



صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی هنری صاد
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: ۶۰-۷۷۵۸۲۴۲۲ فکس: ۷۷۵۴۸۲۴۵
چاپ: موسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران
توزیع: نشر گستر امروز

دلایل مهم افول و ریزش مخاطب تلویزیون به

روایت علی اصغر پور محمدی؛

فضاهای رانتی را

در سازمان کنار بگذاریم

و پیام‌های مورد نظر یک تفکر و دیدگاه را در دل فیلمنامه و یاد در دل قصه مهندسی کند؛ در صورتی که در آثار نمایشی نوع روایت و داستان است که می‌تواند مستقیم و غیر مستقیم، پیام‌های مورد نظر اخلاقی، انسانی و اجتماعی را به سمع و نظر مخاطب برساند. بنابراین سفارشی کردن آثار نمایشی و سریال‌سازی و عدم توجه به موضوعات عمومی و خانوادگی و سوژه‌های متنوع و تأکید بر یک سری موضوعات و سوژه‌های سیاسی یا عقیدتی، نتیجه مطلوبی به دنبال ندارد. وی افزود: البته ما باید در آثار نمایشی به نهاد خانواده و اصول اعتقادی اسلام و انقلاب توجه ویژه داشته باشیم؛ اما اینکه بخواهیم این سوژه‌ها را مدام مهندسی کنیم و فیلمنامه‌ای را که باید قصه خوبی را برای ما بگوید، بخواهیم بر مبنای خواسته خودمان پیش ببریم، طبیعتاً سریال ما موفق نخواهد بود. ضمن اینکه متولیان امر باید دانه ۸۵ میلیون ایرانی و گروه‌های مختلف مردمی را در نظر بگیرند و متوجه باشند که ما در مورد رسانه ملی صحبت می‌کنیم و لازم است روند رسانه ملی در سریال‌سازی ملت محور، مخاطب پسند و چابک باشد. وی با تأکید بر این که جوان‌سازی و کشف استعدادها، جوان، چه از طریق دانشکده صداوسیما یا هر روش دیگری، از الزامات مهم رسانه ملی است اضافه کرد: البته باید توجه داشته باشیم که این جوان‌ها را از کجا می‌خواهیم جذب کنیم؟ طبیعتاً ما در کشورمان در دانشگاه‌های مختلف رشته‌های سینما، بازیگری، تئاتر، فیلمنامه‌نویسی، خبرنگاری و امثالهم داریم. دانشکده صداوسیما هم که به‌طور اخص مشغول پرورش نیرو برای رسانه ملی است. بهتر است از ظرفیت‌های هر دو بخش استفاده کند تا بتوانیم نیروی خلاق و جدید را فارغ از توجه به وابستگی‌های فامیلی، حزبی، گروهی، سیاسی و... به کار بگیریم. همین الان در خود سازمان صداوسیما، بسیاری از نیروهای کار بلد، متخصص، باتجربه و حتی رسمی را کنار گذاشته‌ایم و شبکه‌ها و گروه‌ها آدم‌های خودشان را آورده‌اند. این آفتی است که سازمان با آن مواجه است. البته شاید سیاست بلند مدت سازمان این باشد که امور تولید را برون سپاری کنند. اصح نو

نشده و یا خوب اجرا نشده است. البته آقای دکتر جبلی در مسیر اجرای این سند تلاش زیادی کرده و برخی اولویت‌ها را جایگزین و به موضوع جذب مخاطب و جذابیت در محتوا توجه مضاعف کردند، ولی واقعیت این است که مدیران اجرایی آن گونه که مورد نظر رئیس سازمان است، نتوانستند دانه مخاطب امروزی را درک کنند و یا اگر هم درک کردند، به دلیل رفتار انقباضی و برخی ملاحظات سیاسی و گروهی و شاید نداشتن تجربه و تخصص کافی، در جذب مخاطب آن طور که شایسته است، موفق نبودند.

وی گفت: سریال‌سازی موضوع بسیار مهمی است که طی چند سال اخیر متأسفانه، نتوانسته موفقیت چشمگیری داشته باشد. از یک منظر باید گفت وجود سکوهایی رقیب، چه در داخل و چه در خارج، این امکان را به مخاطب می‌دهد که انواع سریال‌ها را با موضوعات مختلف و بر اساس زمان‌بندی خودشان در سکوها انتخاب کرده و تماشا کنند. به این ترتیب مخاطب می‌تواند بخشی از نیاز خودش را برطرف کند؛ اما نباید فراموش کنیم که تلویزیون همچنان رسانه مرجع در جمهوری اسلامی ایران است و سریال‌سازی می‌تواند نقطه عطفی در حیات تلویزیون باشد. یک سریال خوب حاصل یک فیلمنامه خوب است و فیلمنامه خوب هم دو رکن اساسی دارد؛ اول اینکه ما بتوانیم فیلمنامه‌نویس خوب را پیدا کنیم و هدایت و حمایت کنیم تا بتواند برای ما فیلمنامه خوب تولید کند. دوم اینکه سفارش دهنده یا شوراهای فیلمنامه ما آن کفایت و درایت لازم را در رابطه با تشخیص موضوعات داشته باشند و بتوانند گفت‌وگو مؤثری را با اصحاب هنرهای نمایشی ایجاد کنند. مدیر اسبق شبکه سوم سیما اذعان کرد: تلویزیون طی سال‌های اخیر تعدد رویه داشته، زمانی شورای فیلمنامه متمرکز شده، بعد از مقطعی دوباره شوراهای گروه‌های فیلم و سریال شبکه‌ها را احیا کردیم، دوباره متمرکز شدیم در سیما فیلم و این رفت و برگشت‌ها با وجود رقبای بیرونی باعث شد هنرمندان ما یک مقدار از تلویزیون فاصله بگیرند و در فضای بیرون، احتمالاً با پول بهتر کار کنند. ایراد دوم این است که تلویزیون سعی می‌کند همه مفاهیم

علی اصغر پور محمدی، چهره نام‌آشنای رسانه با بیش از دو دهه تجربه مدیریتی در تلویزیون، از ضعف عملکرد در لایه‌های اجرایی رسانه ملی و اثرات گسترده رقابت با شبکه‌های اجتماعی سخن گفت.

پور محمدی ضمن اشاره به دلایل افول تلویزیون، از کاهش کیفیت برنامه‌سازی، عدم درک ذائقه مخاطبان و چالش‌های موجود در جذب هنرمندان سخن به میان آورد. وی که بر این باور است صداوسیما، در کنار تغییرات جهانی، بیشتر از همه از رویکردهای اشتباه و کم‌کارآمدی آسیب دیده است افزود: اصلاحات جدی در این زمینه ضروری است. در دنیای امروز هر پدیده جدیدی می‌تواند ذائقه و نیاز افراد جامعه را تغییر دهد و تقریباً در همه حوزه‌ها این امر صادق است. مدیر اسبق شبکه سوم سیما اظهار داشت: معتقدم در صداوسیما کشور ما ریزش مخاطب دو علت دارد. اول بروز و ظهور شبکه‌های اجتماعی و سکوهایی اینترنتی، دوم که مهمتر است و سهم بیشتری دارد، روند نزولی کیفیت برنامه‌سازی و کم‌کارآمدی در طراحی، تولید محتوا و مدیریت‌های بدنه رسانه ملی است. چرا دومی مهم است؟ چون در این چند سال با وجود هزینه‌های سنگین ما نتوانستیم آثار نمایشی ماندگار و یا برنامه‌های ترکیبی مخاطب‌پسند تولید کنیم که توده‌های مردم رضایت قابل توجهی از آن داشته باشند. این نشان می‌دهد صداوسیما در راهبردها، رویکردها و تصمیم‌گیری‌ها و مدیریت‌ها چالش‌ها و ضعف‌های جدی دارد و پیش کشیدن رسانه‌های نوظهور برای توجیه ریزش مخاطبان رسانه ملی دلیل کاملی نیست.

پورمحمدی ادامه داد: مدیریت جدید با شعار تحولی وارد صحنه شد و در چارچوب یک سند تنظیمی تغییراتی را شروع کرد. اول باید ببینیم این سند تحولی چه مختصاتی داشت. برخی منتقدان حوزه هنر و اندیشه معتقدند رویکرد و گفت‌وگو آن سند چیزی نیست که دانه ۸۵ میلیون ایرانی در آن نظر گرفته شود. من نمی‌دانم تا چه اندازه‌ای اقدامات و برنامه‌های رسانه ملی در چارچوب این سند اجرایی شده است. اگر وضعیت موجود حاصل عمل به شاخص‌های آن سند باشد، پس باید قبول کنیم که راهبرد تحولی آن سند درست ترسیم

کارگردان مسعود اطیابی | تهیه‌کننده سید ابراهیم عامریان
Director Masoud Atyabi | Producer Ebrahim Amerian

TEXAS 3

نویسنده حمزه صالحی

تگزاس ۳

پژمان جمشیدی | سام درخشانی | گابریلا پتری
با هنرمندی مهدی هاشمی و ژاله صامتی

آدریانو تولوزا | سیدجواد هاشمی | محمدجواد جعفرپور | نعیمه نظام‌دوست
سام نوری | سیاوش چراغی‌پور | ساعد هدایتی | داوود شیرعلی | لادن ژاغه وند

