

فرهنگ



سازمان صدا و سیما به نوعی با فقر خبرگان و متخصصین مواجه شده و مجبور است برای ادامه بقا دست به دامن افراد وفادار به سازمان شود به همین دلیل شاهد حضور مجریان و برنامه‌سازان در عرصه‌های مختلف اجرایی هستیم که تاکنون برنامه‌های فرهنگی - مذهبی را به روی آنتن می‌بردند اما اکنون دعوت به حضور در برنامه‌های سال تحویل شدند و برخلاف پرستیژ اجرایی خود اقداماتی برای ایجاد شادی مردم داشته باشند

ادامه نیز بتوانند نسبت به ساخت آنها اقدام کنند. این مجری رسانه ملی تصریح می‌کند: بودجه شبکه نمایش خانگی کمتر از تلویزیون نیست، چرا که با یک حساب سرانگشتی درمی‌یابیم این شبکه‌ها نیز برای ساخت یک برنامه، هزینه‌های بسیاری را مصرف می‌کنند، اما مقایسه برنامه‌های بخش خصوصی با بخش دولتی کار غلطی است، چراکه هدف‌گذاری‌های متفاوتی را دنبال می‌کنند.

تلویزیون تنها بازیگر رسانه‌های تصویری نیست

میلاذ زارعی کارشناس ارشد رسانه، اظهار می‌کند: نخستین موضوعی که وجود دارد این است که باید بیدیریم، تلویزیون دیگر تنها بازیگر فضای رسانه ویدیویی کشور نیست و در حال حاضر شبکه‌های ویدیویی همچون اینستاگرام و پلتفرم‌های پخش رسانه‌های ویدیویی مثل فیلیمو، نماوا و فیلم نت بازیگرانی هستند که در این فضا فعالیت می‌کنند.

وی ادامه می‌دهد: تا سال‌های گذشته بسیاری از این پلتفرم‌ها بازنشر کننده ویدیوها و فیلم‌های دوبله شده صدا و سیما بودند و فعالیت مستقل و با کیفیتی از خود ارائه نمی‌دادند، اما در سال‌های اخیر با سرمایه‌گذاری مناسبی که انجام دادند سریال‌سازی را آغاز کردند که صدا و سیما در صورت تمایل به ساخت چنین محتواهایی نیز با وجود داشتن خط قرمزهای بسیار نمی‌تواند نسبت به ایجاد مدیایی مشابه اقدام کند. این کارشناس ارشد رسانه می‌گوید: اتفاقی که شاهد بودیم سرمایه‌گذاری پلتفرم‌ها برای ساخت سریال‌های با کیفیت و استفاده از عوامل و بازیگرانی حرفه‌ای و کاربلد که در تمام این سال‌ها به دنبال فرصتی برای قطع همکاری با صدا و سیما به دلیل وجود خط قرمزهایی که در این رسانه وجود داشت بودند، اما چون این فضا منبعی برای درآمد و امرار معاش هنرپیشگان به حساب می‌آمد امکان قطع همکاری وجود نداشت.

وی می‌گوید: از زمانی که رقبای حاضر در این پلتفرم‌ها پرقدتر ظاهر شدند و علاوه بر ساخت فیلم‌های سینمایی به ساخت سریال‌های چندین فصلی، مستند و تاک‌شوهای با کیفیت روی آوردند، تهیه‌کننده‌های قدیمی و با سابقه صدا و سیما، عوامل و بازیگرانی که از بدنه این سازمان جدا شده بودند اکنون جذب این شبکه‌ها شدند.

زارعی تصریح می‌کند: شما تصور کنید که مربی و بازیکنان یک تیم ورزشی گرفته شود و فقط به آن بودجه تعلق گیرد این مثال عینی برای حال حاضر سازمان صدا و سیمای کشور با چندین هزار نیروی مشغول به کار است، لذا زمانی که این بودجه در اختیار اشخاص باسواد و کاردان قرار نگیرد نمی‌توان شاهد توفیقات چندانی بود.

صدا و سیما گوشت را به جای چاقو با قاشق خرد می‌کند

وی خاطر نشان می‌کند: با توجه به اینکه شکار سلبریتی‌ها توسط پلتفرم‌ها اتفاق افتاده است، در حال حاضر برخلاف دارا بودن بودجه بسیار زیاد سازمان صدا و سیما، سطح تولیدات و کیفیت آثار آن به قدری نازل شده است که شاید مدیران این سازمان نیز بتوانند به راحتی این موضوع را تصدیق کنند که یکی از ضعیف‌ترین عملکردها را در سال گذشته و امسال شاهد بودیم. این کارشناس ارشد رسانه می‌افزاید: هنگامی که مواد و متربالی برای ساخت در اختیار نداشته باشیم خود باعث ایجاد کمبودهایی می‌شود، اما زمانی که سازنده را نیز از ماجرا حذف کنیم در عمل هیچ اقدام مؤثری برای تولیدات جدید نمی‌توان انجام داد و با فقدان نیروهای خبره به صرف داشتن بودجه بسیار، نمی‌توان فضای رضایت‌بخشی ایجاد کرد.

زارعی می‌گوید: سازمان صدا و سیما به نوعی با فقر خبرگان و متخصصین مواجه شده است و مجبور است برای ادامه بقا دست به دامن افراد وفادار به سازمان شود به همین دلیل شاهد حضور مجریان و برنامه‌سازان در عرصه‌های مختلف اجرایی هستیم که تاکنون برنامه‌های فرهنگی - مذهبی را به روی آنتن می‌بردند اما اکنون دعوت به حضور در برنامه‌های سال تحویل شدند و برخلاف پرستیژ اجرایی خود اقداماتی برای ایجاد شادی مردم داشته باشند. وی تصریح می‌کند: هنگامی که رسانه از دست آدم‌های کاربلد خارج می‌شود و بدون توجه به سلیقه مخاطب اقدام به ساخت محتواهای به اصطلاح «آنتن پرکن» می‌کند، طبیعی است که شما مجبورید با قاشق سوپ خوری گوشت را خرد کنید، اتفاقی که در سازمان صدا و سیما شاهدیم این است.

این کارشناس رسانه خاطر نشان می‌کند: اگر صدا و سیما اقدام مؤثری برای جبران این کمبودها انجام ندهد شاهد رشد و پیشرفت هرچه بیشتر این پلتفرم‌ها خواهیم بود و در ادامه با ریزش حداکثری متخصصین در رسانه ملی و ورود و جذب آنها به شبکه‌های نمایش خانگی، به طور قطع شاهد حذف رسانه ملی از نگاه مخاطب و جایگزینی بلاغوس آن با پلتفرم‌های نمایش خانگی خواهیم بود.

زارعی ادامه می‌دهد: این یک نگاه سیاسی نیست، بلکه یک دید کارشناسی از منظر اجتماعی و اقتصادی است چراکه اگر ریزش‌ها ادامه‌دار باشد علاوه بر اتلاف نیروی انسانی، شاهد دورریز اقتصادی نیز خواهیم بود، چنانکه مسئولان سازمانی نیز با ایجاد شبکه‌هایی همچون رویکا و تلویویون متوجه این امر شده‌اند که با برند سازمانی صدا و سیما طبق خواست و سلیقه مخاطب نمی‌توانند مسیر را طی کنند.

وی می‌گوید: با این فرایند و با وجود چنین محدودیت‌هایی که در صدا و سیما وجود دارد نمی‌توان شاهد پیشرفت، نوآوری و توسعه برنامه‌های این سازمان برای اغنا کردن سلیقه مخاطبان باشیم و تازمانی که برنامه‌سازان با دریافت دستمزدهای خوب و بدون وجود ممیزی می‌توانند در شبکه‌های نمایش خانگی به فعالیت هنری خود ادامه دهند حاضر به حضور در این سازمان نخواهند بود. منتظریم تا اقدام صدا و سیما را برای تحول در سال جدید در این اکوسیستم ببینیم.

زهرا بقولی زاده

خبرنگار



نوروز ۱۴۰۲ و ماه مبارک رمضان را در حالی سپری می‌کنیم که تلویزیون ملی کشور با خلأ برنامه‌ها و سریال‌های جذاب نتوانسته مخاطبان همیشگی را از خود راضی نگه دارد و با ریزش حداکثری بیننده‌ها روبه‌رو شده است. حال سؤال اینجاست که آیا برنامه‌سازان و مدیران رسانه‌ای کشور برنامه‌ریزی برای این رکود قابل پیش بینی نداشته‌اند؟

با تقارن عید سعید فطر و عید نوروز از سال ۱۳۷۲ و پخش جنگ «نوروز ۷۲»، تهیه و پخش برنامه‌ها و سریال‌های نوروزی به طور روتین و سالانه کلید خورد و پس از آن برنامه‌سازان این بازه از زمان را فرصتی مغتنم برای به تصویر کشیدن بهترین آثار خود یافتند؛ به طوری که در چند سال گذشته شاهد مارا تن نفسگیر در بین شبکه‌های مختلف سیما برای ارائه برگ برنده بودیم، اما با گذشت زمان و در خلال رخدادهای اجتماعی و سیاسی به وجود آمده در ماه‌های اخیر کشور، تلویزیون ملی به یک‌باره با فقر سرمایه‌های خود روبه‌رو شد؛ غیبت چهره‌های شاخص و سرشناسی که یا خود تمایل به حضور در قاب تصویر نداشتند و یا صدا و سیما علاقه‌ای برای همکاری با آنها از خود نشان نداد، که این اتفاق نیز به نوعی معلولی بر این رکود است، آنچنان که در دو هفته ابتدایی سال ۱۴۰۲ سفره خالی تلویزیون بیش از هر زمان دیگری مخاطب را از همراهی این جعبه جادویی دلسرد کرده است.

مخاطبانی که در سال‌های گذشته وفاداری و همراهی خود را با تلویزیون ملی نشان دادند اما نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد ساخت برنامه‌های جدید نتوانسته سلیقه مخاطبان را راضی نگه دارد و سریال «نون خ ۴» شاید تنها روزنه امید حفظ مخاطبان باشد.

با نگاهی سطحی نیز درمی‌یابیم که شبکه‌هایی همچون تماشا و آی فیلم با بازپخش سریال‌های پرطرفدار سال‌های گذشته به مدد مدیران و برنامه‌سازان آمده‌اند تا تلاشی جهت حفظ علاقه‌مندی مخاطب کرده باشند و این خلأ محتوایی کمتر به چشم بخورد و وزن افت کمی و کیفی برنامه‌ها را جبران کنند. اکنون نیز کاربران فضای مجازی به مقایسه سریال‌های پخش شده در شبکه‌های خانگی پرداختند، لذا این شبکه‌ها درحالی که تنها سه پلتفرم را در اختیار دارند و با هزینه بخش خصوصی اداره می‌شوند در مقایسه با ۱۴ شبکه رسانه ملی با بودجه‌ای نزدیک به ۱۴ هزار میلیارد تومان از قسمت دولتی و بازرگانی، عملکرد موفق‌تری از خود نشان دادند و با ساخت و نمایش سریال‌های جدید گوی سبقت را ربودند و به کوچ مخاطب از تلویزیون به سمت این شبکه‌ها دامن زدند.

تلویزیون بیننده خود را دارد

مجید یحیایی از چهره‌های جوان و یکی از مجریان برنامه سال تحویل شبکه دو سیما با نظری متفاوت به خبرنگار «ایران» می‌گوید: تلویزیون در این مقطع نهایت تلاش خود را برای ساخت برنامه‌های جدید و متنوع انجام داده است و نمی‌توان ادعا کرد عملکرد موفق‌تری نداشته است؛ چراکه طبق نظرسنجی‌ها و تعاملاتی که با مخاطبان صورت گرفته نشان می‌دهد، برنامه‌سازان تاکنون در جلب نظر مخاطبان موفق بوده‌اند، اما اینکه صحبت از کاهش بیننده می‌شود به سلیقه و انتخاب افراد بستگی دارد و تقصیری متوجه افت کیفیت برنامه‌سازی نیست.

همچنین درصد مشارکت افراد در ساعات مختلف پخش

برنامه‌ها متفاوت است و نمی‌توان انتظار داشت برنامه‌هایی که در صبحگاه پخش می‌شود با برنامه‌هایی که هنگام افطار به روی آنتن می‌رود به یک اندازه بیننده داشته باشد.

وی می‌افزاید: نبود حضور چهره‌های مطرح دلیلی بر کاهش کیفیت برنامه‌ها نیست چراکه باید فرصتی نیز در اختیار نیروهای تازه قرار گیرد تا بتوانند مجالی برای به نمایش گذاشتن توانمندی خود داشته باشند.

افرادی که به تازگی به قاب تصویر اضافه شده‌اند نیز دارای استعدادهایی هستند که با تلاش بسیار در این جایگاه قرار گرفته‌اند و نباید آنها را با افراد مطرح و باتجربه‌ای که از سالیان گذشته در این زمینه فعالیت می‌کردند مقایسه کرد، چراکه هرکس در جایگاه خودش نیازمند فرصت آزمون و خطا است.

وی همچنین می‌گوید: برای ساخت برنده‌های جدید در تلویزیون باید به نیروهای جوان فرصت داد تا بتوانند از یک نقطه‌ای شروع کنند تا به محبوبیت برسند، فرصت رشد داشته باشند، بتوانند جایگاه مناسبی بدست آورند و در گذر زمان جایگزین برنده‌های قدیمی شوند.

برنامه‌های پخش شده تلویزیون در نوروز ۱۴۰۲ مشابه هیچ سالی نیست

یحیایی ادامه می‌دهد: هم تلویزیون نیازمند چهره‌های شناخته شده است و هم این چهره‌ها برای بیشتر دیده شدن نیازمند حضور در رسانه ملی هستند و این یک تعامل دوسویه است.

در سال‌های گذشته سرمایه‌گذاری‌های بسیاری روی چنین شخصیت‌هایی انجام شده است؛ اما اگر بنا به تصمیم فردی، تمایل به حضور در قاب تصویر ندارند نمی‌توان رسانه را مقصر شناخت.

وی اظهار می‌کند: برنامه‌هایی که اکنون از شبکه‌های مختلف سیما در حال پخش هستند با فرم و قالب جدیدی ارائه می‌شوند که در سال‌های گذشته نمونه‌ای شبیه به آن را در کشور نداشتیم، به همین منظور محک خوبی برای برنامه‌سازان وجود دارد که اگر این برنامه‌ها با اقبال عمومی مواجه شد، در



بودجه شبکه نمایش خانگی کمتر از تلویزیون نیست، چرا که با یک حساب سرانگشتی درمی‌یابیم این شبکه‌ها نیز برای ساخت یک برنامه، هزینه‌های بسیاری را مصرف می‌کنند، اما مقایسه برنامه‌های بخش خصوصی با بخش دولتی کار غلطی است، چراکه هدف‌گذاری‌های متفاوتی را دنبال می‌کنند