

تلویزیون، عدم شناخت از مخاطبانی است که دارند یا ندارند و نتیجه تصمیم‌گیری‌هایشان به دلیل این عدم شناخت، اتفاقاتی را رقم می‌زند که ممکن است گاهی این‌طور از آن تعبیر شود که احترام و ارزشی برای مخاطبان قائل نشده، در صورتی که من از آن برداشت بی‌احترامی نمی‌کنم.

سلیم ثنائی:

رسانه ملی با حفظ قالب‌های سازمان، صددرصد برای مخاطبان ارزش و احترام قائل است

سلیم ثنائی تهیه‌کننده سینما و تلویزیون درباره این موضوع گفت: از نظر من رسانه ملی صددرصد برای مخاطبان ارزش و احترام قائل است. مدیران سازمان با حفظ ارزش‌هایی که مدنظر خود سازمان است و یک سری قالب‌ها و اشل‌هایی که باید رعایت شود؛ طیف گسترده‌ای از مخاطبین را مدنظر قرار می‌دهند. جامعه ما از چند نوع مخاطب تشکیل شده است، مخاطبانی که به صورت تخصصی فیلم‌بین هستند و مخاطبان عمومی‌تر و عادی‌تر. ما نسل‌های مختلفی داریم و با توجه به این طیف مخاطب گسترده‌ای که در سطح جامعه هست، معتقدم که مدیران سعی می‌کنند نظرات همه مخاطبان را در نظر بگیرند و بر اساس این نظرات و با قالب‌هایی که خود سازمان دارد و یک سری مباحثی که باید در زمینه‌های اجتماعی و دینی در نظر گرفته شود برنامه‌سازی کنند و در این امر حتماً به سلاقی بیننده احترام گذاشته می‌شود.

تهیه‌کننده «دوربرگردون» در پایان گفت: مدیران رسانه ملی قطعاً به مخاطبان احترام گذاشته و آنها را مدنظر قرار می‌دهند. آنها فقط یک طیف خاص را در نظر نگرفته و فقط به جامعه سطح بالا توجه ندارند، بلکه کل جامعه را مدنظر قرار می‌دهند.

داریوش بابائیان:

رسانه ملی اخیراً فقط در بخش ورزش و کودک موفق بوده است

داریوش بابائیان بازیگر، کارگردان و تهیه‌کننده سینما و تلویزیون در این خصوص بیان کرد: با توجه به این که ما خودمان هم فیلم‌ساز هستیم و برای رسانه ملی هم کار کرده‌ایم، فکر می‌کنم اخیراً رسانه ملی فقط در بخش ورزش و کودک موفق بوده است. در زمینه‌های دیگر مانند زمینه خانواده بسیار بسیار کم کار کرده است.

کارگردان «چپ‌دست» در پایان گفت: حتی در زمینه تبلیغات هم، تبلیغاتی که بشود مخاطب اثر آن را ببیند، نداشته است و فقط تبدیل به یک بنگاه تجاری شده است.

محمدصادق آذین:

تبلیغات فیلم‌های مان را هم به شبکه «جم» می‌دهیم...

محمدصادق آذین مدیر تولید و تهیه‌کننده سینما و تلویزیون در این مورد گفت: رسانه ملی یعنی رسانه‌ای که به همه عموم جامعه تعلق دارد و جلب نظر همه این عموم بسیار مهم است. همه مردم با هر طرز فکر، اندیشه و با هر نوع نگاه، اما رسانه ملی خیلی توجه به نظرات مردم نمی‌کند و دنبال نظر مخاطبان خاص خودش است به همین دلیل متأسفانه تمام جوان‌ها به شبکه‌های ماهواره‌ای آلوده شده‌اند و شبکه‌های مزخرفی مانند «جم» را تماشا می‌کنند. چرا که سرگرمی و برنامه‌های متنوعی برای‌شان وجود ندارد. حتی تبلیغات فیلم‌های مان را هم به شبکه «جم» می‌دهیم. این یعنی مخاطبان آن شبکه بیشتر از شبکه‌های داخلی ماست. به نظر من متأسفانه رسانه ملی از عامه مردم خیلی فاصله گرفته و این فاصله خیلی عمیق است.

تهیه‌کننده «بهشت گمشده» در پایان گفت: این همه هنرمند و افراد با استعداد و توانمند در این کشور وجود دارد. رسانه ملی به طور کلی می‌تواند با این همه نیروی متخصصی که در جامعه هست حداقل روزی ۱۵ تا ۲۰ ساعت برنامه با ابعاد مختلف داشته باشد

پویان هدایتی:

باید به برنامه‌های پر مخاطب بها داده شود

پویان هدایتی برنامه‌ساز، مدیر تولید و تهیه‌کننده سینما و تلویزیون در این زمینه بیان کرد: من فقط در خصوص برنامه‌های خودم می‌توانم صحبت کنم و در تمام این سال‌هایی که برنامه‌سازی انجام داده‌ایم برای مخاطبان مان احترام قائل بوده‌ایم و این ادعا را بازخورد خود مخاطبان مشخص بوده است. برای مثال وقتی در روز اول یک برنامه

محرمی بالای چهار هزار نفر در نظرسنجی شرکت می‌کنند و پیامک می‌زنند، مشخص است که مخاطب با آن برنامه ارتباط برقرار کرده و این ارزش و احترام دو طرفه است. یا در بخش‌های مربوط به سال تحویل برنامه «عصر جدید» که من توانستم با ۳۸۶ نفر از مهمانانی که از تمام استان‌های ایران دعوت کرده بودم بزرگترین قاب تلویزیون را نشان دهم و این همکاری مخاطبان نشان‌دهنده ارزش و احترام دو طرفه بین ما بوده است. تهیه‌کننده «نشان ارادت» در ادامه گفت: ما برنامه‌های خیلی خوبی در رسانه داشته‌ایم که متأسفانه ادامه پیدا نکردند مانند برنامه «ماه عسل» که بالای نود درصد مخاطب داشت، یا برنامه‌های دیگری چون «شوتبال»، «وقتشه» و ... امیدوارم به برنامه‌های خوب و پر مخاطب بها داده شود.

هدایتی در پایان گفت: من معتقدم اگر مدیران رسانه ملی همکاری کنند، ما با طرح‌های خیلی خوب و با همین داشته‌های سرزمین مان، خیلی راحت می‌توانیم بهترین برنامه‌های تلویزیونی را تولید کنیم و کاری کنیم که مردم کلاماهاواره را حذف کنند.

علی‌رضا جلالی:

مخاطب تلویزیون ما، هنوز هم بیش از همه جا است

علیرضا جلالی تهیه‌کننده سینما و تلویزیون در این خصوص گفت: قطعاً رسانه ملی به مخاطبانش احترام می‌گذارد. یک جاهایی هم یک اشکالاتی وجود دارد، آن هم در صدد این هستند که آن ایرادها را رفع کنند. اساساً ساختار سازمان صدا و سیما، این است که به مخاطبانش احترام بگذارد. در خیلی جاها این اتفاق افتاده، در یک جاهایی هم از دست‌شان رفته است، ولی اگر بخواهیم کفه ترازو را در نظر بگیریم می‌بینیم که کفه احترامش به مخاطب سنگین‌تر از کفه اشکالاتی که در واقع بعضی از دوستان مطرح می‌کنند، است. در واقع اگر بخواهیم درصد بگیریم، درصد احترام به گذاشتن آن به مخاطب مخصوصاً اخیراً بیشتر است.



تهیه‌کننده «دولت مخفی» در ادامه گفت: در گذشته اخبار را دیر اعلام می‌کردند. بعضی از واقعیت‌ها را نمی‌گفتند، بعضاً ما از رسانه‌های بیگانه می‌شنیدیم یا اگر اتفاقی در کشور می‌افتاد، از جاهای دیگر می‌شنیدیم. اما الآن اینطور نیست. الآن قبل از این که رسانه‌های بیگانه بخواهند حرف بزنند، خود رسانه ملی عنوان می‌کند. اخبار را براساس شرایط سیاسی کشور تحلیل می‌کنند و می‌گویند و این خیلی خوب است و باعث می‌شود که مخاطبان برای خبر دیگر به رسانه‌های بیگانه رو نیاورند. جلالی در پایان گفت: رسانه هر چه با مردم صادق‌تر باشد هر چه بی‌سانسور با مردم حرف بزند مردم بیشتر آن را می‌پذیرند. خبررسانی و صداقت‌گویی در رسانه ملی نسبت به سال‌های قبل فرق کرده و بهتر شده است. یک جاهایی اشکالاتی وجود دارد که آن هم اگر دقت بیشتری داشته باشند، رفع خواهد شد. با این حال به نظر من مخاطب تلویزیون ما، هنوزم که هنوز است بیش از همه جا است.

سهیل سلیمانی:

تمامی برنامه‌های تلویزیون و رسانه ملی برای مخاطب خودش ساخته می‌شود

سهیل سلیمانی تهیه‌کننده و برنامه‌ساز تلویزیون در این زمینه بیان کرد: برای برنامه‌ساز نظر مخاطب مهم است چرا که برای مخاطب برنامه می‌سازد. در رسانه ملی هم قطعاً این گونه نیست که مخاطب مورد نظر نباشد. طی محورهایی برنامه‌ها رصد می‌شوند و براساس آن تهیه‌کننده‌ها رده‌بندی می‌شوند و در نهایت برنامه‌ها با توجه به این که چقدر توانسته‌اند مخاطب جذب کنند، در رده‌بندی‌های سازمان قرار می‌گیرند.

تهیه‌کننده «کافه سوال» در ادامه گفت: یک زمانی هست که در رسانه، یک کار تبلیغاتی ساخته می‌شود، شاید مثلاً ارگان، شرکت یا آن سفارش دهنده خیلی برایش مهم نباشد که مخاطب چقدر از این برنامه خوشش بیاید یا نه و آن کار را انجام می‌دهد و تبلیغ را پخش می‌کند، ولی در رسانه ملی تلویزیون شما باید مخاطب داشته باشید یعنی در حقیقت این تولیدات اگر مخاطب نداشته باشند اصلاً چرا برای‌شان هزینه شود و روی آنتن بروند؟ در حقیقت مخاطب رکن اصلی و مهم و یکی از ستون‌های اصلی در برنامه‌سازی تلویزیون است و رسانه ملی به آن توجه می‌کند. ولی خب قطعاً هر برنامه‌ای برای هر مخاطبی ساخته نمی‌شود. برای مثال شبکه چهار تلویزیون اغلب برای قشر نخبگان برنامه می‌سازد یا شبکه یک که در حقیقت مهم‌ترین شبکه تلویزیون هم هست، عمومی‌تر است و برای عموم مردم برنامه می‌سازد. وقتی در شبکه سلامت برنامه‌ای ساخته می‌شود، قطعاً به این توجه می‌شود که طیف کسانی که این برنامه را برای تماشا انتخاب کرده‌اند، کسانی هستند که حوزه سلامت برایشان جذاب است، حالاً این‌جا هم باز دسته‌بندی وجود دارد، یک زمان مخاطبان برنامه متخصصین هستند، یک زمان عموم مردم و یک زمان مخاطب دانشجویان هستند.

وی در ادامه توضیحاتش گفت: اگر ما این موضوعات را خلط مبحث نکنیم آن وقت می‌توانیم در مورد یک برنامه تلویزیونی، درست تصمیم‌گیری کنیم که آیا با مخاطب توانسته ارتباط برقرار کند یا نه؟ و علی‌الاصول آیا این برنامه برای مخاطب ساخته شده است یا نه؟ اگر به این شکل دسته‌بندی کنیم من می‌توانم بگویم تمامی برنامه‌های تلویزیون و رسانه ملی برای مخاطب خودش ساخته می‌شود ولی باید ببینیم آن برنامه از چه شبکه‌ای در چه ساعتی و برای چه موضوعی ساخته شده، آن وقت در موردش تصمیم‌گیری کنیم. شما هیچ وقت نمی‌توانید مخاطبی را که مثلاً یک مسابقه فوتبال دارد را با مخاطب یک سریال تلویزیونی یا مخاطب یک برنامه گفت و گو محور مقایسه کنید. این‌ها هر کدام مخاطب رده‌بندی محتوایی خودشان را دارند. قطعاً ممکن است تعداد بیننده‌هایی که فوتبال دارد از تعداد بیننده‌های یک برنامه گفتگو محور بیشتر باشد، ولی این دلیلی نمی‌شود که آن برنامه گفتگو محور به مخاطبش اهمیت نداده یا مثلاً برنامه ضعیف‌تری است. این به بحث جذابیت موضوعی و طیف وسیع مخاطب بستگی دارد.

سلیمانی در پایان گفت: اگر بخواهم در یک جمله بگویم؛ مخاطب رکن رکن و رکن اصلی برنامه‌سازی تلویزیونی است و رسانه ملی هم قطعاً به آن توجه می‌کند.