

فرهنگ یگان

اشتراک خریداری کند؛ اما اگر یک پلتفرم کنداکتور متنوع و جذابی ارائه دهد، شامل برنامه‌هایی در ژانرهای مختلف مانند فیلم و سریال، رنالتی‌شو، تاک‌شو و... احتمال جذب کاربران فعال به‌طور چشمگیری افزایش می‌یابد. برای مثال، پلتفرم فیلمو تلاش می‌کند تنوع ژانری را در محتوای خود رعایت کند: در حال حاضر دو سریال، یک گیم‌شو، دو تاک‌شو و یک برنامه اپیزودی کم‌دی دارد. در مقابل، نماوا پس از سریال «سووشون»، دیگر سریال جدیدی ارائه نکرده و عمدتاً روی یک برنامه اپیزودی تمرکز کرده‌که با محتواهای وایرال کاربران را در فضای مجازی سرگرم می‌کند؛ یعنی درنهایت آورده خاصی برای این پلتفرم ندارد. پلتفرم فیلم‌نت نیز از چند سال پیش خودش را به‌نوعی ری‌برندینگ کرد و در حال حاضر کنداکتور خود را به‌گونه‌ای طراحی کرده‌که شامل ترکیبی از سریال‌ها، فیلم‌ها و رنالتی‌شوها باشد و تنوع محتوایی داشته باشد. درنتیجه، موفقیت یک پلتفرم نه صرفاً به تعداد نصب‌ها، بلکه به کیفیت و تنوع محتوا و وفاداری کاربران فعال بستگی دارد. همان کاربرانی که محتوای موردعلاقه‌شان را دنبال می‌کنند و به‌نوعی خودشان، بهترین سفیران تبلیغاتی پلتفرم محسوب می‌شوند.

پلتفرم فیلم‌نت		
سال	نصب اپلیکیشن	بازدید
۱۴۰۰	۳۵۰ هزار	۶۵۰ هزار
۱۴۰۱	۲ میلیون	۳ میلیون
۱۴۰۲	۳ میلیون	۴ میلیون
۱۴۰۳	۵ میلیون و ۲۰۰ هزار	۸ میلیون و ۵۰۰ هزار

قابل توجهی دارد و بیانگر تلاش این پلتفرم برای بازگشت جدی به میدان رقابت است.
باین حال، فیلم‌نت همچنان فاصله محسوسی با دو رقیب بزرگ‌تر خود، فیلمو و نماوا دارد.

کاربر فعال؛ بهترین راه تبلیغ برای پلتفرم‌ها

اهمیت کاربر فعال حتی از تعداد نصب‌ها هم بیشتر است. زیرا تنها کاربران وفادار هستند که می‌توانند جریان اثرگذاری برای پلتفرم و تولیدات آن ایجاد کنند.
درواقع، مؤثرترین روش تبلیغاتی برای هر پلتفرم، همین کاربران فعال هستند. کسانی که اگر محتوایی با سلیقه و علاقه‌شان همخوانی داشته باشد آن را مشاهده می‌کنند و به دیگران نیز معرفی می‌کنند.
بااین حال، نکته مهم این است که اعداد و ارقام ارائه شده، طبق اعلام خود پلتفرم‌هاست. همان‌طور که گفتیم، ما امکان راستی‌آزمایی آن‌ها را نداریم و این آمارها می‌تواند بسته به نوع محتوا و زمان پخش، بالا و پایین شود.

یکی از عوامل کلیدی در جذب کاربران فعال، کنداکتور پلتفرم است. به‌ندرت پیش می‌آید کاربری برای محتوایی که کیفیت آن را نمی‌داند،

پلتفرم فیلمو		
کاربر فعال	نصب اپلیکیشن	
بیش از ۹ میلیون	بیش از ۱۵ میلیون	
پلتفرم نماوا		
کاربر فعال	نصب اپلیکیشن	
حدود ۸ میلیون	۹ میلیون (حدود ۱۵ میلیون کاربر از ابتدای تاسیس این پلتفرم)	

پلتفرم‌ها روایتی از تعداد بیننده‌های خودشان دارند، این اعداد قابل تأمل است؛ اما برای «فرهیختگان» قابل ارزیابی نیست

شبکهٔ نمایش خانگی چقدر مخاطب دارد؟



مریم فضالی

خبرنگار گروه فرهنگ

در سال‌های اخیر، رفتار کاربران ایرانی در تماشای محتوای ویدئویی دستخوش تغییرات چشمگیری شده‌است. کاربرد امروز بیش از هر زمان دیگری به دنبال محتوای باکیفیت و متناسب با سلیقه خود است؛ گاهی ساعت‌ها وقتش را صرف تماشای سریال‌ها و تولیدات پلتفرم‌ها می‌کند و گاهی هم بی‌حوصله از کنارشان عبور می‌کند. همین تغییر در عادت مصرف باعث شده پلتفرم‌های نمایش آنلاین (VOD) به یکی از ارکان اصلی سرگرمی روزمره کاربران تبدیل شوند. در این میان، جریان‌های تبلیغاتی، چه طبیعی و چه هدایت‌شده نیز می‌توانند در انتخاب و مصرف محتوای کاربران نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشند؛ موضوعی که رقابت میان پلتفرم‌ها برای جلب‌توجه مخاطب را داغ‌تر از همیشه کرده‌است. سرویس‌هایی مانند فیلمو، نماوا، فیلم‌نت و دیگر پلتفرم‌های مشابه، هرکدام در تلاش هستند تا سهم بیشتری از این بازار روبه گسترش را به خود اختصاص دهند.

در چنین فضایی، رقابت میان پلتفرم‌های VOD برای جذب و حفظ مخاطب به نقطه حساسی می‌رسد. هر پلتفرم با سرمایه‌گذاری روی تولیدات اختصاصی، چهره‌های محبوب و تبلیغات گسترده، در پی تثبیت جایگاه خود در بازار است. بازاری که از بیرون شاید وسوسه‌انگیز و پرسود به نظر برسد؛ اما تجربه نشان داده ورود به آن تضمینی برای موفقیت نیست. حتی با بودجه‌های قابل‌توجه و آثار پرهزینه هم احتمال شکست بیشتر از پیروزی است. بااین حال، در غیاب شفافیت و سکوت پلتفرم‌ها درباره آمار واقعی تماشا و کاربران، اعدادی چون میزان نصب، بازدید و کاربران فعال، به تنها شاخص‌های موجود برای سنجش عملکرد آن‌ها تبدیل شده‌اند؛ اعدادی که هر پلتفرم روایت خاص خود را از آن ارائه می‌دهد و تصویر متفاوتی از جایگاهش در بازار نمایش آنلاین ترسیم می‌کند.

«بامداد خمار» چقدر به فروش کتابش کمک کرده است؟

نوبت چاپ صدم به لطف سریال افتد



محمدحسین سلطانی

خبرنگار گروه فرهنگ

بعد از آنکه game of thrones یا به قول خودمان بازی تاج‌وتخت مخاطبان عجیب‌وغریبی را در سال ۲۰۱۱ پای تلو یوزیون نشاند، تلفن‌های اتاق بازاریابی انتشارات بنتام در نیویورک به صدا درآمد. موضوع از این قرار بود که مردم کتابی را می‌خواستند که سریالش را می‌دیدند. به سال نکشید که کتاب جورج آر. آر مارتین که از روی آن بازی تاج و تخت را ساخته بودند، رفت و ایستاد در جایگاه نخست پرفروش‌ترین کتاب نیویورک‌تایمز. تحلیل‌گران به این نتیجه رسیدند که درست همان اتفاقی که برای هری پاتر و جی. کی. رولینگ رخ داده برای کتاب جورج آر. آر مارتین و بازی تاج و تخت هم رقم خورده است. منطف ماجرا کاملاً ساده است: مردم به اقبال خوب، واکنش مثبت نشان می‌دهند.

۱۴ سال پس از ماجرای دفتر بازاریابی انتشارات بنتام، سریال بامداد خمار در ایران پخش می‌شود. دومین سریال ترگس آپار. با انتشارات تماس گرفتیم تا وضعیت کتاب فنانه حاج سیدجوادى را از انتشاراتش (البرز) جویا شویم؛ پاسخ انتشارات مثبت بود، آمار هم همین را می‌گوید. از ابتدای سال ۱۴۰۴ و با پخش خبر تولید بامداد خمار، حدود ۲۲۰۸ جلد چاپ شده است و از اردیبهشت امسال تا ۲۳ مهر ماه، کتاب از چاپ

۸۴ به هشتادوهشتمین چاپ رسیده است و حالا دور نیست که بامداد خمار بتواند چاپ نودم را هم تا چندماه آتی تجربه کند. این کتاب در هر نوبت چاپ حدود ۴۴۰ تا ۴۴۸ نسخه را به چاپ‌خانه‌ها سپرده است. این موضوع درست در زمانی اتفاق افتاده‌که تیراژ برخی کتاب‌ها روی عدد ۱۰۰ ایستاده، وقتی به عدد ۱۰۱ نسخه می‌رسند، سری چاپ عدد ۲ را مقابل خود می‌بیند. اینکه بامداد خمار به صورت میانگین هر دو ماه یک بار تجدید چاپ می‌شود، آن هم در شرایطی که عمده تولیدات متنی چاپ‌دوم را در خواب می‌بینند، نشان می‌دهد متن هنوز کار می‌کند و حالا سریال برای متن به‌مثابه کاتالیزور عمل می‌کند و فروش کتابی که حدود ۳۰ سال از چاپ اولین نسخه‌اش می‌گذرد،

در این گزارش به سراغ میزان نصب و کاربران فعال هر پلتفرم رفتیم. اطلاعات و ارقام این گزارش اطلاعات ثبت شده خود پلتفرم‌هاست.

تعداد نصب

فیلمو خود را بزرگ‌ترین پلتفرم شبکه نمایش خانگی در ایران می‌داند و معتقد است با در اختیار داشتن حدود ۷۰ درصد از سهم بازار، صدرنشین پلتفرم‌های VOD است. اگر معیار را تعداد نصب در نظر بگیریم، فیلمو با بیش از ۱۵ میلیون نصب روی دستگاه‌های کاربران، در جایگاه نخست قرار دارد. پس از آن، نماوا با حدود ۹ میلیون نصب در رتبه دوم قرار می‌گیرد. البته وضعیت نماوا کمی متفاوت است؛ چراکه بخشی از مخاطبانش از طریق روییکا و اینترنت شاتل به محتوای این پلتفرم دسترسی دارند، آن هم بدون نیاز به پرداخت حق اشتراک. طبق داده‌های منتشرشده، در بستر شاتل حدود ۱۰ میلیون کاربر به نماوا دسترسی دارند که از این میان ۵ میلیون نفر به‌عنوان کاربر فعال شناخته می‌شوند. در روییکا نیز مجموع کاربران نماوا ۲۲ میلیون نفر اعلام شده که از میان آن‌ها ۱۲ میلیون کاربر فعال هستند. این تنوع در مسیرهای دسترسی، تفسیر دقیق آمار کاربران نماوا را کمی پیچیده‌تر می‌کند.

در سوی دیگر، فیلم‌نت خود را نخستین سامانه نمایش درخواستی (VOD) در ایران می‌داند. پلتفرسی که فعالیتش را در روزگاری آغاز کرد که صنعت نمایش خانگی هنوز به‌صورت سنتی و با فروش DVD پیش می‌رفت. به گفته این پلتفرم، آغاز جدی حضورش در فضای آنلاین با پخش سریال «شهرزاد» رقم خورد؛ مجموعه‌ای که مسیر تازه‌ای برای توزیع محتوای ویدئویی در کشور گشود. فیلم‌نت در داده‌های منتشرشده از عملکرد خود، روندی روبه‌رشد را از سال ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۳ نشان می‌دهد. این پلتفرم در سال ۱۴۰۳ بیش از ۵ میلیون و ۲۰۰ هزار نصب را ثبت کرده است؛ عددی که نسبت به سال‌های گذشته رشد

ناگهان افزایش قابل‌توجهی پیدا می‌کند. اگر روند فعلی طی شود و سریال آپار بتواند کیفیت نسبتاً بالایی را از خود به نمایش بگذارد، قطعاً فرایند صدتایی شدن تعداد چاپ‌های بامداد خمار هم تسريع می‌شود. بااین حال موضوع اصلی فقط بامداد خمار و سریال آپار نیست. برای سووشون هم تقریباً اتفاق مشابهی رقم خورد و انتشارات خوارزمی چاپ ۳۵ تا ۵۱ را در بازه اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۴ تا مهر ماه امسال طی کرد و این یعنی حدود ۱۶ مرتبه چاپ ۳۰۰ تایی در یک بازه ۶ ماهه.

بااین‌حال تفاوتی جدی بین کاری که انتشارات بنتام انجام‌داد با خوارزمی و البرز وجود دارد؛ موضوعی که به استراتژی فروش این کتاب‌ها باز می‌گردد، اما نیویورک‌نشین‌ها چه‌کار کردند؟ درست هم‌زمان با پخش فصل اول سریال بازی تاج‌وتخت، بنتام با جورج آر. آر. مارتین قرارداد نوشتن قسمت تازه رمان را بست، یعنی هم‌زمان با پخش اقتباس‌هایی از کتاب‌های منتشر شده، داستان‌های جدید کتاب هم منتشر می‌شدند و مخاطبی که به سریال جذب شده بود، جذب رمان‌های تازه هم می‌شد تا فصل تازه کتاب را که هنوز به تصویر کشیده نشده به معلوم نیست به تصویر کشیده شود یا خیر را بخواند. حالا فرض کنید هم‌زمان با تولید سریال بامداد خمار، فصل دیگری از این کتاب به چاپ می‌رسید؛ چه اتفاقی در بازار می‌افتاد؟ حالا در همین موقعیت فرضی به این فکر کنید که آپار هم اعلام می‌کرد می‌خواهد از فصل تازه بامداد خمار هم اقتباس کند و فصل دوم این سریال را با تغییراتی در متن کتاب بسازد، حالا چه اتفاقی می‌افتاد؟ آیا تیراژها همچنان روی ۴۰۰ می‌ماند؟! مسئله اصلی اینجاست که صرف اقتباس از یک کتاب برای اتصال نشُر و رسانه‌های تصویری کافی نیست. مدیریت نشرها باید به آن حد از پویایی برسند و بخوانند تغذیه رسانه‌های تصویری را در یک برنامه بلندمدت تأمین کنند. نشُر اگر بخواند بدون برنامه بلندمدت منتظر بماند که فلان نویسنده، از فلان کتاب خوششان بیاید تا بخوانند از فلان اثر اقتباس کنند. اتصال میان رسانه‌های تصویری و حوزه کتاب در حد همین تنفس‌های مصنوعی باقی می‌ماند. نکته دیگری که در این مسئله اهمیت دارد این است که ارتباط

بامداد خمار

بازسازی اعتماد عمومی؛ مأموریت گمشدهٔ رسانه در جنگ شناختی

ادامه از صفحه یک

مکتب مقاومت، در ادامه همین منط، در تجربه سید حسن نصرالله،

باتکیه‌بر روایت صادق و کامل توانست اعتماد جامعه را حفظ کند؛ همان

صداتی که باعث شد حتی دشمن نیز سخن او را بآورد کند. اسلام ناب،

رسانه را ابزار تبلیغ نمی‌داند؛ رسانه را امانت می‌داند. در این منطق،

اعتماد عمومی نتیجه صداقت صرف نیست، بلکه ثمره امانت‌داری در

روایت است. رسانه امانت‌دار، حتی وقتی واقعیت تلخ است، اعتماد

می‌آفریند نه اضطراب. اقتاع واقعی از دل راست‌گویی هوشمند می‌آید،

یعنی روایتی که هم حقیقت را می‌گوید، هم مصالح اجتماعی را پاس

می‌دارد. در سال‌های اخیر، بخشی از میدان رسانه‌ای ما گرفتار نوعی

«مدیریت بحران مبتنی بر پنهان‌کاری» شده است؛ جایی که گمان می‌رود

با روایت‌های ناقص، آمارهای گزینشی و عملیات‌های روانی سطحی

می‌توان جامعه را آرام نگه داشت؛ اما تجربه نشان داده این روش‌ها نه تنها

اعتماد عمومی را تقویت نمی‌کنند، بلکه در لحظه بحران، سرمایه اعتماد

را می‌سوزانند. بسیاری از کارشناسان مستقل سال‌هاست در جلسات

تخصصی و خصوصی هشدار می‌دهند که «روایت جزئی، روایت دشمن

را کامل می‌کند.» وقتی جریان رسانه‌ای ما به‌جای روشنگری، به رقابت در

عده‌سازی و ظاهرسازی می‌افتد، میدان اقتاع را به دیگران می‌سپارد. در

میان کارگردانان ایرانی و کتاب‌های داخلی بهتر شود. اینکه عمده کارگردانان ایرانی صرفاً بخوانند رمان‌های بسیار پرفروش یا شاهکارهای ادبی را اقتباس کنند، به هر ترتیب اقدام مثبتی است؛ اما قدم آغازین است. قدم بعدی گسترده‌تر شدن دایره اقتباس از کتاب‌هاست. اینکه صرفاً بخوامیم تمرکزمان را روی کتاب‌های ۳۰ سال پیش و قبل‌تر بگذاریم، نتیجه‌ای ندارد جز آنکه اقتباس به جای آنکه به صورت سلساختاریافته در یک فرایند سود ووظرفه بین بازار کتاب و رسانه‌های تصویری قرار بگیرد، بدل به یک اقدام فصلی می‌شود. سووشون و بامداد خمار کتاب‌هایی بودند که حتی اگر اقتباس نمی‌شدند، میزان چاپ استاندارد و سالانه خود را داشتند؛ اما ناگهان اقتباس بازی را عوض کرد. حالا سریال توانسته به کمک کتاب بیاید و تیراژها را بالاتر ببرد. بامداد خمار احتمالاً خیلی زود به تیراژ ۱۰۰ می‌رسد، همان‌طور که سووشون به چاپ پنجاه‌ویکم رسید. نمایش خانگی قدم‌های قابل‌توجهی را در اقتباس برمی‌دارد و سسال پیش هم با اقتباس از



می‌دهد. اگر این سطح از نفوذ به‌درستی شناسایی و مهار نشود، ساخت روایت و قدرت تحلیل از درون فرسوده می‌شود و دستگاه تصمیم، به‌جای انکار بر عقلانیت بومی، در منطق دشمن عمل می‌کند. در چنین شرایطی، ضعف ما در «پادفند غیرعامل رسانه‌ای» نیز آشکار است. در روزهای جنگ، مردم عملاً یی‌پناه بودند؛ نه اطلاعیه، نه دستورالعمل، نه حتی یک مرجع معتبر برای توضیح و راهنمایی. در مقابل، جبهه داخلی اسرائیل دقیق‌ترین دستورالعمل‌ها را برای شهروندانش منتشر می‌کرد. این تفاوت در ارتباط با مردم، تفاوت در عمق فهم از اعتماد عمومی است. مشکل دیگر، تعدد مراکز تصمیم و فقدان تمرکز واقعی است. هر نهاد کار خود را می‌کند، گاه حتی در تضاد با دیگری. این پراکندگی، هزینه جنگ را بالا می‌برد و مانع شکل‌گیری یک روایت منسجم و هوشمند می‌شود؛ اما در برابر این وضعیت، نباید به خطای معکوس دچار شیم و تصور کنیم با ایجاد قراگاه‌های مرکزی و ساختارهای سنگین می‌توان مشکل را حل کرد. تجربه نشان داده تجمع شکلی نهاده‌ها بدون وحدت فکری و داده‌ای نتیجه‌ای جز کندی و موازی‌کاری ندارد. آنچه نیاز است، نه تمرکز بر بورکراتیک، بلکه تمرکز شناختی و شبکه‌ای است، یعنی پیوند میان نهادهای تحلیلی، رسانه‌ای و میدانی در قالب شبکه‌ای هوشمند و منعطف. در چنین مدلی، تصمیم‌سازی به‌صورت توزیع‌شده انجام

می‌شود، اما روایت نهایی واحد و قابل اعتماد است. این همان تحولی است که باید به‌جای «قرارگاه‌سازی‌های نمایشی»، «برایش ساختار و زیرساخت واقعی ایجاد شود.

در نهایت، آسیب بزرگ‌تر درون خود ماست؛ ما نقدپذیر نیستیم. تحلیل‌ها را نمی‌شنویم، ساختار «شنیدن، بررسی و تصمیم» پیش از سطح فرماندهی وجود ندارد. تحلیلگر حذف می‌شود، بولتن‌نویس غالب می‌شود و حلقه بسته‌ای از گزارش‌های خوش‌ظاهر ذهن تصمیم‌گیران را تغذیه می‌کند. وقتی روایت‌های ناقص و یک‌جانبه در ساختار نهادینه شوند، دیگر کسی به دنبال عمق و تحلیل نمی‌رود، چون سیستم، اطمینان ظاهری را به فهم واقعی ترجیح می‌دهد.

آنچه امروز نیاز داریم، بازگشت به همان منطق اصیل اسلام ناب است؛ منطقی که در آن، اعتماد مردم سنگتر نخست است. بازسازی اعتماد عمومی با آرایش تبلیغاتی ممکن نیست؛ با روابان امین، تحلیل‌های صادقانه و روایت‌های کامل و انسانی ممکن است. مکتب نصرالله تنها نمونه‌ای از امکان این مسیر است: روایت صادق، تحلیلی و مبتنی بر کرامت انسان. جنگ شناختی را نمی‌توان با فریب برد، بلکه باید با حقیقتی منسجم، عمیق و باورپذیر به پیروزی رسید. تنها در این صورت، روایت خودی دوباره به منبع آرامش و اقتدار بدل خواهد شد.

۵