

گفت‌وگوی
صریح محمدرضا
شفیعی درباره پنج سال
مدیریت جیلی

صداوسیما فرسنگ‌ها از رسانه تراز انقلاب فاصله دارد

مشکل صداوسیما؛ بحران فهم ملی بودن است



گفته او به زیر ۱۰ درصد رسیده است.

«کاهش مخاطب و اعتماد عمومی»

تهیه‌کننده وضعیت سفید تأکید کرد: این آمارها باید دقیق و مستند بررسی شوند، اما اگر میزان مخاطب و اعتماد عمومی هر دو کاهش پیدا کرده باشند، نمی‌توان صرفاً با عنوان «رسانه ملی» از صداوسیما سخن گفت. او گفت: وقتی از یک رسانه با عنوان «رسانه ملی» یاد می‌کنیم، انتظار می‌رود بخش بزرگی از جامعه با آن ارتباط داشته باشد، به آن اعتماد کند و آن را بپذیرد. البته هر کشوری چارچوب فرهنگی خودش را دارد و رسانه رسمی هم نمی‌تواند خارج از آن چارچوب حرکت کند، اما بحران فهم از ملی بودن در این دوره بسیار نمایان است.

این تهیه‌کننده با اشاره به وضعیت سریال‌های تلویزیونی گفت: پرمخاطب‌ترین بخش تلویزیون در دوره‌های مختلف، سریال‌ها بوده‌اند، اما امروز حتی برخی از سریال‌های تلویزیونی نیز مخاطبی زیر ۱۰ درصد دارند.

جالب است بدانید در فواصل مختلف آمار مخاطب سریال‌های تلویزیونی که توسط خود سازمان صدا و سیما منتشر می‌شود سریال‌های سال‌های قبل از ادوار گذشته مخاطبش از سریال‌های جدید و اول بار در بخش بیشتر است. راه دور نروید همین آخرین آمار فصل گذشته نگاه کنید. سریال ۲۰ سال پیش مخاطبش سه برابر سریال اورجینال این دوره است. حالا می‌شوند فهمید که چرا دوستان اصرار دارند کارهای دوره‌های قبل به نام خود کنند.

او افزود: البته درباره شیوه محاسبه برخی آمارهای مخاطب نیز باید توضیح داده شود؛ چرا که گاهی مخاطب چند شبکه برای یک برنامه واحد با هم تجمیع می‌شوند و آماری ارائه می‌شود که تصویر دقیقی از مخاطب واقعی یک برنامه به دست نمی‌دهد.

شفیعی در ادامه گفت: اگر مجموعه نظرسنجی‌های رسمی کشور را بررسی کنیم، چه آن بخش که منتشر می‌شود و چه نظرسنجی‌هایی که به دلایل مختلف منتشر نمی‌شوند، مسئله اعتماد عمومی و میزان مخاطب صداوسیما موضوعی است که باید جدی گرفته شود.

«چهار مأموریت رئیس صداوسیما؛ دانشگاه، آوردگاه، آسایشگاه، قرارگاه»

تهیه‌کننده کمی تأکید کرد: اگر قرار است گزارش عملکرد ارائه شود، باید به مردم گفته شود که در چهار مأموریت اصلی که در حکم رئیس صداوسیما آمده بود چقدر پیشرفت داشته‌اند.

شفیعی در ادامه به حکم انتصاب پیمان جیلی توسط رهبر شهید اشاره کرد و گفت: در حکم رئیس صداوسیما چهار مأموریت مهم مطرح شده بود: دانشگاه، آوردگاه، آسایشگاه و قرارگاه. او توضیح داد: دانشگاه یعنی صداوسیما باید سطح آگاهی و معرفت مردم را بالا ببرد؛ آوردگاه یعنی باید با تحریف و دروغ مقابله و توطئه رسانه‌ای دشمن نقش بر آب کند؛ آسایشگاه یعنی از حیث سرگرمی برای مردم احساس زیبایی هنری ایجاد کند و در قرارگاه نیز رسانه باید به محل پراکندن امید و نشاط تبدیل شود.

شفیعی گفت: رئیس سازمان باید درباره این چهار حوزه گزارش عملکرد بدهد و مشخص کند در بخش سرگرمی چه کرده، در بخش آگاهی‌بخشی چه اتفاقی افتاده و برای ایجاد امید و نشاط در جامعه چه اقداماتی انجام شده

سیمای فیلم با صرف میلیون‌ها تومان از بیت‌المال برای توزیع و وایرال آن علیه بنده منتشر کرده، اسم مجموعه رسانه‌ای صبا را می‌آورد، می‌داند چرا؟ چون می‌خواهند هزینه انتقاد کردن به تلویزیون را بالا ببرند. حال آن که «صبا» به عنوان یک رسانه فرهنگی هنری وظیفه ذاتی خود را انجام می‌دهد.

به گفته او، بررسی عملکرد پنج‌ساله یک مدیر در بزرگ‌ترین رسانه کشور، وظیفه رسانه‌هاست و این موضوع نباید الزاماً با نگاه سیاسی بررسی شود. شما فکر می‌کنید چرا اینها اصرار دارند طیف مخالف و مختلف را این همه عصبانی کنند که کار به اعتراض علنی سران قوا و طیف وسیعی از نخبگان برسد، چون این واکنش‌ها را ارزش افزوده خود قلمداد می‌کنند و برای آن جایزه هم می‌خواهند.

او افزود: رسانه‌ها باید کار خودشان را انجام دهند و این اتفاق، در نهایت می‌تواند به مشخص شدن این موضوع کمک کند که شعارهای مطرح‌شده در ابتدای این دوره تا چه اندازه دقیق بوده و چه میزان از آن‌ها محقق شده است. مخاطب صداوسیما در برابر رقای داخلی و خارجی چه وضعیتی دارد؟

«آمارها چه می‌گویند؟ تلویزیون زیر ۱۰ درصد، نمایش خانگی ۳۷ درصد»

شفیعی با اشاره به آمارهایی که درباره میزان استفاده مردم از صداوسیما و پلتفرم‌های نمایش خانگی مطرح می‌شود، گفت: در سال ۱۴۰۰، چند ماه قبل از آغاز مدیریت فعلی صداوسیما، طبق آماری که او به آن استناد می‌کند، میزان مراجعه مردم به نمایش خانگی حدود ۳ درصد بوده است؛ اما امروز این رقم به بیش از ۳۷ درصد رسیده است.

او ادامه داد: در همان سال ۱۴۰۰، به گفته او حدود ۵۵ درصد مردم تلویزیون را تماشا می‌کردند، اما امروز میزان مخاطب تلویزیون به

«سلبریتی‌زدایی؛ حذف چهره‌ها و فراری دادن مخاطب»

بخش دیگری از همین سند تحول، رویکرد سلبریتی‌زدایی بوده است. با همین رویکرد بسیاری از چهره‌ها در همان ماه‌های اول حذف شدند؛ غیر از آسیب به آنتن و فراری دادن مخاطب، تمام چهره‌ها به سمت رسانه‌های رقیب سوق داده شدند. بعد در سال سوم دوباره به سراغ همین‌ها رفتند که البته بسیاری‌شان دست رد به سینه‌شان زدند و این چند نفری هم که مجدد همکاری‌شان را با صداوسیما از سر گرفتند، خودشان خوب می‌دانند یا چه ترفندهایی بازگردانده شده‌اند آن هم با این وضع!

تهیه‌کننده ضد ادامه داد: در جایی دیگر از این سند به تحول در حوزه سیاسی و خبر اشاره می‌شود. تجمیع مشکوک داشته‌های فنی و وزیر ساختی حوزه خبر در ساختمان شیشه‌ای علی رقم تذکره‌های بالا دستی و در نهایت هدف قرار دادن آن توسط رژیم منحوس، تعطیلی مانورهای وضعیت بحران آنتن در چند سال قبل جنگ و ادامه ندادن مسیر درخشان اتاق فنی و ایمنی آن از دوره قبل و... از حیث ساختار و ترویج پرخاشگری و دو قطبی سازی‌های پر تنش و مضر، نفوذ چند باره سازمان منافقین به آنتن زنده تلویزیون جمهوری اسلامی و توهین‌های رکیک به رهبری شهید با بهانه هک که نه توضیحی به مردم داده شد و هکی ثابت، ماجرای پخش دیر هنگام فیلم دستگیری و بیمارستان خانم مهسا که مورد تأیید شمام قرار گرفته بود و بهانه دامن زدن به ماجراهای ۱۴۰۱ شد و... از آقای جلیلی است.

«هزینه انتقاد و تخریب رسانه‌های منتقد»

شفیعی به فضای رسانه‌ای چند روز اخیر علیه خود اشاره کرد و افزود: در همین خبر تخریبی که

«افت مخاطب؛ نشانه اختلال در حکمرانی رسانه‌ای»

شفیعی در ابتدای این گفت‌وگو درباره عملکرد پنج‌ساله مدیریت فعلی صداوسیما گفت: آنچه امروز در صداوسیما با آن مواجهیم صرفاً افت مخاطب یا ضعف چند برنامه نیست؛ نشانه‌های روشن از یک اختلال بزرگ در حکمرانی رسانه‌ای را شاهدیم. اختلالی که طی سال‌های اخیر یک رسانه ملی راهبردی را از جایگاه مرجع افکار عمومی به سطح بازیگری کمر اثر و پرهزینه و گاه پریسک تنزل داده است. او افزود: سازمان صداوسیما در این دوره با شعارها و برنامه‌هایی وارد شد که قرار بود بر اساس آن‌ها تحول در سازمان اتفاق بیفتد. بنابراین باید ببینیم این فرض تحول چقدر واقعی بوده و این تیم تا چه اندازه به برنامه‌ای که ارائه کرده بود نزدیک شده است. خوب حالا بعد از پنج سال، رسانه‌ها نباید بررسی کنند که چقدر به اهداف سند تحول نزدیک شده ایم؟ یا اصلاً این سند چقدر درست و قابل اجرا بوده است؟ تهیه‌کننده هیات اضافه کرد: قله سند تحول، نزدیک کردن رسانه ملی به رسانه تراز انقلاب بوده است. خوب اگر عملکرد این دوره را با ادوار گذشته مقایسه کنیم مشخص می‌شود که نه تنها به معیارهای رسانه تراز انقلاب اسلامی نزدیک نشدیم بلکه فرسنگها از آن فاصله گرفته ایم. تمام معیارهای هدایت اسلامی و شعارهای متعالی انقلاب اسلامی هیچ جای این عملکرد قرار نمی‌گیرد. تردد کردن مخالف با بی‌هنری در ارائه محتوا، دو قطبی سازی‌های فیک، ترویج دروغ و کینه‌توزی... هیچ مناسبتی با حکمرانی رسانه‌ای امامین انقلاب ندارد. او ادامه داد: سوال اینجاست، شما با این عملکرد رادیو و تلویزیون را به رسانه تراز انقلاب اسلامی نزدیک کرده‌اید؟ چرا ناکارآمدی و نابلدی خود را به نام انقلاب اسلامی تمام می‌کنید. اسم این کار جز مأموریتی بازی رسانه‌ای چیز دیگری نیست.