

شبکه سه از پخش جام جهانی چقدر درآمد کسب می‌کند؟

صدا و سیما از فرصت سه هفته‌ای جام‌جهانی نهایت استفاده را کرده تا ضررهای مالی ناشی از کمبود مخاطب خود را جبران کند.

به گزارش سایت خبری پرسون، چند روز پیش بود که سایت بین اسپرت یک خبر درباره یک اتفاق جالب از بازی ایران-انگلیس داد. خبر این بود که این بازی با ۸۰ میلیون مخاطب، جزو سومین بازی پربیننده در رقابت‌های ۲۰۲۲ قطر است. همان بازی که در مرحله مقدماتی، ایران ۶ بر ۲ نتیجه را به انگلیس واگذار کرد.

بازی‌ای که در بیش از ۲۵ شبکه تلویزیونی روی آنتن رفت و بعد از بازی عربستان-آرژانتین با ۱۱۱ میلیون مخاطب و قطر-اکوادور با ۹۹ میلیون بیننده، جایگاه سوم را به عنوان پربیننده‌ترین بازی‌های مرحله مقدماتی به نام خود ثبت کرد.

این بازی حتی رکورد شبکه بی‌بی‌سی را هم شکست و پیرو همین ماجرا کمپانی «Barb» اعلام کرد این مسابقه در بالاترین حد خود ۸.۱ میلیون مخاطب داشته است.

فردای روزی که سایت بین اسپرت آمار مخاطبان را اعلام کرد، سازمان صداوسیما قیمت تیزرهای تبلیغاتی‌اش را منتشر کرد. تعرفه تبلیغاتی‌ای که صداوسیما داشت، در کم‌ترین حالت ۷ میلیارد و ۲۹۰ میلیون تومان و در بیش‌ترین حالت ۱۳ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان بود. این تعرفه‌ها برای ۲۰ ثانیه تبلیغات تعریف شده، در واقع صداوسیما برای هر یک ثانیه تبلیغات از شبکه سه در کم‌ترین حالت ۳۶۴ میلیون تومان و در بیش‌ترین حالت ۶۸۵ میلیون تومان دریافت می‌کند.

سود پخش فوتبال از سریال بیشتر است؟

با این جدول مشخص می‌شود که صداوسیما هزینه پخش تبلیغات را دوبرابر کرده؛ پیش از پخش مسابقات جام جهانی گران‌ترین تبلیغات شبکه سه سیما برای زمان پخش سریال ثانیه‌ای ۳۲۷ میلیون تومان بود اما برای مسابقات فوتبال در کم‌ترین حالت از ثانیه‌ای ۳۶۴ میلیون تومان شروع می‌شود. همین مسئله نشان می‌دهد سودی که صداوسیما از پخش فوتبال به دست می‌آورد خیلی بیش‌تر از پخش سریال است.

در واقع تلویزیون نمی‌تواند از سریال‌سازی خود پول دربی‌آورد، به همین دلیل از فرصت سه هفته‌ای جام‌جهانی نهایت استفاده را کرده تا ضررهای مالی ناشی از کمبود مخاطب خود را جبران کند.

نکته بعد اینکه صداوسیما تنها هزینه مضاعفی که برای این بازی‌ها پرداخت کرده، خرید حق پخش بازی‌ها است که آن هم از بودجه دولتی قابل تامین است، ضمن اینکه از مردم هم مالیات دریافت می‌کند پس این پول هنگفت را برای چه مسئله‌ای می‌خواهد؟ آیا قرار است تغییر و تحول جدیدی از در صداوسیما رخ دهد؟

دست خالی سینما از جام جهانی

البته در این میان تنها صداوسیما بود که سود کرد و دست سینما خالی ماند چرا که، سینماداران از چهارماه پیش قصد داشتند تا مسابقات جام‌جهانی را روی پرده سالن‌های سینمایی ببرند اما در لحظات آخر این ماجرا منتفی شد و تنها ۱۴ هزار و ۳۳۷ مخاطب توانستند بازی ایران آمریکا را در سینما تماشا کنند. سود حاصل از این اتفاق برای سینمای روبه زوال و بدون حمایت دولتی، تنها ۶۰۹ میلیون و ۶۰ هزار تومان بود که فقط به ۱۰۳ سالن سینمایی آن هم در چهار شهر تهران، قزوین، مشهد و نیشابور اختصاص یافت.

در مقابل اگر فرض را بر این بگذاریم که تلویزیون قبل و بعد از بازی تبلیغاتی انجام نمی‌دهد و فرض دیگر اینکه در نیمه دو بازی تنها ۵ دقیقه تبلیغات برگزار می‌کند؛ در نتیجه، تلویزیون در کم‌ترین حالت خود ۱۰۹ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان و در بیش‌ترین حالت ۲۰۵ میلیارد و ۵۰۰ میلیون درآمد به دست می‌آورد.

اگر میانگین این ارقام را در نظر بگیریم درآمد تلویزیون چیزی حدود ۱۵۷ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان است. بیا باید این پول را برای ۶۴ بازی لحاظ کنیم یعنی در حدودی‌ترین حالت، تلویزیون ۱۰ هزار و ۸۰ میلیارد تومان فقط در ۲۲ روز به دست خواهد آورد و این رقم دو برابر بودجه کل سازمان در سال ۱۴۰۱ است. در صورتی که کل سود سینما ۶۱۰ میلیون تومان بود.

چند میلیون نفر بازی را از صداوسیما دیده‌اند؟

یکی از ایرادهایی که به سازمان صداوسیما وارد می‌شود، این است که این رسانه خودش را ملی می‌داند اما همه چیزش پنهانی است. صداوسیما هیچ

اطلاعاتی نمی‌دهد و معلوم نیست که چند میلیون نفر بازی‌های جام جهانی را تنها از این رسانه تماشا کردند.

منبع: خبرآنلاین