



گزارش «فرهیختگان» از ولع سیری ناپذیر شبه‌دولتی‌ها در عرصه تولید محتوای غیرملی

پول طنزهای سیاه از کجا می‌آید؟



مصطفی قاسمیان خبرنگار

صنعت نمایش خانگی در ایران از نخستین روزهای پیدایش، با شرکت‌هایی پا گرفت که غیردولتی و غیرحاکمیتی بودند. به دلایل مختلف که مهم‌ترین‌شان را می‌توان وجود سازمان صداوسیما با طیف مخاطب گسترده‌تر دانست، وزارتخانه‌ها و شرکت‌های دولتی ترجیح می‌دادند روی محتوای تلویزیونی سرمایه‌گذاری نکنند و به همین دلیل، نمایش خانگی از حضور پرزنگ شرکت‌های وابسته به دولت و حاکمیت خالی ماند. با این حال، ضعف تلویزیون طی سال‌های اخیر و همزمان با رشد و پیشرفت پلتفرم‌ها خصوصا در برقراری ارتباط با مخاطب شهرنشین طبقه متوسط و مهم‌تر از همه رونق ویژه اقتصادی در نمایش خانگی که امکان درآمدزایی را برای همه تولیدکنندگان فراهم می‌کرد، شرکت‌های دولتی را وسوسه کرد تا به این صنعت وارد شوند؛ تا جایی که حالا بخش قابل توجهی از محتوای در حال انتشار نمایش خانگی، در استودیوهای وابسته به دولت/حاکمیت یا پلتفرم‌هایی با سهام دولتی تولید و منتشر می‌شوند. از قضا این ورود، طی روزهای اخیر برخی حواشی را نیز به وجود آورده است.

تجاری‌سازی به سبک ایرانسل

چند روزی است از انتشار ویدئوی جنجالی خداداد عزیزی در ژنالیته‌شوی «سرگیجه» می‌گذرد. مرد سابق سابق فوتبال آسیا، در این برنامه رفتارهایی از خود نشان داد که بسیاری از مخاطبان تقبیح کردند و سروصدای زیادی به راه انداخت. نکته‌ای که عده کمی به آن توجه کردند، سزازنده برنامه بود؛ استودیو «ویستا مدیا» بازوی تولید محتوای ایرانسل یکی از دواپراتور بزرگ تلفن همراه کشور که سال‌هاست به‌عنوان شرکتی خصوصی شناخته می‌شود و از قضا یک آقا‌زاده مدیرعامل آن است. اینکه چرا یک شرکت خصوصی با چنین مشخصاتی، باید دست به تولید برنامه‌ای بزند که لاقفل در بخش‌هایی، دچار ابتذال می‌شود، سوال مهمی است که برخی پرسیدند اما چندان مورد توجه واقع نشد. شرکت ویستا مدیای عصر جدید که پیشتر هم ژنالیته‌شوی مافیایی «ارتش سری»، سریال کودک و نوجوان «دیو و ماه پیشونی»، مسابقه «اسکار»، برنامه گفت‌وگومحور طنز «عیدی‌HHD» را تولید کرده بود، الآن هم جز «سرگیجه»، برنامه گفت‌وگومحور سینمایی «۲۵ میلیمتری» را در حال پخش دارد. همان‌طور که از عناوین مذکور مشخص است، همه محتوای تولیدی ویستا مدیا، محصولات در خور توجه، جذاب و سرگرمی‌محورند اما در هیچ‌کدام نمی‌توان رد پای محتوای استراتژیک و ملی را دید. این درحالی است که همواره در توجیه ورود دولت به تولید محتوای فرهنگی (از

سریال‌سازی در صداوسیما تا فیلم‌سازی در اوج و فارابی) گفته می‌شود غیرخصوصی‌ها برای محتوای استراتژیک و ملی هزینه می‌کنند که شاید به علت هزینه بالا و سود کم، برای بخش خصوصی جذابیتی نداشته باشد. این درحالی است که تردیدی نیست همه محتوای ساخته‌شده در ویستا مدیا، قابل تولید در بخش خصوصی است و تولید محصولات مشابه، پیش و پس از آنها هم سابقه داشته است.

دومین پلتفرم همراه اول

اتفاق دوم این روزها، آغاز رسمی فعالیت دومین پلتفرم نمایش خانگی وابسته به همراه اول دیگر اپراتور بزرگ تلفن همراه و یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های خصوصی کشور است؛ «سینماهمراه» که از هفته گذشته و با اکران آنلاین اختصاصی یکی از آخرین فیلم‌های زنده‌یاد علی انصاریان آغاز به کار کرد. فیلمی به نام «پی‌پی‌ام بند» ساخته فرناز امینی محصول ۱۳۹۹ که تاکنون در صف اکران روی پرده قرار داشت و بالأخره در این پلتفرم به شکل اختصاصی اکران آنلاین شد. پلتفرم سینماهمراه محتوایی متفاوت نسبت به روییکا دیگر پلتفرم همراه اول دارد و پیش از اولین فیلم اکران آنلاین، بیشتر محتوای خارجی منتشر می‌کرد. به نظر می‌رسد دور جدید فعالیت رسمی و قابل توجه سینماهمراه، با اکران آنلاین فیلم «پی‌پی‌ام بند» شروع شده است. جالب آنکه به‌لایت اکران آنلاین این اثر ۵۰ هزار تومان تعیین شده که از بهای ۸۰ هزار تومانی بلیت اکران آنلاین در سه پلتفرم اصلی کمتر است. حالا همراه اول با دو پلتفرم روییکا و سینماهمراه در عرصه نمایش خانگی حضور دارد و جالب اینکه در محتوای هرودی این سرویس‌ها نیز مانند مورد «ویستا مدیا»ی ایرانسل، رد پای محتوای ملی دیده نمی‌شود و به نظر می‌رسد هر دو پلتفرم وابسته به همراه اول، تنها محتوای عامه‌پسند تجاری را منتشر می‌کنند. البته شاید مدیران این پلتفرم‌ها بگویند رسالتی برای تولید اثر ملی ندارند که آن بحث دیگری است.

اکران فیلم سینمایی در «شاد»

پیش از سینماهمراه، آخرین پلتفرمی که به جز فیلیمو، فیلم‌نت و نماوا که یک فیلم سینمایی را اکران آنلاین کرده بود، پلتفرم دولتی دیگری بود که در سکوت خبری فعالیت خود را آغاز کرد؛ «شاد»! اپلیکیشنی که با عنوان اختصاصی «شبکه آموزشی کودک» توسط روییکا برای وزارت آموزش و پرورش، توسعه یافت و به پلتفرم رسمی این وزارتخانه برای تنظیم ارتباط آنلاین میان دانش‌آموزان، معلمان و وزارتخانه تبدیل شد، از مدتی پیش بخشی با عنوان فیلم و سریال راه‌اندازی کرده و محصولات کودک و نوجوان را در آن نمایش می‌دهد. اولین زمستان سال گذشته، اپلیکیشن شاد فیلم سینمایی «لوتیو» (محصول حوزه هنری سازمان تبلیغات اسلامی) را به صورت رایگان به اکران آنلاین اختصاصی

پلتفرم‌ها در ۱۷ ماه اخیر تولیداتی داشته‌اند که عموما دیده نشد

اسم این سریال‌ها را شنیده‌اید؟

چقدر تولیدات دارند؟

طبیعتا تولید زیاد و فقط به کمیت توجه کردن نمی‌تواند برای یک پلتفرم مخاطب بیابرد. ببیننده دنبال محتوای خوب می‌گردد، در جدولی که در این گزارش آورده شده، تولیدات پلتفرم‌ها از ابتدای ۱۳۹۲ تا الان آمده است. طبق این آمار، فیلم‌نت با ۱۷ اثر در جایگاه اول قرار می‌گیرد. در رتبه دوم، فیلیمو با ۱۲ اثر و در جایگاه بعدی نماوا با هشت اثر قرار دارد. البته در این میان تولیدات مشترکی هم بین پلتفرم‌ها وجود دارند. از جایی به بعد، پلتفرم‌ها درکنار تولید سریال وارد زمینه‌های دیگر هم شدند. تولید برنامه‌های ژنالیته‌شو، تاک‌شو و گیم‌شو به‌مرور بیشتر شده است. در این حوزه هم باز فیلم‌نت پیشتاز بوده و هفت برنامه متنوع تولید کرده است. بیشتر برنامه‌های این پلتفرم به سمت گیم‌شو رفته‌اند. در فیلیمو هم با ۶ برنامه به همین سبک رویه‌رو هستیم و چهار برنامه در ژانر گیم‌شو ساخته شده‌اند. نماوا هم در انتها فقط با دو برنامه تلاش کرده حوزه گیم‌شو را خالی نگذارد اما پلتفرم‌ها کمیت را فدای کیفیت کرده‌اند. اینکه صرفا بخوایم تولیدات را فارغ از میزان ببیننده و کیفیت بررسی کنیم، کاری اشتباه است. در میان این ۳۹ اثری که در کمتر از یک سال و نیم منتشر شده، شاید نام بسیاری از آنها حتی به گوش مخاطبان این پلتفرم‌ها نخورده باشد. از آن طرف، تولیداتی منتشر شده‌اند که مثلا بازیگران بنامی را در آن سریال شاهدیم اما بعد از چند قسمت به این دلیل که به محتوای آن فکر نشده، مخاطب هم نذارد و به پروژه شکست‌خورده تبدیل می‌شود. برخی سریال‌های دیگری مانند «آمرلی»، «قهوه ترک»، «فوفو» مسافری از کامادو، «نیوکسپ»، «داوینچیژ»، «عقرب عاشق» و… حتی به درصدی از شهرت هم نرسیدند. برنامه‌های تولیدی در ژانرهای دیگر هم از این قاعده مستثنی نیستند. برنامه‌ای مانند «۲ شات» با ۴۱ قسمت، تنها قسمت‌هایی از آن در فضای مجازی چرخید. وایرال شدن این مدل برنامه‌ها، نشان‌دهنده پرمخاطب بودن آنها نیست و نباید به اسم برنامه تمام شود. حتی در میان تاک‌شوها هم برنامه‌هایی بوده که نام‌شان بسیارکم شنیده شده‌اند. همه این موضوعات با اعلام آمار از میزان مخاطبان می‌تواند تا حدی حل شود و حتی جلوی صرف انرژی و پول‌های زیاد را بگیرد.

شفافیت، مهره گمشده پلتفرم‌ها

صحتب از عدم شفافیت در بین پلتفرم‌ها حرف جدیدی نیست. در هیچ کدام از شبکه‌های نمایش خانگی به صورت کامل آمار از تعداد ببینندگان، هزینه ساخت تولیدات‌شان، پولی که از فروش اشتراک درمی‌آورند و دیگر ابعاد این ماجرا داده نمی‌شود. تنها زمانی آمار از مخاطبان پلتفرم‌ها می‌بینیم که انتشار آن به نفع‌شان باشد اما وقتی از آنها در مورد آمار کل یا هزینه‌های تولید سریال پرسیده می‌شود، جوابی برای آن ندارند. برعکس این نوع از رفتار، در نمونه‌های خارجی کسب درآمد فرمول مشخصی دارد. همچنین پلتفرم‌ها در گزارش‌های منتشره تعداد ببینندگان سریال‌هایشان را منتشر می‌کنند. نحوه اعلام آمارها به صورت جزئی است، تا حدی که می‌شود سرچ کرد در یک کشور کوچک، کدام سریال‌ها پربازدیدتر بوده‌اند. این سطح از شفافیت شاید در ایران رویایی دست‌نیافتنی باشد؛ چراکه حتی چند درجه پایین‌تر از آن نیز در پلتفرم‌های ایرانی یافت نمی‌شود. یکی دیگر از مواردی که در این پلتفرم‌ها همچنان مشخص نیست تعداد کاربران آنهاست. مخفی‌نگه داشتن تعداد کاربران، نشان از شکست پلتفرم‌هاست؛ چراکه اگر هرکدام از این سکوها مخاطب بیشتری داشته باشد، موفق بودن‌شان را نشان می‌دهند.

درآورد و جالب آنکه برای این اکران، تیزرهای تبلیغاتی بی‌شماری روی آنتن تلویزیون برد. بمباران تیزرهای تبلیغاتی «لوتیو» در شبکه کودک، به قدری قابل توجه بود که شاید حتی برای فیلم‌های سینمایی روی پرده نیز اتفاق نیفتاده بود. این تیزرها برای حدود دو ماه روی آنتن شبکه کودک می‌رفت و بعد از مدت کوتاهی که لوتیو به نزدیکی سقف تماشاگران خود رسید، کارکرد متفاوت و بی‌سابقه‌ای یافت؛ تبلیغ برای بخش فیلم و سریال شد.

تلویزیون در اختیار دولتی‌ها

نکته جالب دیگر درباره پلتفرم‌های دولتی فیلم و سریال، آن است که تاکنون تنها این پلتفرم‌ها امکان استفاده از تبلیغات تلویزیونی را یافته‌اند. به جز بخش فیلم و سریال شاد که امکان استفاده از تبلیغات پرتعداد و بمباران‌طور تلویزیونی به آن داده شد، دیگر پلتفرمی که برای اکران آنلاین و دیگر محصولاتش حضوری پرزنگ روی آنتن تلویزیون دارد، تلویویون است. پلتفرمی متعلق به معاونت فضای مجازی صداوسیما که چه برای اکران آنلاین فیلم‌هایی چون «منصور»، «موقعیت مهدی» و «درخت گردو» و چه برای بازپخش برنامه‌ها از بمباران تبلیغاتی لابه‌لای برنامه‌های صداوسیما برخوردار شد و البته امتیازات ویژه دیگری نیز دارد؛ مثل حضور مدیرانش برای تبلیغ روی آنتن تلویزیون و استفاده از نسخه کلین (بدون لوگو) و دوربین‌های متعدد در جریان مناظره‌های انتخابات ریاست‌جمهوری.

روییکا پلتفرم وابسته به همراه اول هم امتیاز تبلیغات تلویزیونی را داراست؛ چراکه از حدود ۵ سال پیش، بسیاری از برنامه‌های صداوسیما ملی می‌در روییکا حضور رسمی دارند و آن را تبلیغ می‌کنند. همه اینها در شرایطی است که برای مدت‌ها، رقبای خصوصی این پلتفرم تلاش می‌کردند تا لابه‌لای برنامه‌های تلویزیونی، باکس‌های تبلیغاتی داشته باشند و امکان آن را نمی‌یافتند. این ماجرا در ابتدای روزهای کرونا که فیلم سینمایی «خروج» ساخته ابراهیم حاتمی‌کیا و محصول سازمان اوج به عنوان اولین فیلم اکران آنلاین در تاریخ سینمای ایران به نمایش درآمد، حساسی سروصدا کرد. در آن زمان هم با وجود آنکه اکران آنلاین فیلم خروج امکانی برای خانه‌نشینی مردم در روزهای کرونا بود و البته محصول شاخص طیف انقلابی سینمای ایران به شمار می‌رفت، صداوسیما امکان پخش تیزرهای تبلیغاتی این فیلم را فراهم نمی‌کرد. با این حال پس از درخواست‌های اوج، در نهایت چند تیزر تبلیغاتی معددی برای این فیلم روی آنتن تلویزیون رفت که در آن هم لوگوی «ساترا» (سازمان کمترشناخته‌شده تلویزیون در آن زمان) به چشم می‌خورد، نه لوگوی فیلیمو و نماوا! اکران‌کنندگان اثر، اتفاقی که بسیاری بیشتر تبلیغ ساترا دانستند تا فیلم مذکور! اش تبلیغات تلویزیونی پلتفرم‌ها حالا هم به قدری شور شده که در ماه‌های اخیر، فیلیمو، نماوا و فیلم‌نت برای آنکه بتوانند روی آنتن صداوسیما حضور داشته باشند، باکس‌های تبلیغات محیطی

مسابقات فوتبال استقلال و پرسپولیس را می‌خرند و به هواداران سرخابی فوتبال، برای پیوستن به پلتفرم‌ها کد تخفیف می‌دهند!

همه رایگان‌ها دولتی‌اند

بعد دیگر ماجرا، قیمت‌گذاری‌ها در پلتفرم‌های دولتی و حاکمیتی است که به شکل محسوسی از رقبای خصوصی خود ارزان‌ترند. روییکا به‌عنوان بزرگ‌ترین پلتفرم دولتی/حاکمیتی، برای مدت‌ها رایگان بود و حالا که از کاربران هزینه اشتراک اخذ می‌کند، با اشتراک ۵۰ هزار تومانی، یک سوم رقبای خود پول می‌گیرد. همین پلتفرم بود که در رقابت میان پلتفرم‌ها برای به دست آوردن حق پخش انحصاری پویانمایی بسیار محبوب «پسر دلفینی»، برنده شد و آن را به خلاف رقبای خصوصی، به صورت رایگان به اکران آنلاین درآورد. تلویویون دیگر پلتفرم رایگان وی اودی نیز به صداوسیما تعلق دارد که درباره امتیازات ویژه آن میان رقبا، در بند بالاتر خواندید. جالب است بدانید سهامدار اعظم شرکت آسیاتک به‌عنوان مالک تماشاخونه اولین پلتفرم وی اودی مبتنی بر تبلیغات کشور، شرکت‌های وابسته به ستاد اجرایی فرمان امام (ره) هستند. اگرچه بسیاری از کارشناسان معتقدند آسیاتک DNA یک شرکت خصوصی را داراست و مانند بقیه بازیگران دولتی بازار نیست اما باز هم جالب توجه است که تک‌تک پلتفرم‌های رایگان شاخص در بازار وی اودی، وابستگی‌های واضحی به دولت/حاکمیت دارند.

ستاد اجرایی که بخش خصوصی نیست

همه آنچه در این گزارش ذکر شد، درحالی است که همگان می‌دانند رقابت بازیگران دولتی با بخش خصوصی، تاثیرات مخربی در اقتصاد کشور می‌گذارد؛ آن هم در بازار پلتفرم‌های پررونق وی اودی که شرکت‌های خصوصی (هرچند بعضا رانتی) از قدرت مانور زیادی برخوردارند و حتی می‌توانند محصولات تاریخی پرهزینه مثل «جبران» (فیلیمو) و «سوشون» (نماوا) بسازند. بدیهی است در چنین بازاری، نباید پلتفرم‌ها و استودیوهای دولتی/حاکمیتی حضور داشته باشند، خصوصا وقتی قرار نیست محصولات استراتژیک و ملی بسازند و می‌خواهند با تولیدات تجاری، سلبریتی‌زده و عامه‌پسند به رقابت با بخش خصوصی بپردازند. جالب آنکه حضور پرزنگ دولتی‌ها در بازار وی اودی، درحالی اتفاق افتاده که هنوز حدود ۷ ماه بیشتر از جمله تاریخی «ستاد اجرایی که بخش خصوصی نیست» از زبان رهبر انقلاب در نفی بخش خصوصی نگذشته است. تأسف‌انگیز آنکه در این جمله، به صراحت نام ستاد اجرایی فرمان امام (ره) سهام‌دار اصلی برخی از شرکت‌های یادشده در این گزارش آمده‌ام از آن زمان هیچ اقدامی در خروج ستاد از شرکت‌های خصوصی مذکور انجام نشده و این شرکت‌ها همچنان به تصدی‌گری در صنعت نمایش خانگی می‌پردازند.

تولیدات ۱۷ ماه اخیر شبکه نمایش خانگی

نام برنامه	سال پخش	مدل برنامه	تعداد قسمت	سکو
پدرخوانده فصل ۲	۱۴۰۲	گیم‌شو	۱۹	فیلم‌نت
پدرخوانده فصل ۳	۱۴۰۳	گیم‌شو	۱۸	فیلم‌نت
داربوش	۱۴۰۳	سریال	تا الان ۷	فیلم‌نت
سرگیجه	۱۴۰۳	سریال	۹	فیلم‌نت
شب آهنگی فصل ۳	۱۴۰۲	تاک‌شو	تا الان ۲۷	فیلم‌نت
۳۵میلی متری	۱۴۰۳	تاک‌شو	تا الان ۶	فیلم‌نت
دفعرچه یادداشت	۱۴۰۲	سریال	۱۶	فیلم‌نت
مرداب	۱۴۰۲	سریال	۲۰	فیلم‌نت
قهوه ترک	۱۴۰۲	سریال	۱۸	فیلم‌نت
عیدی اچ‌دی	۱۴۰۳	تاک‌شو	۱۰	فیلم‌نت
در انتهای شب	۱۴۰۳	سریال	۹	فیلم‌نت
افعی تهران	۱۴۰۲	سریال	۱۴	فیلم‌نت
آمرلی	۱۴۰۳	سریال	۲۰	فیلم‌نت
فوفو: مسافری از کامادو	۱۴۰۲	سریال	۱۵	فیلم‌نت
ناتو فصل ۱	۱۴۰۲	گیم‌شو	۱۳	فیلم‌نت
ناتو فصل ۲	۱۴۰۲	گیم‌شو	۹	فیلم‌نت
سیاه‌چاله	۱۴۰۳	سریال	۱۱	فیلم‌نت
۲ شات	۱۴۰۲	تاک‌شو	۴۱	فیلیمو
صداتو فصل۱	۱۴۰۲	گیم‌شو	۱۲	فیلیمو
صداتو فصل ۲	۱۴۰۳	گیم‌شو	۱۵	فیلیمو
گناه فرشته	۱۴۰۲	سریال	۱۸	فیلیمو
جوکر۲: طبقه بیست‌ویکم	۱۴۰۳	گیم‌شو	تا الان ۷	فیلیمو
تی‌ان‌تی	۱۴۰۳	گیم‌شو	۲۵	فیلیمو
نیوکمپ	۱۴۰۲	سریال	۱۰	فیلیمو
حیثیت گمشده	۱۴۰۲	سریال	۹	فیلیمو
زخم کاری: بازگشت	۱۴۰۲	سریال	۱۳	فیلیمو
زخم کاری: انتقام	۱۴۰۳	سریال	تا الان ۱۲	فیلیمو
پیکولو	۱۴۰۲	سریال	۲۵	فیلیمو
ستاره بازی	۱۴۰۳	تاک‌شو	۱۳	فیلیمو
مگه تموم عمر چند تا بهاره	۱۴۰۲	سریال	۲۵	مشترک فیلیمو و نماوا
کنسرتینو	۱۴۰۳	موزیکال	۶	نماوا
برنامه همزاد من	۱۴۰۳	گیم‌شو	۱۷	نماوا
جنگل أسفالت	۱۴۰۳	سریال	۱۴	نماوا
شریک جرم	۱۴۰۲	سریال	۸	نماوا
داوینچیژ	۱۴۰۲	سریال	۱۴	نماوا
عقرب عاشق	۱۴۰۲	سریال	۲۰	نماوا
غریت	۱۴۰۳	سریال	تا الان ۳	نماوا
اکازیون	۱۴۰۳	سریال	۸	نماوا