



روزنامه فرهنگ و هنر

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی هنری وصف صبا
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا شفیعی
دبیر تحریریه: امیر افشار فتوحی

www.rooznamehsaba.com

rooznamehsaba

تهران - خیابان آیت الله مدنی - کوچه خجسته منش - پلاک ۵
تلفن: ۶-۷۷۵۸۲۴۲۲ فکس: ۷۷۵۴۸۲۴۵
چاپ: موسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران
توزیع: نشر گستر امروز



محسن برمهانی معاون سیمای رسانه ملی:

صدا و سیما

با یک عادات غلط

اداره می شده است

می شود. یعنی در طراحی سربال ها هم موظف هستیم همه مردم ایران و مسائل واقعی آنان را ببینیم. این اتفاقی است که مخاطب هم با آن همراهی دارد.

معاون سیمای افزود: شاید یک مقداری از عرایضم را توهم توطئه تلقی کنید اما ما هر موقع یک توفیقی در ارتباط با مخاطب دیدیم به فاصله کوتاهی یک جریانی علیه سازمان شروع کردند.

وی اظهار کرد: ایسپا یکی از مراکز معتبر نظرسنجی است و نظرسنجی هم که منتشر کرده نظرسنجی معتبری است. اردیبهشت ماه ایسپا یک نظرسنجی دارد از دانشجویان که یک طیف خاص با مصرف رسانه‌ای خاص هستند و سوال می کند شما اوقات فراغت خود را چگونه می گذرانید. نمی گوید شما مخاطب تلویزیون هستید یا نه. گویا در این نظرسنجی پادکست از تماشای فیلم و سریال بیشتر است. ۱۸ درصد می گویند ما فیلم و سریال می بینیم. بعد می گویند از کجا می بینید می گویند داندو از اینترنت. گزینه‌های بعدی از صدا و سیما است. همین ایسپا فروردین ماه یک نظرسنجی دیگر منتشر کرده که مخاطب صدا و سیما ۲/۶۹ درصد است. چرا به آن استناد می شود ولی به این نمی شود. خود مرکز تحقیقات صدا و سیما که یکی از معتبرترین نظرسنجی‌ها در کشور است در یک نظرسنجی با جامعه آماری سی هزار نفر که شامل شهرهای بزرگ، مراکز استان، شهرهای کوچک و روستاها هم شده است، مخاطب صدا و سیما را ۷۲ درصد اعلام کرده و این زمینه نقد شده است.

معاون سیمای رسانه ملی افزود: ما هر نقدی را می پذیریم اما نکته این است که باید علمی و کارشناسی باشد. ۷۰ درصد مردم در شهرهای بزرگ زندگی نمی کنند ولی آن فضای انحصارطلبی رسانه‌ای دارد شهرهای کوچک را مجبور می کند که به نوع خاصی از سبک زندگی تن دهند. یک مقاله‌ای می نویسند که صدا و سیما باید به طبقه متوسط بپردازد. البته منظورشان از متوسط شهری یک نوع قشر مرفه با سبک زندگی خاص است. و گرنه امروز بخش زیادی از طبقه متوسط اتفاقاً مخاطبان وفادار رسانه ملی اند. با همین صراحت از طبقاتی شدن صدا و سیما صحبت می کنند. /فارس

را نمی دیدند اما در فضای مجازی دنبال می کردند. یک چایی باید با فرم‌های مختلف به این شبهه‌ها پاسخ داده شود. مثلاً یک نوع پاورقی با زبان طنز جواب دهد یا دی بی سی استاندارد دوگانه این‌ها را به چشم می آورد.

یک سری برنامه‌های گفت‌وگویی مثل جریان و جهان آرا و ... به نقد می گذارند. ما اگر بخواهیم مقابله به مثلی انجام دهیم باید در شبکه‌های برون مرزی انجام دهیم. به تعبیری شاید بگوییم تلویزیونی که در جمهوری اسلامی مقابله به مثل کند نداریم. یعنی تلویزیونی داشته باشیم که به زبان کشور متخاصم برای مردم آن یک سری موضوعاتی را بگوید.

وی با تأکید بر این که ما باید حتماً چنین تلویزیونی داشته باشیم، اظهار داشت: البته ما در حوزه برون مرزی چند شبکه تلویزیونی داریم که برای مخاطب عرب‌زبان، انگلیسی‌زبان، اسپانیایی‌زبان و ... جدی پای کار حوزه خبر و انعکاس مطالب هستند. شما بررسی کنید چه میزان از این‌ها تا حالا سیگنال ماهواره‌ای قطع شده، چه میزان از این‌ها سایت بسته شده و ... دارند. یعنی عملاً این‌ها دست و پا بسته‌اند. شما مطمئن باشید که اگر شبکه عبری‌زبانی باشد ما نمی توانیم به دست مخاطب هدف برسیم یعنی جریان رسانه‌های صهیونی نمی گذارد. در حالی که همین شبکه اینترنتی هر کسی دیش ماهواره داشته باشد می تواند آن را بگیرد. به نظرم اگر بخواهد اتفاقی بیفتد بایستی از انسان رسانه‌ها ایجاد شود.

برمهانی با اشاره به این که برنامه‌های نقد و انفعالی زاپیده یک اتفاق بزرگتر است، گفت: با پیمایش‌هایی که بعد از انقلاب انجام شده است محرز شده است که تلویزیون برای یک عده خاص تبدیل شده بوده و رسانه همه مردم نبوده است. در دوران تحول براساس این یافته‌ها مقرر شده تلویزیون برای همه مردم باشد. یعنی تلویزیون همه را می بیند و همراه باشد. با دو رویکرد یکی نیازشان که با اولویت‌ها است و یکی تقاضاهایشان. یعنی تلویزیون باید به تقاضای مخاطب پاسخ دهد. این اتفاق با این رویکرد دارد انجام

رسانه ملی در سال‌های اخیر همواره محل نزاع بین موافقان و مخالفان شیوه عملکرد طرح تحول بوده است. طرحی که در ابتدای اجرا با دست‌اندازی‌های فراوانی مواجه بود اما امروز و در فاصله سه سال از اجرای برخی تفاوت‌ها را در شیوه برنامه‌سازی سیمای بوجود آورده است.

محسن برمهانی معاون سیمای رسانه ملی در این باره اظهار داشت: جایگاه فعلی نقطه اوج تحول نیست. نقطه اوج تحول یک نشانه‌هایی دارد که ما آن را الان نمی بینیم. ولی می توان گفت الان ایجاد حساسیت لازم را در تولید کننده اثر و در مخاطب کرده است. در سی و چند سال گذشته همواره سازمان صدا و سیما با یک عادات غلط اداره شده است. یک سری مناسباتی در سازمان صدا و سیما داریم که اگر شما به یک رسانه زنجیره‌ای در خارج از کشور چه معاند و چه غیر معاند بگویید که سازمان صدا و سیما را این گونه اداره می کنیم به ما می خندند. یعنی آنقدر غیر حرفه‌ای است. برمهانی ادامه داد: یکی از مسیرهای تحول حرفه‌ای شدن است. حرفه‌ای‌تر کردن سازمان صدا و سیما منطبق با اصول و قواعد و با در نظر گرفتن شرایط خاص جمهوری اسلامی. ما نمی توانیم از این عادات غلط به راحتی بگذریم. این زمان می برد اما سنگ نشان‌هایی در مسیر می گذاریم. در این مسیریم و طراحی‌هایی انجام شده است.

معاونت سیمای رسانه ملی اذعان داشت: ما یک سری شبهه‌افکنی، ارائه اطلاعات غلط و حساس کردن نسبت به موضوعاتی که مخاطب دلیلی ندارد به آن جلب شود از جانب رسانه‌های معاند داریم که لازم است یک جاهایی توضیح داده شود. مقابله به مثل به معنای انفعال شاید نباشد اما یکی از کارکردهای جدی رسانه است. مخصوصاً با فراگیری شبکه‌های معاند در فضای مجازی. طبق آماری که گرفتیم بسیاری از مردم شبکه ایران اینترنت‌نشال، بی‌بی‌سی و ... را نمی بینند اما تکه‌هایی در فضای مجازی می بینند. این‌ها برایشان ایجاد شبهه می کند. مثلاً غائله‌ای که در ۱۴۰۱ تجربه‌اش را داشته‌ایم، خیلی از مردم شبکه

فیلمی از سعید سهیلی
A FILM BY SAEED SOHEILI

پول پارچه

سعید سهیلی . پردیس احمدیه . امیر جعفری
هادی کاظمی و مهدی هاشمی
نیوشا ضیفی . آزاده زارعی و داریوش فرهنگ
امیرحسین ساریان . شادی اهنگر . محمد متین محمدی . آریا نوح ابادی

بخش از شایسته فیلم

