

**دست پر تلویزیون، نوروز را دیدنی کرد**

دکتر مرتضی میرباقری، معاون سیمای رسانه ملی در نشست خبری که در واپسین روزهای سال گذشته با حضور مدیران شبکه‌های مختلف سیما و خبرنگاران برگزار شد...



دکتر مرتضی میرباقری، معاون سیمای رسانه ملی در نشست خبری که در واپسین روزهای سال گذشته با حضور مدیران شبکه‌های مختلف سیما و خبرنگاران برگزار شد، نوید سالی سرشار از تولیدات تازه نمایشی را داده بود که با نگاهی به عملکرد نوروزی رسانه ملی در همین ابتدای سال، به نظر می‌رسد گام‌های مثبتی در این زمینه برداشته شده است. آثار نمایشی و تولیدی پخش شده در طول این دو هفته را می‌توان به فال نیک گرفت و تعبیری بر امتداد رونق این آثار در ادامه سال دانست. تعبیری که پژوهش‌های انجام شده توسط مرکز پژوهش و سنجش افکار صدا و سیما هم بر آن صحه گذاشته و از اقبال خوب مخاطبان نسبت به رسانه ملی خبر می‌دهد.

تصویر دست پر تلویزیون، نوروز را دیدنی کرد

بهترین‌ها کدام بودند؟

نظرسنجی‌ها در خصوص برنامه‌های شبکه‌های سیما در هفته اول نوروز 96، نشان‌دهنده افزایش میزان بینندگان و رضایت آنان از برنامه‌های مختلف پخش شده در شبکه‌های گوناگون سیما نسبت به سال گذشته است. بر اساس آمارهای اعلام شده از سوی دفتر معاونت سیما، میزان مخاطبان شبکه‌های تلویزیونی مختلف امسال هم رقمی رو به رشد داشته و این نشان از نفوذ و حضور رسانه ملی در میان مخاطبان دارد. بنا بر این گزارش، پربیننده‌ترین برنامه‌ها و مجموعه‌های نوروزی به تفکیک شبکه‌های اعلام شده‌اند. طبق این گزارش، در شبکه یک سیما مجموعه علی‌البدل، مسابقه آشپزی دست‌پخت، جنگ بوی عیدی و شکرستان بیشترین میزان مخاطبان را داشته‌اند. در شبکه دو مجموعه محله گل و بلبل 2، سریال مرز خوشبختی، برنامه بهار این‌جاست (ویژه تحویل سال) و نیز مسابقه دست‌پخت‌های خودمانی محبوب‌ترین تولیدات این شبکه بوده‌اند. در شبکه سه سیما برنامه‌های سه ستاره، مجموعه دیوار به دیوار، دو مسابقه آقای گزارشگر و زمانی برای خندیدن و نیز سالی که گذشت بیشترین نگاه مخاطبان را به خود جلب کرده‌اند. در شبکه پنج سیما مجموعه نمایشی شوخی کردم، مسابقه فامیلی و برنامه همام کیش رکورددار جذب مخاطبان بوده‌اند و در شبکه نسیم به ترتیب برنامه‌های خندوانه، دوره‌می، ویتامین خ، کودک شو و همچنین مسابقه آب و آتش پرمخاطب‌ترین آثار پخش شده از نگاه مخاطبان بوده‌اند.

همچنین بنا بر نظرسنجی انجام شده و اعلام این گزارش، در مجموع میزان بینندگان مجموعه‌های تلویزیونی شبکه‌های یک، دو و سه نسبت به سال گذشته افزایشی حدوداً 25 درصدی را نشان می‌دهد. علاوه بر این و در جهت ساماندهی و منظم کردن برنامه‌های ویژه تحویل سال شبکه‌های سیما، در نوروز 96 شبکه‌های یک، دو، سه، قرآن و افق برنامه‌های ویژه تحویل سال را روانه آنتن کردند که با وجود تلاش‌ها و برنامه‌ریزی‌های گسترده شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان برای جذب مخاطبان ایرانی و داخل کشور، بر اساس این نظرسنجی شاهد افزایش میزان بیننده‌های برنامه‌های تحویل سال در شبکه‌های یک، دو و سه جمعاً به میزان بیش از 30 درصد نسبت به سال گذشته بوده‌ایم که این امر نشان‌دهنده افزایش اقبال بینندگان به شبکه‌های داخلی و رسانه ملی است.

در آمارهای اعلام شده در این گزارش ذکر شد: دو برنامه سرگرمی‌ساز شبکه نسیم، خندوانه و دوره‌می هم نسبت به سال گذشته با افزایش میزان بینندگان مواجه شده‌اند. در هفته اول نوروز، برنامه‌های خندوانه، دوره‌می، سه ستاره و نیز دو مجموعه علی‌البدل و دیوار به دیوار پربیننده‌ترین برنامه‌ها بوده‌اند. بنا بر این گزارش، از هر هفت نفر نمونه آماری که مورد نظرسنجی قرار گرفتند، شش نفر بیننده شبکه‌های داخلی رسانه ملی و تنها یک نفر بیننده شبکه‌های خارج از کشور و ماهواره‌ای بوده‌اند که این امر مقبولیت و محبوبیت رسانه ملی را نزد مخاطبان خاطر نشان می‌کند.

حالا با شروع سال نو، رسانه ملی هم بهاری تازه را جشن گرفته و تولیدات رنگارنگ نمایشی و فرهنگی را روانه آنتن کرده است؛ مجموعه‌های تلویزیونی چون «علی‌بابا»، «بدر» و «مهر» از برنامه‌های متنوع تولیدی و زنده با موضوعات گوناگون که برای ایام فراغت و نوروز مخاطبان تدارک دیده شده و در طول روزها و شب‌ها برای مخاطبان اوقات فراغت این بینندگان شده‌اند. علاوه بر این، خبرهایی که از کلیه خوراکی‌ها و ساخت مجموعه‌های مختلف برای سال تازه به گوش می‌رسد هم نوید سالی پربار و با تولیداتی مختلف و گوناگون را به مخاطبان می‌دهد. در همین رابطه جبار آذین، منتقد تلویزیونی معتقد است: یکی از ویژگی‌های مهم ایام مناسبتی و بخصوص نوروز، تولید آثار شاد و نشاط‌آفرین است که نظر مخاطبان را به خود جلب کند. این مجموعه‌ها گرچه می‌توانند لزوماً کم‌درد نباشند، اما می‌شود نکته‌ها و طنز و شوخی‌ها و حرف‌هایی را در دل آنها گنجاند و طنزانه بیان کرد. در طول ایام نوروز سه مجموعه تلویزیونی روی آنتن رفت که از مضمونی خانوادگی و طنز برخوردار بودند و با استفاده از هنرمندان حرفه‌ای، مخاطبان زیادی را به تماشا نشاندهند. آذین اشاره می‌کند: اصولاً حرکت‌های فرهنگی باید هماهنگ و هم‌سو با فرهنگ همان جامعه باشد و این نکته را هم یادمان باشد که آثار فرهنگی و هنری که در تلویزیون برای مخاطبان تولید می‌شوند، باید به نیازهای مخاطب احترام گذاشته و سنت‌ها و آداب و رسوم اجتماعی را هم در تولید خود رعایت کنند. بنابراین حالا که صحبت از افزایش بودجه و ساخت آثار جدید در سال نو است، چنانچه این مجموعه‌ها موضوعات و داستان‌های خود را از جامعه گرفته باشند و حرف‌هایی که در آنها مطرح می‌شود حرف‌های مردم همین جامعه باشد و نیز عوامل تولیدشان هم از میان حرفه‌ای‌ها انتخاب شوند، بدیهی است که مخاطب از تماشای این آثار لذت ببرد و تلویزیون به دوران اوج خود بازگردد.

#### تمرکز بر تولیدات غیرنمایشی

با وجود درخشش خوب مجموعه‌های تلویزیونی در ایام نوروز و نیز توجه ویژه مخاطبان به این آثار، منوچهر اکبرلو، منتقد نیز توجه و تمرکز بیشتر روی تولیدات غیرنمایشی را حائز اهمیت می‌داند. این منتقد با اشاره به مجموعه‌های تلویزیونی که در ایام عید می‌شوند، می‌گوید: عید نوروز، با توجه به تعطیلات زیاد، فرصت مناسبی برای استفاده از برنامه‌های مختلف تلویزیونی محسوب می‌شود. نگاه سنتی چنین است که برای سرگرمی و بازی و پر کردن اوقات فراغت مخاطبان عموماً مجموعه‌های تلویزیونی و داستانی و نیز مسابقات به‌طور ویژه مد نظر قرار گرفته می‌شوند، اما برخی تجربیات بین‌المللی نشان داده که برنامه‌های گزارشی و مستند نیز اگر در آنها جذابیت، ساختارهای نو و موضوعات مورد علاقه مردم گنجانده شود، گاه حتی می‌توانند از سریال‌ها و داستانی‌های پیشی گرفته و محبوب نگاه مخاطبان شوند. البته به هر حال هنوز فضای حاکم بر تلویزیون چنین است که تمرکز اصلی روی سریال‌ها و داستانی است. این منتقد تأکید می‌کند: مجموعه‌های تلویزیونی عموماً شب‌ها پخش می‌شوند، بنابراین تمام روز به نوعی به حال خود رها شده می‌ماند، از همین زمان‌ها می‌توان برای پخش آثار غیرداستانی و مستندهای جذاب برای مخاطبان بهره برد. نکته مهم این است که شبکه‌های متعدد تلویزیونی فقط به چند مجموعه نمایشی اصلی تکیه نکنند و حجم عمده زمان و تمرکزشان را به این برنامه‌ها اختصاص ندهند. به نظر می‌رسد در ساخت برنامه‌های گزارشی، مستند و برنامه‌های دیگر زنده و تولیدی می‌توان توجه بیشتری را لحاظ کرد و با در نظر گرفتن سلیقه‌های مخاطبان، برنامه‌هایی موفق ساخت.

اکبرلو با اشاره به روند رو به رشد ساخت تولیدات نمایشی در طول سال جدید عنوان می‌کند: فضای کنونی رسانه ملی از ظرفیت‌های بسیار خوبی برای ساخت آثار تازه برخوردار است. باید این فضای بالقوه را در اختیار طیف‌های مختلف برنامه‌ساز و سازندگان مجموعه‌ها قرار داد و با ایجاد تنوع در گروه بازیگران این آثار، امکان رقابت بیشتر را در تلویزیون فراهم کرد تا همه شاهد تولیدات موفق و آبرومند باشیم.

زهرا غفاری