

# پنل وضعیت پلتفرم‌های ویدیویی در ایران: از کی‌رایت تا تلاش برای تغییر فرهنگ دانلود - دیجیاتو

آرش پارساپور | یکشنبه، ۰۲ تیر ۱۳۹۸

پنل وضعیت VOD ها در ایران در رویداد «موبایل سامیت ایران» برگزار شد. «مهدی شاملو» موسس آنتن، «احسان خرم» مدیرعامل تلویزیون، «محمدجواد یزدانی‌فر» مدیر محصول لنز ایرانشل و «امیر مستکین» دبیر ارشد دیجیاتو در این پنل درباره مشکلات و فرصت های پلتفرم‌های VOD گفتگو کردند.

«مهدی شاملو» مدیرعامل آنتن در ابتدای این پنل در پاسخ به این سوال که آیا VOD ها می‌توانند برنامه‌ای در حد و اندازه برنامه نود یا حالا خورشید صدا و سیما بسازند و مخاطب را دوباره با چهره‌هایی آشنا مانند عادل فردوسی‌پور یا رضا رشیدپور مواجه کنند، گفت:

«حجم تولیدات تصویری در صدا و سیما نسبت به تمام تولیدکنندگان محتوا بیشتر است. ما توان این را داریم که برنامه ای مثل نود بسازیم ولی آیا بازدهی خواهد داشت و یا توان پخش این برنامه را داریم؟ یک پلتفرم به این فکر می‌کند که مزایای برنامه‌اش چه باشد و آیا آن بازخورد مانند صدا و سیما و آن درآمد را دارد؟»



او معتقد است که با توجه به مجوزهای اعطا شده به VODها از سوی صدا و سیما، ممکن است بر سر راه ساخت برنامه‌هایی با مهره‌های بیرون رفته از صدا و سیما نیز به مشکل بخورند چرا که به نوعی صدا و سیما متولی قوانین آنهاست.

«محمدجواد یزدانی‌فر» مدیر محصول تلویزیون لنز نیز باور دارد که بازار VODها هنوز آنقدر بزرگ نشده و کاربران فعال آن به یک میلیون هم نمی‌رسند. یزدانی‌فر می‌گوید گستردگی و توسعه اینترنت در حال کمک به رشد این بازار است ولی همچنان راه درازی برای داشتن قدرتی در حد و اندازه تلویزیون پیش روی آنهاست.



«احسان خرم» مدیرعامل تلویزیون هم می‌گوید با اینکه سایت ششم ایران هستند و ۸.۵ میلیون کاربر ثبت شده دارند ولی در قیاس با جمعیت ایران و بینندگان صدا و سیما هنوز برای تحقق موضوعی همچون ساختن برنامه‌ای پرطرفدار و پردرآمد مثل نود، زمان زیادی باقی مانده است: «فکر می‌کنم اگر یک برنامه جدید در تلویزیون یا دیگر VODها شروع شود و از نو گل کند موفقیت بیشتری خواهد داشت تا ساخت ادامه یک برنامه محبوب در صدا و سیما.»



این سه مدیر در پاسخ به پرسشی دیگر مبنی بر اینکه آیا پلتفرم‌های ویدیویی ایرانی توانایی فعالیت برون‌مرزی برای داشتن دستیابی به فارسی‌زبانان کشورهای منطقه و البته درآمدزایی از آنها را دارند نیز پاسخ دادند.

مدیر محصول لنز باور دارد که این پلتفرم ویدیویی می‌تواند در کشورهای فارسی زبان منطقه رشد کند اما طبق مجوزی که از صدا و سیما دارند باید محتوایشان داخل ایران پخش شود: «در زمینه ورزشی که سازمان صدا و سیما یک محتوایی را خرید می‌کند در حقیقت برای ایران آن را خرید می‌کند.» او در پاسخ به این مساله که اگر موضوع مجوز حل شود، آیا به خاطر کپی رایت آنها می‌توانند برنامه‌های خود را در خارج کشور پخش کنند یا خیر می‌گوید: «خرید محتواها برای حفظ قانون کپی رایت به راحتی نخواهد بود. رقبای بین‌المللی هم کپی رایت را رعایت می‌کنند و مثلاً نت فلیکس محتوایی مخصوص آسیای شرقی می‌خرد.»

مدیرعامل آنتن باور دارد که یا محتوای خیلی فاخری باید در یک VOD باشد و یا خود پلتفرم مخاطبین زیادی دارد که محتواهای متفاوتی عرضه کند: «اینکه ما مخاطب در سطح بین‌الملل داشته باشیم در مارکت ما فعلاً جا نمی‌گیرد. کشورهای اسلامی روی محتوا حساس هستند و مثلاً به جای نت فلیکس IFLIX دارند که هدفش جامعه مسلمانان است. در دنیا کانتنت بر اساس جذابیت تولید می‌شود و ما بر اساس مصلحت آن را تولید می‌کنیم.»

مدیرعامل تلویزیون اما اذعان دارد که از سال ۹۱ مشغول تمرکز روی بازار بین‌المللی هستند: «واقعیت اینجاست که فعالیت در مارکت جهانی به شدت سخت است. یک و نیم میلیون ایرانی فارسی زبان در دنیا از تلویزیون استفاده می‌کنند اما خرید رایت بازی‌های فوتبال برای مجموعه‌هایی مثل ما سنگین است. یکی از مزایایی که PTVها نسبت به OTTها دارند ارتباط دو طرفه است و می‌توانند آمار بهتری داشته باشند و راحت‌تر می‌توانند آمار رفتاری مشتریان را داشته باشند و بتوانند برنامه ریزی بهتری برای کار در مارکت جهانی داشته باشند.»

## تغییر فرهنگ دانلود به استریم

موضوع بعدی که در این پنل مطرح شد مربوط به گرایش کاربران به واژه‌هایی همچون دانلود و رایگان بود. آیا با وجود سایت‌های دانلود فیلم که بدون سانسور و گاهاً رایگان محتوا را در اختیار کاربر قرار می‌دهند، می‌توان به آینده‌ی پلتفرم‌های ویدیویی در ایران امیدوار بود؟

خرم می‌گوید که از نظر اقتصادی هم به صرفه نیست که الان یک هارد خرید و درون آن فیلم جمع کرد: «تغییر رفتار کاربر از دانلود به استریم کار سختی است.» او با اشاره به رایگان بودن لینک‌های دانلود فیلم‌ها در سایت‌های فارسی می‌گوید: «ما ماه‌ها دنبال یک مجوز می‌گردیم ولی یک نفر بدون هیچ کاری محصول ما را برای رایگان به دانلود می‌گذارد. گردش مالی این سایت‌ها از بسیاری از سایت‌های قانونی بالاتر است.»



مدیر محصول لنز معتقد است که فیلم بدون سانسوری که برای دانلود گذاشته می‌شود برای مخاطب جذاب‌تر است ولی VODها هم سعی می‌کنند سانسور تا حدی باشد که محتوای فیلم به مشکل نخورد. شاملو نیز باور دارد که ایجاد یک سایت دانلود امروزه تبدیل به یک درآمدزایی خوب برای بعضی افراد شده است اما باید این فرهنگ عوض شود.

## درآمدزایی پلتفرم‌های ویدیویی

مدیرعامل آنتن در پاسخ به این پرسش که درآمدزایی از این پلتفرم‌ها در ایران به چه شیوه‌ای به شکل بهتری به نتیجه می‌رسد چراکه سلیق بازار ایران با سلیقه کاربر جهانی تا حدی متفاوت است، می‌گوید:

«آنتن سه برابر جمع دیگر IPTVها ترافیک دارد. برنامه مشخص ما این است که ما چهار و نیم میلیون کاربر رجیستر شده داشته باشیم. امسال قصد داریم در کنار یک سری سرویس‌های رایگان، سرویس‌های پولی و اشتراکی هم داشته باشیم.»

یزدانی‌فر با اشاره به جامعه‌های کوچکتر می‌گوید که این جوامع می‌توانند تبدیل به یک مارکت کناری قوی برای VODها باشند: «مثلا دانشگاه‌ها و یا جامعه پزشکان و یا کودکان و دیگر جوامع کوچکتر که می‌توانند مشتریان خاص یک سری برنامه شما باشند.» مدیرعامل تلویزیون نیز با اشاره به درآمدزایی از طریق تبلیغات که هم‌اکنون در این برنامه برقرار است می‌گوید:

«تلویزیون با آژانس‌های تبلیغاتی همچون مדיاد و تپسل همکاری‌هایی شروع کرده چرا که باور داریم پتانسیل درآمدزایی از پلتفرم ما خیلی بالاست ولی هنوز این پتانسیل رنگ واقعیت نگرفته است. برایمان جذاب است که محتواهای بیشتری به مجموعه‌مان اضافه شود. مدل درآمدزایی بر اساس تبلیغات به اکوسیستم اقتصادی کشور برمی‌گردد و در حال حاضر بازدهی قبلی را ندارد.»

## کپی رایت در VODها



شاملو با اشاره به قانون کپی رایت در ایران که قبل انقلاب به نگارش در آمده درباره برنامه‌های

ورزشی که از این مجموعه پخش می‌شود و نحوه تهیه آنها می‌گوید: «ما با سازمان‌هایی چون ABU در ارتباط هستیم و پارتنرهای دیگری هم داریم. اصولاً رایت روی بسترهای مختلف متفاوت است و می‌توان رایت روی IP گرفت و رایت روی برادکست. ما سعی می‌کنیم با سازمان‌های مختلف صحبت کنیم و با کسانی که کل یک پکیج را خریدند وارد مذاکره می‌شویم و بخشی از آن را می‌گیریم.»

مدیرعامل لنز نیز درباره رایت برنامه‌هایشان می‌گوید: «ما با Content Providerهایی که به شکل مستقیم با سازندگان محتوا قرارداد دارند، وارد ارتباط می‌شویم. Content Providerهایی هستند که در ایران فعالیت دارند و هزینه را به آنها داده و طبق مدارکی که به ما می‌دهند می‌فهمیم که پول به دست تولیدکنندگان محتوا می‌رسد.» مدیرعامل تلویزیون نیز با اشاره به محتوای صدا و سیما روی پلتفرم آنها مسئولیت تمام برنامه‌های روی این مجموعه را متوجه این سازمان می‌داند: «گاهی از دوستان نامه می‌گیریم که باید محتوای X اصلاً پخش نشود یا یک بار پخش شود.»

[دیجیاتو](#)