

چرا همکاری با VODها برای صدا و سیما سودآور است؟

## مصالحه یا مسابقه؟



سریال آتش و باد | سریال پست شیر | سریال راهبان کن

### گزارش

فاطمه تر کاوشند  
روزنامه‌نگار

به نظری می‌رسد تلویزیون زمین تولیدات نمایشی را به VOD واگذار کرده است. این درحالی است که با توجه به مخاطبان گسترده تلویزیون و مزیت‌های نسبی آن نظیر رایگان بودن، کابلی بودن، نفوذ در مناطق دورافتاده و محروم نسبت به مرکز و سایر ویژگی‌های منحصر به فرد، می‌تواند با زمینه‌سازی برای همکاری و تقاضای پلتفرم‌ها، قدرت و نفوذ خود را توسعه دهد. طبق گزارش پاییز ۱۴۰۱ فیلیمو، این پلتفرم پیش‌بینی کرده که میانگین تعداد کاربران فعالش که تا شهریور ۱۴۰۱ حدود یک میلیون و ۸۰۰ هزار کاربر بوده‌اند، تا پایان سال به بیش از یک میلیون و ۱۲۶ هزار کاربر برسد که این رقم، رشد ۱۵۴ برابری این پلتفرم را از سال ۱۳۹۵ نشان می‌دهد. نرخ رشد میانگین کاربران این پلتفرم نیز نشان می‌دهد که این روند، باسرعتی بیش از حد

### پرش ۲۴۰ درصدی تولید سریال نشانه چه بود؟

سال ۱۳۹۸ فیلیمو، رشد ۲۴۰ درصدی تولید سریال را در سال ۹۷ نسبت به سال ۹۶ گزارش کرده بود و تصریح می‌کرد «رشد تعداد سریال در شبکه نمایش خانگی از مبدأ سال ۹۴ تغییر زیادی داشته است با این حال تأثیر وی‌اودی‌ها بر این رشد در سال ۹۷ حائز اهمیت است.» اقبال تولیدکنندگان به وی‌اودی‌ها به عنوان تابعی از اقبال مخاطبان به این شبکه به سرعت ایجاد



### استفاده از همه ظرفیت موجود برای گسترش مرزهای فرهنگی

با رویکرد فراسازمانی و توسعه دادن مسأله تولید محتوای صوتی و تصویری به یک مسأله در سطح حکمرانی، نگاه فرصت‌محور به تقسیم کار میان تلویزیون و VODها قدرتمندتر می‌شود چرا که بستری مستعدتر را برای تقویت ارتباط‌های فرهنگی با سایر کشورها فراهم می‌آورد. ظرفیت چند دهه گذشته، مضیق‌های اقتصادی و ضرورت‌های پرکردن آنتن شبکه‌های داخلی، ایران را از توسعه قدرت خود در زمینه تولیدات صوتی و تصویری باز داشته درحالی که همان تعداد سریال‌های پر قدرت تولید شده نشان دادند که مخاطبان بالقوه زیادی در حوزه فارسی‌زبان و خصوصاً منطقه خاورمیانه، مشتاق نمایش تولیدات ایرانی هستند. تقسیم کار میان صداوسیما و پلتفرم‌های تولید و پخش محتوای صوتی و تصویری، بطور طبیعی به تقویت بنیه هر دو می‌انجامد و خصوصاً VODها به طبیعت نیاز خود، در معرض تبادل و خرید و فروش محتوا قرار دارند و هم‌اکنون هم استعداد زیادی در این زمینه از خود نشان داده‌اند. از طرفی تقویت کیفیت تولیدات استراتژیک تلویزیون هم می‌تواند عمق نفوذ ایران را در حوزه‌های مدنظرش افزایش دهد. تجربه جهانی هم نشان داده که حرکت همزمان پلتفرم‌های مختلف تولیدکننده محتوا، فرصت‌ها و ظرفیت‌های تبادل فرهنگی را افزایش می‌دهد.

انتظار در حال افزایش است. سؤال این است که با در نظر گرفتن فاکتورهای مؤثر مختلف مثل هجوم کارگردان‌ها، هنرمندان و تهیه‌کننده‌های شناخته شده به VOD، توسعه اینترنت، کاهش کیفیت و کمیت سریال‌های تلویزیونی ظرف دو سال آینده، نسبت تلویزیون و VOD چه چه صورت تغییر خواهد کرد. این روزها بر کسی پوشیده نیست توسعه دسترسی به اینترنت و شبکه نمایش درخواستی در کنار ماهواره، رقابت جدی دیگری را برای تلویزیون رقم زده است. سرعت اضافه شدن پلتفرم‌ها و صدور مجوزها از سوی ساترا نیز گواه دیگری است بر اینکه فعالان این بازار، پتانسیل رشد را در این زمینه شناخته‌اند. به علاوه وجود چند پلتفرم قدرتمند که بازیگران اصلی وی‌اودی‌ها هستند که قدرت‌شان هم ناشی از اقبال مخاطبان به آن‌هاست، نشان می‌دهد آینده موفق این شبکه توسط فعالان اقتصادی و فرهنگی آن‌ها، جدی‌تر از تلویزیون به رسمیت شناخته شده است. اما آمار بلافاصله رشد تولیدات نمایشی، مهم‌ترین فاکتور بلازمانی است که ابهامات زیادی را پیش روی آینده تلویزیون می‌گذارد.

جدی‌تر خود را نشان داد. سهولت دسترسی، تنوع موضوعی و ژانری و سبکی محصولات و قدرت انتخاب از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی بود که برای هر دو گروه، حتی با وجود موانع اقتصادی، جذابیت‌های زیادی ایجاد می‌کرد. حالا تنها تولیدات نمایشی اختصاصی فیلیمو در سال ۱۴۰۱ تاکنون به ۸ سریال «یاقی»، «جیران»، «سقوط»، «روزی روزگاری مریخ»، «راهبان کن»، «آکتور»، «دیو و ماه پیشونی» و «نیوکمپ» رسیده و نماوا نیز در همین

### ۱۹

سریال

در VODها از ابتدای سال ۱۴۰۱ تاکنون ۱۹ سریال تولید شده است که در مقایسه با تلویزیون رقم قابل توجهی است



تولیزون لااقل از جهت کمی از نمایش خانگی عقب افتاده است گزارش قبلی روزنامه ایران درباره مقایسه تولیدات نمایشی تلویزیون و نمایش درخواستی در پایان سال گذشته، در مجموع رقم ۳۵ اثر در تلویزیون در مقابل ۲۵ اثر در پلتفرم‌ها را نشان می‌داد. بنابراین مجموعه سال ۱۴۰۱ خوبی نشان می‌دهد که تولیدات این شبکه‌ها به نسبت سال‌های گذشته از جهت کمی بالا رفته است.

بر اساس اعلام روابط عمومی معاونت سیما در پاسخ به روزنامه ایران، تلویزیون نیز ۴ سریال «نون خ ۴» (ایام نوروز)، «گیلدخت»، «محاکمه»، «طعم طمع» را در شبکه یک، دو سریال «بچه‌زننگ» و «تب و تاب» را در شبکه دو، دو سریال «آتش و باد» و «بعدی نیکان» را در شبکه سه و سریال «ماه چراغ» را در شبکه پنج روی آنتن دارد. طبق همین استعلام تلویزیون ۷ سریال را هم در دست تولید دارد که «سلیمان فارسی» یکی از آن‌هاست. مجموعه این سریال‌ها، حاکی از پخش و تولید ۱۶ سریال است. فارغ از مقایسه کیفیت و میزان رضایت مخاطبان از تولیدات این دو، ضعیف شدن آنتن تلویزیون از حیث کمی نسبت به پلتفرم‌ها مشهود است و این مسأله به خودی خود در سوق دادن مخاطب به سمت

بسترهای جایگزین و افزایش احتمال جدایی همیشگی مخاطب از آنتن صدا و سیما، یک عامل اثرگذار محسوب می‌شود. ضمن اینکه باید توجه داشت بخشی از تولیدات نسبتاً پرمخاطب VODها یعنی انواع و اقسام شوها مثل تاک‌شوها و ریلیتی‌شوها در این مقایسه مدنظر قرار نگرفته‌اند.

### مسأله، رقابت سازمانی صدا و سیما با VOD است یا مدیریتی اقبال مخاطبان؟

به هر حال این موضوعی است که فراتر از یک مسأله در ارتباط با صدا و سیما باید به عنوان یک چالش با سؤال فرهنگی در سطح حکمرانی به آن نگاه کرد. مخاطبی که محصول مورد نظر خود را به لحاظ کمی یا کیفی در تلویزیون پیدا نکند، به سراغ کدام بستر خواهد رفت؟ ماهواره، پلتفرم‌های داخلی و شبکه‌های اجتماعی از گزینه‌های بالقوه موجود هستند و طبعاً تصمیم‌سازی‌ها باید به نحوی باشد که مخاطب را به سمت بسترهای نسبتاً کم‌آسیب‌تر سوق دهد. همین پرسش‌ها را می‌توان معطوف به تولیدکننده‌ها از نویسندگان گرفته تا کارگردان‌ها و تهیه‌کننده‌ها هم پرسید. هجوم کارگردان‌ها و نویسندگان جوان و نام‌دار به سمت وی‌اودی‌ها، یکی از عوامل رشد



سریال آتش و باد | سریال گیلدخت | سریال نون خ

کیفی این تولیدات است که متقابلاً به رشد تعداد مخاطب و رشد اقتصادی این شبکه‌ها نیز خواهد انجامید و تلویزیون را در موقعیت خطیرتری قرار خواهد داد.

### همکاری به نفع هر دو بستر است

اما همه این مسأله را می‌توان با تغییر رویکرد از «جایگزینی» به «هم‌گزینی» به گونه دیگری تکرست و راه حل‌های بهتری پیدا کرد. به نظر می‌رسد مدیران صدا و سیما، گزینه همکاری با پلتفرم‌ها را در حوزه تولیدات نمایشی در هیچ شکلی، گزینه‌ای قابل بررسی نمی‌دانند. هر چند که برخی اطلاعیه‌های «ساترا» به عنوان تنظیم‌گر حوزه VOD و البته بازوی صدا و سیما، نشان می‌دهد این بخش، بیش از تلویزیون باور دارد که همکاری به نفع هر دو بستر خواهد بود. طرح پیشنهاد بسته محتوایی حمایتی از سوی ساترا برای پلتفرم‌ها که در اردیبهشت‌ماه شامل مجموعه‌هایی چون «بچه محل»، «هوش سیاه»، «پژمان» و برخی دیگر بوده است و همچنین طرح پیشنهاد همکاری ساترا در تولیدات نمایشی پلتفرم‌ها، از نشانه‌های همین احساس نیاز دوسویه به همکاری است. با این همه شکل گیری این همکاری مشروط بر ایجاد نگاه فرصت‌محور در هر دو سو، یعنی صدا و سیما و پلتفرم‌هاست.

### نمایش خانگی: ظرفیت بزرگ داستان‌های ما



### یادداشت

علی اصغر عزتی پاک  
نویسنده

شخصاً چندان اهل سریال دیدن نیستم؛ بخصوص حالا که در میانسالی هشتم و احساس می‌کنم در این دوره، کارهای ناکرده آدم‌ها پیش از پیش خود را به رخ می‌کشند و زنگ هشدار از دست رفتن مجال‌ها، بلندتر از همیشه به گوش می‌رسد. اما و با این حال، فارغ از اخبار این حوزه پر تنب و تاب و پرمخاطب و امروزه فرهنگ‌ساز، نیستم و هیچ‌گاه هم خوشحالی و خرسندی قلبی خودم را از گرم شدن تنور سریال‌سازی ایرانیان در سال‌های اخیر پنهان نکرده‌ام، بخصوص که باهمان نرفته که اوایل دهه نود سده‌ای که گذشت، به دلیل خالی بودن دست‌مان از قصه‌سازی دنباله‌دار، مردم تشنه داستان دربه‌در دنبال ماجراهای آمریکایی‌ها، کره‌ای‌ها و ترکیه‌ای‌ها را گرفته بودند و چه بد روزگار بود. اما در این میان خوشبختانه اتفاقی افتاد و دری باز شد و فرصت بخش خصوصی دیده شد توسط سیاست‌گذاران فرهنگ کشور و شد آنچه باید. طوری که یک روز چشم‌باز کردیم و دیدیم که مردم با شوق و ذوق درحال پیگیری داستان‌های خودشان هستند! تردید نباید کرد که این یک پیروزی بزرگ در سیاست‌گذاری فرهنگی کشور بود و نیک به نمر نشست. حالا اما نگاه نغمه‌هایی از گوشه و کنار به گوش می‌رسد که انگار عده‌ای می‌خواهند این توفیق مهم فرهنگی را به بن بست بکشانند و ما و مردم‌مان را دوباره رهنمون شوند به جهان و حیات سریال‌های خارجی که هر روز تکثیر می‌شوند و هیچ نسبت آشکار فرهنگی‌ای هم با ما ندارند و نیز با بنهارهای پذیرفته‌شده اجتماعی‌مان. و این درحالی است که عموم قصه‌های مصور شده در سریال‌های نمایش خانگی کشورمان، به هر حال، به تأیید ارگان فرهنگی نظام رسیده است و از این صافی کم‌وبیش معقول عبور کرده.

البته بدیهی است که سازندگان این نمایش‌های پی‌دار عدد درصد در خدمت سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی نباشند، اما بی‌تردید لاقلاً بیش از پنجاه درصد همان بار را به دوش می‌کشند و این اصلاً طبیعت کار در این کشور است که هر اثر فرهنگی تولیدی‌اش لاجرم نسبتی دارد با هویت ملی و دینی‌اش. لابد سؤال می‌شود چگونه؟ پاسخ روشن است؛ با پرداختن به انسان ایرانی و مسائلیش؛ حالا اگر کم، اگر زیاد؛ با طرح گرفت و گیرهای ذهن و زندگی او و اصلاً با دیدن او و توجه به او در جهانی که رهزنی فکری و فرهنگی ویژگی و خصوصیت مهمش است. به علاوه اینکه این فعالیت‌ها و حرکت‌ها نشانه‌ای است از پویایی و نشاط فرهنگی کشور و کدام آدم خردمند است که این دستاوردهای مهم و اثرگذار را نادیده بگیرد که هنگام بررسی یک پدیده؟ نمی‌شود که نادیده گرفت. با این حال اما باز هم تأکید می‌کنم که این سیاستی است که جمهوری اسلامی پی‌ریخته و خود خواهان باگویی قصه‌های مردمش بوده. آیا رفتاری را معقول‌تر از این می‌توان سراغ گرفت؟ و آیا مبارزه با هجوم بی‌امان خیال

هر فرصتی برای قصه‌گویی غنیمت است  
سیکلوراما شوه جدیدی از قصه‌گویی است که در برخی از کشورها برای جلب توریست و آشنا کردن مخاطبان با قصه‌ها و تاریخ هر ملت استفاده می‌شود.

هر فرصتی برای قصه‌گویی غنیمت است  
سیکلوراما شوه جدیدی از قصه‌گویی است که در برخی از کشورها برای جلب توریست و آشنا کردن مخاطبان با قصه‌ها و تاریخ هر ملت استفاده می‌شود.

### دیار بزرگ راوی بخشی از جنگ‌های داخلی آمریکا در مرکز تاریخ آتلانتا

از زبان‌های متعدد به گوش‌های مختلف جانش‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی کشور که ظرف یک دهه اخیر رشد، وضعیت متفاوتی را ایجاد کرده که بر انتخاب‌های مخاطبان در میان بسترهای پخش و محتواهای آنها تأثیر جدی گذاشته است. اما صداوسیما به عنوان ارگان رسمی حاکمیت جمهوری اسلامی، مأموریت‌های مشخصی دارد که بطور طبیعی نمی‌تواند بخشی از این مخاطبان و علائق آنها را پوشش دهد. به علاوه بخشی از این مخاطبان هم به علت سیاست‌های جدید مدیران تلویزیون، از دایره‌ای که بالقوه می‌توانست وسیع‌تر باشد، جمعیت نسبتاً کمتری را پوشش می‌دهد که در افق حکمرانی، سیاست‌مطلوبی نیست. بنابراین همکاری با دست‌کم تقسیم کار تلویزیون و VODها می‌تواند در مجموع نیازهای تعداد بیشتری از مخاطبان را در حوزه سرگرمی و فیلم و سریال پوشش دهد و از این طریق، نفوذ سیاست‌های کلی حاکمیت را در طیف‌های مختلف بالا ببرد. واضح است که توسعه‌طلبی تلویزیون و تلاش برای حذف رقیب، می‌تواند در بلندمدت بخش گسترده‌ای از مخاطبان را بطور کلی از حاکمیت منقطع کند و نفوذ کلام آن را از زبان‌ها و دهان‌های مختلف برای اقشار و تفکرات و طیف‌های مختلف، مورد تهدید قرار دهد. در این بازی همه، حتی خود تلویزیون بازنده قطعی خواهد بود.

### افزایش قدرت مدیریت منابع محدود مالی

با توجه به منابع محدود مالی و فشار روزافزون اقتصادی بر تولیدات فرهنگی خصوصاً با مخارج بالای فیلم‌سازی، انتخاب‌گری در میان پروژه‌ها نه تنها ضروری است بلکه اجتناب‌ناپذیر هم به نظر می‌رسد. از طرفی، شکل‌گوش کار و فرایندهای سازمانی تولید فیلم در صداوسیما باعث پایین آمدن سطح بهره‌وری در فرایند تولید در صداوسیما شده که خود، یکی دیگر از عوامل هدررفت منابع مالی در این بستر است. این مسأله شاید مهم‌ترین عامل اثرگذار برافت کمی و کیفی تولیدات تلویزیون باشد و صداوسیما می‌تواند رویکرد «تقسیم‌گاره»، پلتفرم‌ها را راهی برای کاهش بار اقتصادی تولید سریال بر خود ببیند. به علاوه پلتفرم‌ها بطور طبیعی از طریق فروش تولیدات خود، درآمدزایی دارند درحالی که تلویزیون مصرف‌کننده بودجه دولتی است. از این رو افزایش سطح کیفی و تضمین رضایت و اقبال مخاطب برای تلویزیون از حیث اقتصادی، عامل حیاتی‌تری است چرا که پلتفرم‌ها تنها روی منابع مالی خود با ساخت یک سریال ضعیف، ریسک می‌کنند اما تداوم حیات فرهنگی و بطور غیرمستقیم اقتصادی تلویزیون، کاملاً وابسته به در نظر گرفتن ریسک پایین در سرمایه‌گذاری بر تولیدات نمایشی است. بنابراین همکاری تلویزیون با نمایش درخواستی از حیث اقتصادی می‌تواند فرصتی بزرگ را در اختیار آن قرار دهد.

### تمرکز بر تولیدات استراتژیک در تلویزیون

تا همین حالا هم روشن شده است که VODها به علل مختلف از جمله تقاضای مخاطبان، توانسته‌اند به میزان زیادی در ژانرها و سوزها و موضوعات سریال‌ها، تنوع ایجاد کنند. نیاز مخاطبان پلتفرم‌ها، ضرورت توسعه بسترهای سرگرمی‌سازی و رقابت با انبوه محتوای خارجی از دیگر علت‌هایی است که تولیدات این شبکه‌ها را به سمت تنوع بیشتر سوق داده است. اتفاقی که در طول بیش از سه دهه چندان در تلویزیون تجربه نشده و به همین علت، فرصت‌های زیادی را از مخاطب در صنعت فیلم و سریال دریغ کرده است. بنابراین اگر موضوع را فراسازمانی و مسأله‌ای در سطح حکمرانی تعریف کنیم، متوجه خواهیم شد که شبکه‌های ارتزاق‌کننده از سرمایه مستقیم مخاطب بطور طبیعی به سمت گرایش عامه‌پسند سوق پیدا می‌کنند و پس از مدتی، تولیدات آنها به سطحی از ابتذال و تکراری بودن می‌گراید. این موضوع همواره برای تولیدکنندگانی که از بودجه ملی، اقدام به تولید محتوا می‌کنند یک فرصت بزرگ می‌سازد تا پاسداران فرهنگ و هنر باشند و با فراغ بال و بدون دغدغه سرعت و پرکردن آنتن، بتوانند تولیدات جدی در ژانرهای سنگین‌تر نظیر تاریخی و مذهبی داشته باشند. تلویزیون می‌تواند با این رویکرد، منابع خود را به سمت تولیدات استراتژیک، ماندگار از حیث محتوایی و اثرگذار در بلندمدت نظیر آنچه در سریال‌های رده الف ویژه دنبال می‌شود، متعهد کند.