جام جم از پشت صحنه اقتصادی سایت «سینماتیکت» گزارش می‌دهد

سازمان سینمایی صباایده و شرکا

محمدصادق علیزاده

هنروادبیات

ظاهر کار این است که بین یک سایت فروش آنلاین بلیت سینما و دفاتر پخش سینمایی اختلاف پیش آمده. بحث هم یک اختلاف مالی و اقتصادی است. این‌که سایت مزبور برای تبلیغات از بدنه سینما، مبالغی را می‌گرفته و حالا یکباره این دریافتی‌ها را چند برابر کرده است. این تمام ماجراست. زیر پوست این ماجرا اما اتفاقات و ماجراهای دیگری وجود دارد که به اندازه کافی جذاب هم هست. ما در این گزارش رفته‌ایم دنبال همین واقعیت‌هایی که در لایه پنهان ماجرا حضور دارند. این‌که مثلا یکی از سهامداران این سایت فروش مکانیزه بلیت سینما از قضا یک سرویس دهنده مهم ویدئوی فارسی را هم تحت مالکیت دارد و در عین حال مالک یکی از مهم‌ترین و پر سر و صداترین VOD‌های فارسی هم هست. همه اینها شامه هر خبرنگار و روزنامه‌نگاری را تیز می‌کند که برود سراغ این پشت پرده‌ها و پشت صحنه‌ها.

نخ اصلی این گزارش را اختلاف اخیر پخش‌کنندگان سینما و سایت سینماتیکت به ما داد. سینمایی‌ها شاکی‌اند که سینماتیکت که در این سال‌ها به طور مشخص از نردبان تولیدات سینمایی بالا رفته و برند خود را جا انداخته است حالا یکباره قیمت تبلیغات خود را افزایش داده و در حال سوءاستفاده از این مقام و جایگاه خودش است. جزئیات این اختلاف را دوستان گروه سینما در صفحه ۱۱ بررسی کرده‌اند و اگر طالب دانستن بیشتر هستید همین الان و قبل از خواندن این گزارش بروید صفحه ۱۱. در این گزارش ولی ما به دنبال موضوع دیگری هستیم. دنبال این هستیم که ریشه‌های اقتصادی یکی از طرفین ماجرا را از نظر اقتصادی و مالکیت، تبارشناسی کنیم. در همین تبارشناسی هم به مسائل جذاب و جالبی برخوردیم.

محمدجواد شکوری مقدم، مدیرعامل صباایده

مالک سینماتیکت کیست؟

اولین سوالی که در ذهن هر فرد کنجکاوی پیش می‌آید این است که مالک سینماتیکت کیست. در بدو امر ما سراغ خود سینماتیکتی‌ها رفتیم و شماره‌ای که در سایت خودشان هم اعلام شده. تماس‌های چندباره با این شماره تلفن و گرفتن شماره روابط‌عمومی و تبلیغات به جایی ختم نشد. جست‌وجوهای ما حکایت از آن دارد که این مجموعه تحت مدیریت فردی به نام علی‌اصغر ترکیان است. ترکیان که بنیانگذار و رئیس هیات‌مدیره سینماتیکت محسوب می‌شود، این مجموعه را یک استارت‌آپ معرفی کرده که کارش را با چهار نفر شروع کرده و الان یک تیم ۳۵ نفره دارد.

آن‌طور که همکاران ما در مجله الکترونیکی شنبه می‌گویند، ترکیان متولد ۱۳۵۲ و فارغ‌التحصیل دانشگاه تهران است و در رشته برق با گرایش مخابرات درس خوانده. تحصیلاتش را هم تا مقطع کارشناسی ارشد ادامه داده است. متولد تهران است اما اصالت کاشانی دارد. جناب ترکیان از سال ۹۰ که سینماتیکت را راه انداخته تا حالا برای رساندن ایده اولیه‌اش به یک محصول قابل قبول زحمات زیادی کشیده. با همه اینها اما یک نکته جالب در حرف‌های جناب ترکیان با مجله الکترونیکی شنبه وجود دارد: «این استارت‌آپ سال ۹۵ با واگذاری کمتر از ۵۰ درصد از سهامش به شرکت صباایده، جذب سرمایه کرده است.» هرچند ترکیان دقیقا مشخص نکرده چه مقدار از سهام سینماتیکت به صباایده واگذار شده، ولی او ترجیح داده این رقم را زیر ۵۰ درصد معرفی کند.

صباایده کیست؟

تا اینجای کار مشخص شد بخشی از سهام سینماتیکت با حدودی زیر ۵۰ درصد در اختیار شرکت صباایده است. در باب این شرکت باید عرض کنیم صباایده یک شرکت هلدینگ بالادستی است. آن‌طور که در سایت خود صباایده آمده است، داستان این شرکت از سال ۱۳۸۳ شروع شده، زمانی که اینترنت خانگی پدیده‌ای نوظهور بوده. با این حال اصل شرکت به طور قانونی سال ۱۳۹۲ ثبت شده است. چهره کلیدی و شاخص این شرکت فردی است به نام محمدجواد شکوری‌مقدم. شکوری‌مقدم قبل از آن‌که خودش فرد شناخته‌شده‌ای باشد، محصولات و برندهای اصلی و فرعی تحت مدیریتِ شناخته‌شده‌ای دارد. از برندهای قدیمی مانند میهن بلاگ و کلوب گرفته تا برندهای جدیدتری مانند آپارات و فیلیمو و لنزور که این روزها خیلی شناخته‌شده‌تر هستند.

آپارات

شکوری‌مقدم به گفته خودش دانشجوی انصرافی رشته برق دانشگاه امیرکبیر است. او سرویس اشتراک ویدئوی آپارات را در سال ۱۳۸۹ راه‌اندازی کرده است ،زمانی که پیش از آن کلوب و میهن بلاگ را راه‌اندازی کرده و دنبال سرویسی می‌گشته که بتواند در محیط اینترنت ویدئو به اشتراک بگذارد و در نهایت هم تشخیص داده خودش آستین بالا بزند و یک سرویس راه‌اندازی کند. در چنین شرایطی بوده که آپارات متولد می‌شود. شکوری‌مقدم ابایی ندارد بگوید بخش زیادی از رشد و همه‌گیر شدن فعالیتش منوط به فیلتر بودن یوتیوب در ایران است. با این حال، او این موضوع را فرصتی می‌داند که در اختیار همه بوده و هر کسی می‌توانسته از آن استفاده کند.

بعضی شنیده‌ها حاکی است این سرویس با شرکت مخابرات در فروش پهنای باند شریک است. به بیان دیگر به دلیل آن‌که بخش زیادی از پهنای باند اینترنت داخلی توسط مخاطبان و مراجعان آپارات اشغال می‌شود با شرکت مخابرات وارد یک تفاهم دوجانبه شده و در منافع اقتصادی حاصل از آن شریک شده است. نکته قابل توجه دیگر آن‌که آپارات در سال‌های اخیر به حوزه برنامه‌سازی هم ورود پیدا کرده و برنامه‌های تولیدی و زنده متعددی را روانه پخش اینترنتی کرده است. البته پخش برنامه‌های زنده به دلیل شکایت صداوسیما فعلا متوقف شده است. این سرویس در حال حاضر بیش از ۳۴ میلیون بازدید ماهانه دارد و روی بیش از پنج میلیون تلفن همراه و تبلت نصب شده است. همچنین رتبه اول الکسا را هم میان سایت‌های ایرانی در اختیار دارد. ابتدای تمام ویدئوهای آپارات مانند یوتیوب، تبلیغات انجام می‌شود و از این ناحیه کسب درآمد خوبی برای آپارات فراهم کرده است. بماند که این برند به دلیل بعضی گلایه‌ها از جانب تولیدکننده‌های محتوا با حاشیه‌هایی روبه‌رو شده، حاشیه‌هایی از این قبیل که آپارات، تولیدکنندگان محتوا را در سود خود شریک نمی‌کند، در حالی که بسیاری از مراجعان با هدف تماشای این محتواها به آپارات آمده و پهنای باند اشغال می‌کنند.

۱۲ میلیارد تومان در حساب هیولا

از دیگر برندهای منظومه صباایده، برند شبکه VOD فیلیمو است. یک برند اختصاصی حوزه پخش فیلم و سریال بر بستر اینترنت که البته دارای نرم‌افزار و سایت اختصاصی هم است و با دریافت حق اشتراک از مخاطبان راه‌اندازی شده است. شکوری‌مقدم در یکی از معدود گفت‌وگوهای رسانه‌ای در سال گذشته با دیجیتاتو اعلام کرده به دنبال ساخت سریال اختصاصی برای فیلیموست. چیزی که محتوای اختصاصی فیلمیمو محسوب می‌شود. سریالی که «سبک مخاطب‌پسندی به همراه مایه‌هایی از طنز» دارد و برای فصل اول در ۲۸ قسمت ارائه می‌شود. شکوری‌مقدم پیش‌بینی می‌کند هزینه ساخت یک فصل از سریالی با کیفیت مطلوب بین ۱۰ الی ۱۴ میلیارد تومان است.

این‌که آیا قرار است واقعا این سریال ساخته شود یا نه هنوز مشخص نیست، اما طبق شنیده‌های ما در جام‌جم، مجموعه جناب شکوری‌مقدم معادل تقریبی همین عدد را برای خرید حق VOD یکی از سریال‌های اخیر شبکه نمایش خانگی هزینه کرده است. روی همین حساب هم بی‌دلیل نیست که یکباره چشم ما و شما پر می‌شود از تعداد زیادی از بیلبوردهای شهری و برون‌شهری در پایتخت که مهران مدیری و سریال «هیولا» را تبلیغ می‌کنند. سریالی که طبقه گفته سال گذشته شکوری‌مقدم «سبک مخاطب‌پسند» و «مایه‌هایی از طنز» دارد و در تیتراژ پایانی آن هم از شکوری‌مقدم تشکر شده است.

غول‌های اقتصادی فرهنگ

در ابتدای گزارش عرض کردیم که ظاهر قضیه فقط یک اختلاف مالی بین یک سایت فروش مکانیزه بلیت سینما و دفاتر پخش سینمایی است اما در باطن، مسائل و موضوعات جالب‌تری در جریان است. مسائلی که بعضا، اصل موضوع را به حاشیه برده و سوژه‌های جذاب دیگری را در اختیار ما روزنامه‌نگاران و رسانه‌ها قرار می‌دهد. حالا شاید بشود مدعی شد که ظاهر قضیه دعوای یک سایت سینمایی با سینماگران است اما باطن قضیه، پنجه در پنجه شدن غول‌های اقتصادی حوزه فرهنگ است. غول‌هایی که به دلیل سرمایه بالایی که در اختیار دارند بعضا می‌توانند سمت و سوهای حوزه فرهنگ را تعیین کنند. ما در جام‌جم در ادامه سراغ بعضی دیگر از این غول‌ها خواهیم رفت.

پرتره

کزازی از تاثیرات شاهنامه بر ادبیات معاصر می‌گوید

منزوی، فردوسی و حماسه غزل‌ها

میرجلال‌الدین کزازی، نویسنده و شاهنامه‌پژوه را به‌واسطه نوع خاص حرف زدنش خیلی‌ها می‌شناسند و دوستش دارند. او روز گذشته در گفت‌وگویی که با ایسنا داشته درباره خواندن ادبیات و به خصوص ادبیات معاصر صحبت کرده است. او شاهنامه را موثرترین کتاب ادبیات کهن فارسی دانسته که بر آثار ادبیات معاصر اثر گذاشته است. او در این باره می‌گوید: من می‌انگارم که بیشترین کارکرد و اثر را در ادبیات معاصر، فردوسی داشته است و شاهنامه او.

این نویسنده و پژوهشگر درباره نمود و تاثیر آثار ادبی کهن در ادبیات معاصر اظهار می‌کند: ادب کهن بی‌گمان در آفریده‌های ادبی نو اثر می‌گذارد و پدیدار می‌شود. از نگاهی فراخ می‌توان گفت این اثرگذاری را در دو گونه بخش می‌توان کرد که یکی اثرگذاری آشکار و دیگری اثرگذاری نهان است.

او می‌افزاید: یکی از نمودهای اثرگذاری آشکار که به‌ویژه با این سالیان بیشتر مرا دید می‌آید، این است که پاره‌ای از کالبدهای سخن فارسی را در این روزگار نیز سخنوران در کار می‌آورند در کالبدهایی مانند غزل یا چارانه (رباعی) یا دوگانه (مثنوی) یا حتی چامه (قصیده) که این‌گونه از اثرگذاری، «اثرگذاری ریخت‌گرایانه» نامیده می‌تواند شد. گونه دیگر اثرگذاری، اثرگذاری نهان و درتنیده در آفریده ادبی است. این اثرگذاری را می‌توانیم اثرگذاری «پندارشناختی» یا گاهی «معنی‌شناختی» بنامیم.

از این نامگذاری کم و بیش آشکار می‌شود که چگونگی اثرگذاری گونه دوم کدام است. اثرگذاری ادب کلاسیک پارسی در آن‌چه ادب نو می‌توانیمش نامید، در این‌گونه، برمی‌گردد به اثری که بسترهای معنی‌شناختی کهن در سروده‌های نو دارند.

کزازی سپس می‌گوید: خواست من از بستر آن پندارها و پیام‌هایی است که دیگر بار در سروده‌های این روزگار به کار گرفته می‌شوند، اما سخنور بهره‌ای دیگر از آنها می‌برد.

اگر بخواهم به واژه بستر بازگردم و بر پایه آن نگاره و انگاره‌ای پندارینه را به کار بگیرم، می‌توان گفت که بستر کهن است، اما آنچه در بستر می‌آرمد نو است و امروزینه.

او با اشاره به گونه دوم تاثیر «شاهنامه» فردوسی در ادبیات معاصر نیز بیان می‌کند: از گونه دوم هم اگر بخواهم نمونه‌ای بیاورم، آن نمونه غزل‌هایی است که هرچند در پیکره غزل هستند و می‌باید سروده بزمی باشند اما در پیام و اندرون، حماسی، باشکوه و شاهنامه‌ای هستند؛ مانند پاره‌ای از غزل‌های روان‌شاد حسین منزوی. این‌گونه از غزل را کسانی غزل حماسه نامیده‌اند تا پیوند غزل را با حماسه بیشتر آشکار بدارند.

پشت صحنه

مافیابازی دو طرفه

همین که هر روز از همدیگر می‌پرسیم «پشت صحنه رو کی می‌نویسه؟»، یاد شعر فریدون مشیری هم می‌افتیم، همان شعر معروفی که می‌گوید «زندگی عرصه یکتای هنرمندی ماست...» و آخرش هم می‌رسد به «خرم آن نغمه که مردم بسپارند به یاد».

خلاصه که در این گروه فرهنگ و هنری که می‌خوانیدش هر روز شعر و ادبیات حضور پررنگی دارد و نمی‌شود میان حرف‌های جدی یا شوخی و خنده‌ها گذرمان نیفتد به شعر و داستان و ادبیات. البته امروزه سوژه هایمان برخلاف این حال و هوای همیشگی گروه، کاری با شعر و داستان ندارد و در عوالم دیگری سیر می‌کند.

امروز دو مطلب مرتبط با هم داریم که می‌توانید با خواندن شان تلاش همکارانمان را برای شفاف‌سازی یک درگیری ببینید. در دو صفحه دیگر هم اتفاقات جالبی بررسی شده است.

اول برویم سراغ صفحات دنباله‌دارمان. در صفحه ۱۱ گروه سینما رفته سراغ ماجراهایی که سینما تیکت رقم زده است.

این سایت که به‌طور انحصاری فروش بلیت سینما را دارد، سر ناسازگاری با تهیه‌کننده‌ها برداشته و به‌طور ناگهانی تعرفه آگهی‌ها را سه برابر کرده است.

کانون پخش‌کنندگان هم طبیعتا نسبت به این اتفاق واکنش نشان داده و سینما تیکت را تهدید کرده که اگر رویه‌اش را اصلاح نکند، تحریمش خواهد کرد.

گروه سینما در این گزارش رفته سراغ دو مافیایی که با هم در حال جنگ و ستیز هستند و ابعاد مختلف این ماجرا را بررسی کرده است. بخوانید و ببینید چه خبر است. اما در همین صفحه ۹ هم دبیر همیشه قلم به دست و پیگیر گروه فرهنگی محمدصادق علیزاده رفته سراغ سینما تیکت و از همین موضوع هم رسیده به صبا ایده هلدینگی که سینما تیکت، آپارت، فیلمیمو و .... را اداره می‌کند.

البته علیزاده قبل‌تر هم سراغ چنین سوژه‌هایی رفته و سعی در شفاف سازی موارد بسیاری داشته است.

در صفحه ۱۰ می‌توانید درباره نمایشگاه قرآن امسال بخوانید و ببینید آنجا چه خبر است.

بعد هم دست خانواده را بگیرید و در این ماه مهمانی خدا سری به این رویداد معنوی بزنید. برنامه‌ها و بخش‌های نمایشگاه قرآن در گزارش معرفی و شرح داده شده و می‌توانید با خواندنش برای حضور در این رویداد برنامه ریزی کنید.

در صفحه ۱۲ هم به افطاری رئیس‌جمهور با اهالی فرهنگ و هنر پرداخته‌ایم. می‌توانید در این صفحه به تمام آنچه در این مراسم گذشته، نگاهی بیندازید. البته در این گزارش صرفا به اتفاقات و حاشیه‌ها نپرداخته‌ایم و رفته‌ایم سراغ این که رئیس جمهور در دیدار با هنرمندان چه گفته و چه اهدفی را دنبال کرده است.