

# پول و پلتفرم



**مریم فضالی**  
*خبرنگار گروه فرهنگ*

تصور کنید می‌خواهید یک سریال پرطرفدار را تماشا کنید؛ همان سریالی که این روزها همه دربار‌اش حرف می‌زند؛ اما قبل از شروع قسمت اول، چند تیزر پشت‌سرهم را می‌بینید؛ اول تبلیغ شامپو، بعد نوشیدنی انرژی‌زا و بعد هم تخفیف یک فروشگاه اینترنتی. تازه ماجرا به اینجا ختم نمی‌شود؛ در طول تماشای سریال ممکن است زیرنویس تبلیغاتی، یلبوردی در پس‌زمینه صحنه یا حتی اشاره‌ای مستقیم به یک برند ببینید. این روزها، تبلیغات در پلتفرم‌های نمایش خانگی دیگر فقط میان‌برنامه نیستند؛ به‌نوعی بخشی از خود محتوا شده‌اند. تبلیغات حالا بخش جدایی‌ناپذیر اقتصاد این پلتفرم‌هاست. باتوجه‌به هزینه بالای تولید محتوا و رقابت فشرده برای جذب مخاطب، این پلتفرم‌ها ناچارند از ظرفیت تبلیغاتی خود برای

## نماوا

نماوا یکی از پلتفرم‌های قدیمی و شناخته‌شده‌ای است که در چند سال اخیر، با وجود تولیدات متعدد، هنوز به‌اندازه انتظار بینندگان مقبول واقع نشده‌است. وجه تمایز این پلتفرم، گستره پخش تبلیغات فراتر از خود نماوا است. تیزرها و تبلیغات آن تنها محدود به خود پلتفرم نیستند؛ در رویکا و سایت‌های تک‌فروشی نیز پخش می‌شوند و بازدید هر قسمت به میلیون‌ها نفر می‌رسد، بنابراین حتی اگر یک سریال یا برنامه مخاطب کمی داشته باشد، تبلیغات

تأمین بخشی از درآمد استفاده کنند. البته تداوم رشد این فضا نیازمند شفافیت در تعرفه‌ها، برنامه‌ریزی دقیق برای تنوع تبلیغات و رعایت تعادل میان منافع اقتصادی و رضایت مخاطب است.

در پلتفرم‌های نمایش خانگی، تبلیغات دیگر فقط چندثانیه تیزر قبل از شروع فیلم نیستند، بلکه به بخش جدی و حساب‌شده‌ای از اقتصاد این فضا تبدیل شده‌اند. تقریباً همه پلتفرم‌ها، از فیلیمو گرفته تا نماوا و فیلم‌نت، مدل تبلیغاتی‌شان را بر اساس جایگاه پخش و نوع محتوا تنظیم کرده‌اند، یعنی هر تبلیغ، بسته به اینکه کجا و در چه برنامه‌ای نمایش داده شود، قیمت متفاوتی دارد. تبلیغ وسط یک سریال پربیننده، ارزشش با تبلیغ ابتدای یک محتوای آرشیوی یکی نیست و همین تفاوت، مبنای نرخ‌گذاری است.

طبق اطلاعاتی که به خبرنگار روزنامه «فرهیختگان» رسیده، تعرفه‌های تبلیغاتی سه پلتفرم شاخص یعنی فیلیمو، فیلم‌نت و نماوا گردآوری و بررسی شده‌اند.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| آن اثرگذاری بالایی دارد و برای برندها ارزش اقتصادی قابل توجهی ایجاد می‌کند. در حال حاضر برگ برنده نماوا، سریال «سووشون» است. تعرفه تبلیغاتی این سریال، علاوه بر تعرفه کلی، شامل سه نوع بسته سه‌قسمتی، هفت‌قسمتی و ۱۰قسمتی است. آخرین قسمتی که پخش شدد، پنج‌میلیارد و ۱۰۰ میلیون تومان تبلیغات داشت. همچنین نماوا چهار کیچ گوناگون دارد که بر اساس زمان و تعداد پخش، تعرفه‌های متنوعی برای برندها ارائه می‌دهد. |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

| تعرفه تبلیغات در پلتفرم نماوا                    |                                                                                    |                        |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| مدل                                              | ویژگی                                                                              | قیمت (تومان)           |
| تیزر ۱۵ثانیه‌ای در ابتدای سریال‌های روز ایرانی   | پخش در نماوا، رویکا، سایت‌های تک‌فروشی با میانگین بازدید بیش از ۸میلیون در هر قسمت | ۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون |
| تیزر ۱۰ ثانیه‌ای در بین سریال‌های روز ایرانی     | پخش در نماوا، رویکا، سایت‌های تک‌فروشی با میانگین بازدید بیش از ۸میلیون در هر قسمت | ۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون |
| تیزر ۱۵ ثانیه‌ای در ابتدای رئالیتی‌شو            | پخش در نماوا، رویکا، سایت‌های تک‌فروشی با میانگین بازدید بیش از ۶میلیون در هر قسمت | ۷۰۰ میلیون             |
| تیزر ۱۰ ثانیه‌ای در بین رئالیتی‌شو               | پخش در نماوا، رویکا، سایت‌های تک‌فروشی با میانگین بازدید بیش از ۶میلیون در هر قسمت | ۹۰۰ هزار               |
| تیزر ۱۰ ثانیه‌ای در ابتدای تمامی محتواهای آرشیوی | قابلیت انتخاب گروه هدف براساس کودک، نوجوان و بزرگسال                               | ۵۰۰ هزار               |
| تیزر ۱۰ ثانیه‌ای میان تمامی محتواهای آرشیوی      | قابلیت انتخاب گروه هدف براساس کودک، نوجوان و بزرگسال                               | ۷۰۰ هزار               |
| نمایش ۳ نوبت یلبورد در سریال                     | تعداد نوبت‌های نمایش یلبورد می‌تواند در سریال‌های مختلف                            | ۲۵۰۰۰ میلیارد          |
| نمایش ۵ نوبت یلبورد در سریال                     | تعداد نوبت‌های نمایش یلبورد می‌تواند در سریال‌های مختلف استفاده شود                | ۴ میلیارد              |

| تعرفه تبلیغات سووشون  |                             |          |          |                        |
|-----------------------|-----------------------------|----------|----------|------------------------|
| نوع تبلیغات           | مبلغ به‌ازای هر قسمت(تومان) | ۱۵ ثانیه | ۱۰ ثانیه | قیمت                   |
| تقدیم برنامه(۱۰ثانیه) | ۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون      |          |          |                        |
| پری‌رول(۱۵ثانیه)      | ۱میلیارد و ۲۰۰ میلیون       | ۳        |          | ۳میلیارد و ۶۰۰ میلیون  |
| میدرول(۱۰ثانیه)       | ۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون      |          | ۱        | ۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون |
|                       | مجموع قسمت آخر سریال        |          |          | ۵ میلیارد و ۱۰۰ میلیون |

| بسته ویژه سووشون |             |           |                              |                       |                        |
|------------------|-------------|-----------|------------------------------|-----------------------|------------------------|
| نوع بسته         | نوع تبلیغات | تعداد پخش | مبلغ به‌ازای هر قسمت (تومان) | ارزش بسته (تومان)     | جمع کل (تومان)         |
| بسته ۳ قسمتی     | پری‌رول     | ۲         | ۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون       | ۹۶۰ میلیون            | ۳ میلیارد و ۱۲۰ میلیون |
|                  | میدرول      | ۱         | ۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون       | ۱ میلیارد و ۲ میلیون  |                        |
| بسته ۷ قسمتی     | پری‌رول     | ۵         | ۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون       | ۸۴۰ میلیون            | ۶ میلیارد و ۳۰۰ میلیون |
|                  | میدرول      | ۲         | ۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون       | ۱ میلیارد و ۴۰ میلیون |                        |
| بسته ۱۰ قسمتی    | پری‌رول     | ۷         | ۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون       | ۷۲۰ میلیون            | ۷ میلیارد و ۷۴۰ میلیون |
|                  | میدرول      | ۳         | ۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون       | ۹۰۰ میلیون            |                        |

## جایی که رؤیا‌های سینما قد می‌کشد



**ایمان عظیمی**  
*خبرنگار گروه فرهنگ*

اهمیت فیلم کوتاه در چیست که طیف قابل توجهی از عشاق فیلم‌سازی را برای ایفای نقش در این عرصه فراخوانده است؟ قول مشهوری در این‌باره وجود دارد که ایران بهشت فیلم‌های کوتاه در جهان است و انجمن سینمای جوان به‌تنهایی شرایط برای تولید انواع‌واقسام فیلم کوتاه از حرفه‌ای و نیمه‌حرفه‌ای گرفته تا تعلیمی و کلاسیسی را با تولیدی بالغ بر ۷۰۰ اثر در سال فراهم می‌کند. این میزان از شور و اشتیاق سینماگران عموماً جوان در مواجهه با تولید فیلم کوتاه را نمی‌توان صرف‌آنشئت‌گرفته از تمنای آن‌ها برای ورود به وادی فیلم‌سازی تلقی کرد، بلکه باید این مهم را معلول یک علت‌العمل بزرگ‌تر در نظر گرفت تا دلیل توفیق سینمای کوتاه در قیاس با جریان‌های اصلی این صنعت – هنر مشخص شود.

## آدرس غلط فیلم کوتاه؛ تمرینی برای اجرا

بسیاری این‌طور جانانداخته‌اند که افراد برای ورود به دنیای فیلم‌های بلند داستانی باید از زمین‌های خاکی شروع کنند و بیش از هر اقدامی فیلم

هر ثانیه تبلیغ در سریال های پُر بینندهٔ پلتفرم‌ها می‌تواند تا ۱۷۰ میلیون تومان هزینه داشته باشد

## فیلیمو

در میان این پلتفرم‌ها، فیلیمو با سساختار مشخص گرید A و B کار می‌کند. در بالاترین سطح قیمتی که به سریال‌ها و رئالیتی‌شوهای روز تعلق دارد، تبلیغات قیمت‌های مختلفی دارد، برای مثال یک تیزر ۱۵ ثانیه‌ای که ابتدای برنامه پخش شود حدود یک میلیارد و ۳۷۵ میلیون تومان قیمت دارد، یعنی هر ثانیه آن نزدیک به ۹۱ میلیون تومان می‌شود؛ اما اگر برند بخواهد تبلیغش دقیقاً میان‌برنامه ظاهر شود، هزینه برای ۱۰ ثانیه به یک‌میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان می‌رسد، یعنی هر ثانیه آن ۱۷۰ میلیون تومان است؛ این عدد گران‌ترین نقطه تبلیغاتی در فیلیموست. در سطح بعدی، مخصوص رئالیتی‌شوها، نرخ‌های کمی کاهش می‌یابد. تیزر ۱۰ ثانیه‌ای میان‌برنامه حدود ۹۰۰ میلیون تومان هزینه دارد و هر ثانیه آن برابر با ۹۰ میلیون تومان است. در همان برنامه، تبلیغ ۱۵ ثانیه‌ای ابتدای محتوا حدود ۸۵۰ میلیون تومان قیمت دارد که میانگین هر ثانیه به ۵۷ میلیون تومان می‌رسد. این اختلاف نشان می‌دهد حتی در یک برنامه واحد، محل پخش تبلیغ می‌تواند هزینه را دو یا سه برابر تغییر دهد. اگر به تبلیغات عمومی‌تر و ارزان‌تر نگاه کنیم، فیلیمو گزینه‌ای ویژه دارد؛

| تعرفه تبلیغات در پلتفرم فیلیمو                                                                             |                        |         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------|
| مدل                                                                                                        | تعرفه ثابت (تومان)     |         |
| تیزر ۱۵ ثانیه‌ای در ابتدای سریال‌ها و رئالیتی‌شوهای روز ایرانی                                             | ۱ میلیارد و ۳۷۵ میلیون | گراید A |
| تقدیم برنامه ۱۰ ثانیه‌ای در شروع سریال‌ها و رئالیتی‌شوهای روز ایرانی                                       | ۱ میلیارد و ۱۰۰ میلیون |         |
| تیزر ۱۰ثانیه‌ای بین سریال‌ها و رئالیتی‌شوهای روز ایرانی                                                    | ۱ میلیارد و ۷۰۰ میلیون |         |
| تیزر ۱۵ ثانیه‌ای در ابتدای رئالیتی‌شوهای روز ایرانی                                                        | ۸۵۰ میلیون             | گراید B |
| تقدیم برنامه ۱۰ ثانیه‌ای در شروع رئالیتی‌شوهای روز ایرانی                                                  | ۶۰۰ میلیون             |         |
| تیزر ۱۰ثانیه‌ای بین رئالیتی‌شوهای روز ایرانی                                                               | ۹۰۰ میلیون             |         |
| تیزر ۱۰ثانیه‌ای غیرقابل رد شدن در ابتدای تمامی محتواهای فیلیمو (به‌جز سریال‌ها و رئالیتی‌شوهای روز ایرانی) | ۴۵۰ هزار               | نمایشی  |
| ثانیه جانمایی یلبورد در سریال روز ایرانی                                                                   | ۱ میلیارد و ۳۰۰ میلیون | یلبورد  |

| نمونه‌ای از درآمد فیلیمو از پخش دو سریال و رئالیتی‌شو |                          |          |          |                        |                         |
|-------------------------------------------------------|--------------------------|----------|----------|------------------------|-------------------------|
| اسم برنامه تولیدی                                     | نوع تبلیغات              | ۱۵ ثانیه | ۱۰ ثانیه | قیمت (تومان)           | مجموع                   |
|                                                       | پری‌رول                  | ۲        | ۴        | ۱ میلیارد و ۹۵۰ میلیون |                         |
| شغال                                                  | میدرول                   | –        | ۲        | ۳ میلیارد و ۴۰۰ میلیون | ۱۲ میلیارد و ۲۵۰ میلیون |
|                                                       | یلبورد                   | –        | ۳        | ۳ میلیارد و ۹۰۰ میلیون |                         |
| شفرونی                                                | پری‌رول                  | ۲        | ۱        | ۳ میلیارد و ۸۵۰ میلیون |                         |
|                                                       | میدرول(همراه با زیرنویس) | –        | ۳        | ۵ میلیارد و ۱۰۰ میلیون | ۸ میلیارد و ۹۵۰ میلیون  |
|                                                       | پری‌رول                  | ۲        | ۱        | ۳ میلیارد و ۸۵۰ میلیون |                         |
| محکوم                                                 | میدرول                   | –        | ۲        | ۳ میلیارد و ۴۰۰ میلیون |                         |
|                                                       | یلبورد                   | –        | ۱        | ۱ میلیارد و ۳۰۰ میلیون | ۸ میلیارد و ۵۵ میلیون   |

## فیلم‌نت

مدل و رویکرد فیلم‌نت برای تبلیغات تا حدی با دیگر پلتفرم‌ها متفاوت است. این پلتفرم، اعداد و تعرفه‌ها را بر اساس تولیدات خودش اعلام می‌کند و برخلاف فیلیمو، تمرکز اصلی‌اش روی تأثیرگذاری و جایگاه تبلیغ است و نه قیمت هر ثانیه. به‌عبارت‌دیگر، ثانیه در فیلم‌نت اهمیت کمتری دارد و ارزش تبلیغ بیش‌تر با جمع کل درآمد و اثرگذاری روی مخاطب سنجیده می‌شود. به‌عنوان نمونه، برنامه کارناوال با سه تیزر پری‌رول، هر کدام به‌قیمت ۸۵۰ میلیون تومان، حدود دومیلیارد و ۵۵۰ میلیون تومان درآمد برای هر قسمت ایجاد کرد و مجموع درآمد برنامه به پنج‌میلیارد و ۱۵۰ میلیون تومان رسید. تبلیغات میدرول همان

برنامه، با دو تیزر ۱۰ ثانیه‌ای، حدود دو میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان درآمد داشت. جایگاه تبلیغ حتی در یک برنامه واحد می‌تواند چند میلیارد تومان روی درآمد اثر بگذارد. سریال «اجل معلق» با سه تیزر پری‌رول هر کدام یک‌میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان، مجموعاً سه‌میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان درآمد ایجاد کرد و کل درآمد هر قسمت هفت‌میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان شد. سریال «از یادرفته» با چهار تیزر پری‌رول و دو تیزر میدرول، مجموع درآمد هر قسمتش هشت‌میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان بود. این ارقام نشان می‌دهد حتی تعداد اندک تبلیغات میان‌برنامه، می‌تواند جمع کل درآمد را به شکل قابل توجهی افزایش دهد.

| تعرفه تبلیغات در پلتفرم فیلم‌نت |                        |       |                        |                                 |
|---------------------------------|------------------------|-------|------------------------|---------------------------------|
| مدل                             | قیمت هر قسمت(تومان)    | تعداد | مجموع تعداد            | درآمد تبلیغات در هر قسمت(تومان) |
| پری‌رول برنامه کارناول          | ۸۵۰ میلیون             | ۳     | ۲ میلیارد و ۵۵۰ میلیون | ۵ میلیارد و ۱۵۰ میلیون          |
| میدرول برنامه کارناوال          | ۱ میلیارد و ۳۰۰ میلیون | ۲     | ۲ میلیارد و ۶۰۰ میلیون |                                 |
| پری‌رول سریال اجل معلق          | ۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون | ۳     | ۳ میلیارد و ۶۰۰ میلیون |                                 |
| میدرول سریال اجل معلق           | ۱ میلیارد و ۸۰۰ ملون   | ۲     | ۳ میلیارد و ۶۰۰ میلیون | ۷ میلیارد و ۲۰۰ میلیون          |
| پری‌رول سریال از یاد رفته       | ۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون | ۴     | ۴ میلیارد و ۸۰۰ میلیون |                                 |
| میدرول سریال از یاد رفته        | ۱ میلیارد و ۸۰۰ ملون   | ۲     | ۳ میلیارد و ۶۰۰ میلیون |                                 |
| پری‌رول محتواهای آرشیوی         | نمایشی ۴۰۰ هزار        | –     | –                      | –                               |
| میدرول محتواهای آرشیوی          | نمایشی ۶۰۰ هزار        | –     | –                      | –                               |

مقام بافتاری مستقل و قائم به ذات، سینمای کشور را از شر ایده‌های به بن‌بست رسیده نجات دهد. در چنین شرایطی است که فیلم‌سازان این عرصه، عاقبت بدون هیچ پیش‌شرطی می‌توانند به اقتصاد سیاسی سینمای کوتاه سروسامان دهند و ایران را نه از جنبه‌های نمادین آن، بلکه به‌طور واقعی به بهشت فیلم‌سازان کوتاه در جهان تبدیل کنند.

## جشنواره فیلم کوتاه حتی مهم‌تر از فجر

فیلم‌سازان سینمای کوتاه بر خلاف محدودیت‌های زمانی که ظاهر به سامان رسیدن کار آن‌ها را سخت‌تر جلوه می‌دهد، افرادی خلاق‌تر در طراحی ایده‌و ایجاد موقعیت‌های نمایشی‌اند. پس باتوجه به پیش‌شرط‌های موجود اگر تماشای فیلم کوتاه در بسترهای آنلاین و حتی اکران در قالب طرح‌هایی نظیر «هنر و تجربه» تبدیل به مطالبه‌ای برای تماشاگران سینما شود و این مهم را رفته‌رفته به یک سنت بدل سازند، آن وقت نه‌تنها با اتکا بر خلاقیت سازندگان خود، در فقدان اکران فیلم‌های خارجی می‌توانند رقیبی برای سینمای داستانی در نظر گرفته شوند، بلکه بازار خوب و مناسبی را هم به دست آورند. در چنین شرایطی است که انگاره سنتی موجود در مورد فیلم کوتاه کم‌کم از ذهن سینماگران و همچنین مردم محو

می‌شود و این مدیوم اصالتش را در بستری صنعتی پیدا می‌کند. باری، جشنواره فیلم کوتاه تهران را حتی در نبود چنین سازوکاری باید مهم‌ترین جشنواره سینمایی در درون مرزهای جغرافیای فرهنگی ایران – حتی با وجود جشنواره فیلم فجر – قلمداد کرد، و ریزا در بُعد شکلی و ماهوی از یک هویت‌مندی تاریخی بی‌نظیر سود می‌برد که فجر و امثالهم از آن بی‌بهره‌اند! در مهم بودن این رویداد همین بس که آکادمی علوم و هنرهای سینمایی (آسکار) فیلم برگزیده جشنواره فیلم کوتاه تهران را به رسمیت می‌شناسد و زمینه را برای حضور در میان مدعیان شاخه بهترین اثر کوتاه مهم‌ترین مراسم سینمایی سال فراهم می‌کند. این رشته از اسکار سواى مباحث مطرح شده درخصوص شرطی کردن فیلم‌ساز و کشور متبوعش در بُعد روایت‌پردازی توسط اعضای آکادمی آثار مثبتی نیز در پی دارد که می‌تواند اهمیت سینمای کوتاه را برای مخاطبان سینما شناسایی کند و ایجاد بازاری محلی، اما پرسود را به دنبال داشته باشد. در زمانه‌ای که از اهمیت بابت‌ابت‌ترین اتفاق فرهنگی سال، یعنی برگزاری جشنواره فیلم فجر به دلیل تقلیل جایگاه آن به یک دورهمی کاشته شده، فستیوال فیلم کوتاه تهران به‌عنوان یک اتفاق مهم بین‌المللی می‌تواند نظر فیلم‌سازان فیلم کوتاه از سراسر جهان را به خود معطوف کند.