد. برمی‌گردیم به همان جمله در ابتدای این متن که به افت کیفیت محصولات نمایشی و سرگرمی تلویزیون ورود پلنفرم‌ها از همین روزنه برای پرکردن همین خلأ اشاره داشت. ظاهرا صداسویما هر کاری حاضر است بکند جز اینکه کیفیت محصولات را افزایش بدهد. باید پرسید حالا چه چیزی را مجانی می‌کند؟ آیا همه فیلم‌های سینمای ایران را می‌خرد و قبیل از پلنفرم‌ها به‌طور مجانی در تلویزیون پلاس قرار می‌دهد؟ سوادری دقت فیلم‌دقن که جزه آن‌راکون بود، در همان جمله به‌لحاظ هم‌زمان در پلنفرم‌ها هم ادامه داد، چطور در این نقشه‌راه می‌گنجد؟ رویکرد مجانی کردن همه‌چیز هم بالاخره به سد موانعی برخواهد خورد. اما به هرحال ورود صداسویما به این حوزه را دو جنبه می‌توان به فاکل فیلم گرفت. اولاً به‌لها وی‌اودی‌های ایرانی که می‌خواهند حتی چیزهای مجانی را پولی کنند، واقعا لازم بود. توان اقتصادی مردم ایران هم درحال حاضر چنان نیست که خودش به‌راحتی آنها را هم مخاطب محصولات فرهنگی نگه‌داشت و هم ازشان توقع پرداخت پول برد. این رویکرد سودمحورانه ممکن بود به‌طور کلی روی مصرف محصولات فرهنگی در ایران، خصوصا محصولات ایرانی و مجاز تاثیر نگذارد و پس از مدتی با افت سطح سواد فرهنگی مردم ایران مواجه بشود. اما ثابا خوب است که تلویزیون به زمین رقبا بیاورد و در آنجا بازی کند تا فضاضمایش را بیهفت. این امر البته مشروط است. تلویزیون به شرط رقبا از بازی در این زمین درس‌های لازم را بگیرد. از آن نفعی هم خواهد برد. معلوم نیست چه اتفاقی باید رخ بدهد تا تلویزیون ایران کیم هم که شده به فکر افزایش کیفیت محصولات بيفتد. حتی کارگردان‌های موفق سینمای ایران در حوزه تجاری هم وقتی به تلویزیون می‌روند و سریال می‌سازند، به قدری ضعیف از آب می‌آید که بازپذیر نیست. اگر ورود تلویزیون به فضای پلنفرم‌ها باعث شود مدیران آن مجموعه اولیه هم در آنجا بازی کنند تا فضاضمایش را بیهفت. این امر البته مشروط است. تلویزیون به شرط رقبا بالاخره به‌موضوع ضعیف شدن کیم که در به‌طور کلی برای فضای فرهنگی و هنری ایران خیلی مفید است. اینجاست که احتمالا تلویزیونی‌ها خواهند فهمید اگر کیفیت کارها را بالا نیاورند، حتی مجانی کردن همه‌چیز هم به کارشان نخواهد آمد.

نرم‌افزار برای دیدن فیلم استفاده کند، داشتن یک نرم‌افزار مناسب را حق خود می‌داند و وقتی این اتفاق نمی‌افتد، تصمیمش تغییر می‌کند و از موارد دیگر استفاده می‌کند.

فیلیمو و نماوار در این سال‌هایی که درحال فعالیت هستند، برایشان مهم بوده است که تولید مناسب و درخو در داشته باشند، البته موارد زیادی هم بوده است که استانداردهای لازم را نداشته و مخاطب از آن راضی نبوده است اما در کل همین دو پلنفرم با برنامه‌ها و خلاقیت‌هایی که دارند، توانسته‌اند در این بازار پر از رقیب خودشان را اثبات کنند و بماندند و فعالیت کنند. در گزارش‌های مختلف فیلدهای مان‌را در مورد این پلنفرم‌ها هم گفته‌ایم اما اینکه نقاط قوت‌شان نگوییم، تلاش برای نیست. تلاش برای داشتن محتوایی که مخاطب را جذب کند بسیار مهم است؛ کاری که در تلویزیون خیلی انجام نمی‌شود. تلویزیون در همین تئوروی که گذشت نتوانست با هیچ‌کدام از سریال‌هایش مخاطب را حفظ کند

نرم‌افزار برای دیدن فیلم استفاده کند، داشتن یک نرم‌افزار مناسب را حق خود می‌داند و وقتی این اتفاق نمی‌افتد، تصمیمش تغییر می‌کند و از موارد دیگر استفاده می‌کند.

فیلیمو و نماوار در این سال‌هایی که درحال فعالیت هستند، برایشان مهم بوده است که تولید مناسب و درخو در داشته باشند، البته موارد زیادی هم بوده است که استانداردهای لازم را نداشته و مخاطب از آن راضی نبوده است اما در کل همین دو پلنفرم با برنامه‌ها و خلاقیت‌هایی که دارند، توانسته‌اند در این بازار پر از رقیب خودشان را اثبات کنند و بماندند و فعالیت کنند. در گزارش‌های مختلف فیلدهای مان‌را در مورد این پلنفرم‌ها هم گفته‌ایم اما اینکه نقاط قوت‌شان نگوییم، تلاش برای نیست. تلاش برای داشتن محتوایی که مخاطب را جذب کند بسیار مهم است؛ کاری که در تلویزیون خیلی انجام نمی‌شود. تلویزیون در همین تئوروی که گذشت نتوانست با هیچ‌کدام از سریال‌هایش مخاطب را حفظ کند



نرم‌افزار برای دیدن فیلم استفاده کند، داشتن یک نرم‌افزار مناسب را حق خود می‌داند و وقتی این اتفاق نمی‌افتد، تصمیمش تغییر می‌کند و از موارد دیگر استفاده می‌کند.

فیلیمو و نماوار در این سال‌هایی که درحال فعالیت هستند، برایشان مهم بوده است که تولید مناسب و درخو در داشته باشند، البته موارد زیادی هم بوده است که استانداردهای لازم را نداشته و مخاطب از آن راضی نبوده است اما در کل همین دو پلنفرم با برنامه‌ها و خلاقیت‌هایی که دارند، توانسته‌اند در این بازار پر از رقیب خودشان را اثبات کنند و بماندند و فعالیت کنند. در گزارش‌های مختلف فیلدهای مان‌را در مورد این پلنفرم‌ها هم گفته‌ایم اما اینکه نقاط قوت‌شان نگوییم، تلاش برای نیست. تلاش برای داشتن محتوایی که مخاطب را جذب کند بسیار مهم است؛ کاری که در تلویزیون خیلی انجام نمی‌شود. تلویزیون در همین تئوروی که گذشت نتوانست با هیچ‌کدام از سریال‌هایش مخاطب را حفظ کند