

## بازار شبکه‌های ماهواره‌ای کساد شد

بررسی تاثیرات افزایش شبکه‌های سیما ...



### بررسی تاثیرات افزایش شبکه‌های سیما

بازار شبکه‌های ماهواره‌ای کساد شد

جام جم آنلاین: با ورود شبکه های تازه تاسیس "مستند"، "شما"، "بازار" و "شبکه نمایش" طی دو سال اخیر، رسانه ملی به جایگاهی رسیده است که برای بسیاری از سلايق و علايق مخاطبان ميليوني تلویزيون، محصولات درخور و اقناع کننده اي توليد مي کند. علاوه بر آن، زرمه هايي هم مبني بر افتتاح دو شبکه جديد با نام هاي "شبکه ورزش" و "شبکه پويانمائي" در سال 1391 به گوش مي رسد که افتتاح اين شبکه ها مي تواند کام علاقه مندان برنامه هاي ورزشي و انيميشن را در سال جديد، شيرين کند. امروزه تأثيرگذاري رسانه ها بر شکل گيري اذهان عمومي، انکارناپذير است. مخاطبان قديمي جعبه جادو، هنوز هم آن روزها را به خاطر دارند که کل شبکه های تلویزيوني ما، به تعداد انگشتان يك دست هم نمي رسيد اما حالا با رويکردي نوين، سازمان صدا و سيما موفق شده است تعداد شبکه های تلویزيوني را به 14 شبکه سراسري و 34 شبکه استاني افزایش دهد.

در همین زمینه، #171جام جم آنلاین؛ به مبحث افزایش کمی و کیفی شبکه های تلویزيوني در کشور پرداخته و ضمن گفت و گو با مسوولان رسانه ملي، اثرات افزایش رسانه های تصويري بر جذب حداکثري مخاطبان را به بوته نقد و بررسی گذاشته است.

نبايد کیفیت شبکه ها در کمیت آنان، ذبح شود

علي بخشي زاده، مدير شبکه دوم سیما در گفت و گو با خبرنگار #171جام جم آنلاین؛ بر این باور است که به هیچ وجه نبايد کیفیت شبکه های تلویزيوني را فدای کمیت کرد.

"اگر کیفیت شبکه ها افت کند، مطمئن باشید که رسانه های رقيب، فرصت مي يابند تا نقش جایگزین را بازی کنند."

وي با اشاره به تأثيرات گسترده افزایش شبکه های تلویزيوني در رفع نيازهاي مخاطبان، عنوان کرد: بايد بپذيريم که هر قشري از جامعه، نيازهاي گوناگوني دارند و به دليل متفاوت بودن سلايق مخاطبان، بايد شبکه های تلویزيوني متنوعي وجود داشته باشد تا این نيازها را برطرف کند.

"وجود همین نيازهاي متعدد مخاطبان، طلب مي کند که به این نيازها در قالب تکثر شبکه های تلویزيوني، پاسخ داده شود."

بخشي زاده، توجه به کیفیت شبکه ها را اصلي ترين موضوعي دانست که صدا و سيما به آن توجه دارد و در همین زمینه یادآور شد: طبعاً هر رسانه اي بايد نیم نگاهی به رشد کمی و البته تمام نگاهی به کیفیت شبکه ها داشته باشد.

وي در پایان اظهار داشت: مي توانم با اطمینان بگویم که صدا و سيما در طی سالیان اخیر با توجه جدي به مباني تئوريك و نظري در بالا بردن کیفیت برنامه های تلویزيوني، وقت زيادي هم صرف کرده است تا در کنار افزایش کمی شبکه ها، برنامه هايي با کیفیت بالا را به مخاطب عرضه کند.

تکمیل سپهر رسانه ای، با ایجاد شبکه های جديد و مکمل

محمد رضا حاتمي، مدير شبکه بين المللی "آي فيلم" نیز در گفت و گو با خبرنگار ما، با بیان این جمله که افزایش تنوع خواسته های مخاطبان از نتایج عصر ارتباطات می باشد، اظهار داشت: به دليل سهولت دسترسی عموم مخاطبان به رسانه های متنوع، لازم است ظرفیت های جديدی برای پاسخ به نيازها و خواسته های نوظهور ایجاد شود.

حاتمي با بیان این که ضرورت برنامه ریزی و حمایت عملی از گسترش شبکه های تخصصي، بیش از پيش احساس می شود، تاکید کرد: شبکه های مذکور، مشروط به برنامه ریزی های بلندمدت، دقيق و انعطاف پذير، توانایی مطلوبی را برای جذب مخاطبان با سلیقه های متفاوت دارند.

وي یادآور شد: باید منتظر ماند تا با تلاش های ارزنده ای که صورت گرفته، سپهر رسانه ای سازمان صدا و سیما، متناسب با شرایط داخلی و بین المللی تکمیل شود و کلیه ظرفیت های بالقوه به مرحله بالفعل برسد.

مدیر شبکه "آی فیلم"، با اشاره به این که فعلا آرایش جدید شبکه ها در حال تکمیل شدن است، خاطر نشان کرد: البته لازم است علاوه بر شبکه های نوظهور، ساختار، ماموریت و عملکرد شبکه های قدیمی نیز متناسب با شرایط جدید، مورد ارزیابی و بازبینی قرارگیرد.

وي در خاتمه به اهمیت مخاطب محوري در تلویزیون اشاره کرد و گفت: در حال، ابتدا بهتر است منتظر بمانیم تا تمام ظرفیت های رسانه ملی به مرحله عملیاتی برسد و بعد از آن لازم است با پرهیز از موازی کاری، تلاش کنیم تا در همه عرصه های مورد نیاز مخاطبان، حضوری شایسته داشته باشیم.

تعداد شبکه ها مهم نیست، رقابت شبکه ها مهم است

حمیدرضا عمادی، مدیر اتاق خبر شبکه انگلیسی زبان "پرس تی وی" هم در گفت و گو با #171؛ جام جم آنلاین؛ تاکید کرد: هر چقدر تعداد شبکه ها بیشتر باشد، دایره انتخاب و رضایتمندی مخاطب بالاتر می رود اما نباید از یاد برد که همواره رقابت بین شبکه های تلویزیونی، بسیار با اهمیت تر از تمرکز بر روی کمیت شبکه هاست.

"شما در رسانه های مطرح جهان می بینید که گاه یک برنامه پخش شده از یک شبکه تلویزیونی، تمام رقبا را شکست می دهد و همه نگاه ها را به آن شبکه معطوف می کند. در واقع در چنین شرایطی، دیگر کمیت شبکه ها مهم نیست، بلکه اثر گذاری و برد رسانه ای برنامه در اولویت قرار می گیرد."

وي با اشاره به رابطه کیفیت برنامه های تلویزیونی و افزایش تعداد مخاطبان، تاکید کرد: نباید سطح شعور و آگاهی مخاطب را دست کم بگیریم. هر چقدر که کیفیت برنامه های تلویزیونی بالاتر رود، مخاطب آگاه، بلافاصله از درجه کیفیت آن رسانه آگاه می شود و همین موضوع، موجب افزایش تعداد بینندگان آن کانال تلویزیونی خواهد شد.

عمادی در تشریح چگونگی بالا بردن ارتقای کمی و کیفی شبکه های تلویزیون ملی، خاطر نشان کرد: احترام به مخاطب، قضاوت نکردن در برنامه ها، ایجاد رقابت واقعی بین کانال های تلویزیون ملی و پرهیز از نگاه مالی و افراطی تهیه کنندگان در مراحل ساخت برنامه های تلویزیونی، از جمله رویکردهایی است که باید در کنار افزایش کمی شبکه های تلویزیونی، به آن نگاه ویژه شود.

وي در خاتمه به لزوم بکر بودن برنامه های تولیدی در تلویزیون ملی اشاره کرد و گفت: یکی از مهم ترین راه های رقابت کردن با انبوه شبکه های جهانی، تمرکز بر روی ساخت برنامه هایی بکر و تازه است. باید ببینیم که هر چقدر هم تعداد شبکه ها را بالاتر ببریم اما به مسیر ساخت "برنامه های Fake" و تقلیدی از کانال های دیگر برویم، نمی توانیم مخاطب امروزی را قانع کنیم.

شبکه های تخصصی، آنتن را از رقباي ماهواره ای می گیرد

در همین راستا، وحید تاجیک، مدیر اجرایی شبکه تهران نیز در گفت و گو با خبرنگار ما، به لزوم توسعه شبکه های تخصصی اشاره کرد و گفت: کار کردن بر روی شبکه های تخصصی، می تواند موفقیت چشمگیری را برای سازمان صدا و سیما به همراه داشته باشد.

"پشتوانه شبکه های تخصصی، فکر و ایده خلاق است و به نظر من، یکی از قدم های بزرگ سازمان صدا و سیما، کار کردن و تمرکز بر روی شبکه های تخصصی خواهد بود."

وي در ادامه به افزایش کیفیت برنامه های تلویزیون ملی در طی سال های اخیر اشاره کرد و گفت: در طی دو سال اخیر شاهد بودیم که کانال های تخصصی با رشد کیفی برنامه ها روبرو بودند. مثلا شما اگر به ساخت "وله های گرافیکی" در این شبکه ها نگاه کنید، متوجه می شوید که در حال حاضر، کارهای گرافیکی قابل قبولی در شبکه های تخصصی تازه تاسیس انجام می شود.

این فعال رسانه ای تاکید کرد: شبکه های تخصصی، چون بر روی یک موضوع واحد کار می کنند و بسیار هم در جذب مخاطب، موفق هستند، می توانند به راحتی آنتن را از شبکه های ماهواره ای عامه پسند و بعضا سخیفی چون #171؛ فارسی وان؛ بگیرند.

تعداد شبکه های تلویزیونی؛ از دیروز تا امروز

در اوایل دوران پیروزی انقلاب اسلامی، تلویزیون ملی کشور به سیمای جمهوری اسلامی تغییر نام داد و با پخش دو کانال تلویزیونی سراسری، رویه ای اسلامی و دین مدارانه را برخلاف سیاست های پیش از انقلاب در پیش گرفت.

تا سال 1372 هجری شمسی، "شبکه یک" و "شبکه دو"، تنها انتخاب مخاطبان تلویزیون جمهوری اسلامی بود اما در همین سال، شبکه سوم سیمای برای پاسخگویی به دغدغه های جوانان، راه اندازی شد.

به دنبال سیاست اقناع فکری طیف فرهیخته کشور، "شبکه چهارم سیمای" نیز در سال 1375 آغاز به کار کرد تا در این سال، تعداد شبکه های ملی ایران به چهار شبکه افزایش یابد.

با افتتاح شبکه خبر برای پوشش لحظه به لحظه اخبار، شبکه آموزش با شعار ایجاد فرصت های برابر آموزشی و تاسیس شبکه قرآن با رویکرد توجه ویژه به کتاب آسمانی مسلمانان، تعداد شبکه های سیمای جمهوری اسلامی تا پایان سال 1384، به هفت شبکه ملی ارتقا یافت.

اما رویه افزایش شبکه های تلویزیونی در سال 1389 و همچنین در سال جاری با جهشی فوق العاده و رشدی سریع مواجه بود؛ به گونه ای که در طی این دو سال، چهار شبکه جدید به کانال های تلویزیون سراسری اضافه شد.

با ورود شبکه های تازه تاسیس "مستند"، "شما"، "بازار" و "شبکه نمایش" در طی دو سال اخیر، حال رسانه ملی ایران به جایگاهی رسیده است که برای بسیاری از سلاقی و علایق مخاطبان میلیونی تلویزیون، محصولات درخور و اقناع کننده ای تولید می کند.

علاوه بر آن، زمزمه هایی هم مبنی بر افتتاح دو شبکه جدید با نام های "شبکه ورزش" و "شبکه پویانمایی" در سال 1391 به گوش می رسد که افتتاح این شبکه ها می تواند کام علاقه مندان برنامه های ورزشی و انیمیشن را در سال جدید، شیرین کند.

البته شایان ذکر است که کلیه شبکه های تلویزیونی نامبرده، در حالی به فعالیت های رسانه ای خود ادامه می دهند که 10 شبکه تلویزیونی برون مرزی نیز همگام با شبکه های داخلی، به پخش مستمر برنامه ها ادامه می دهند.

به طور کلی می توان گفت که از سال 1357 که تنها دو شبکه تلویزیونی سراسری وجود داشت تا امروز که بالغ بر 70 شبکه ملی و فراملی روی آنتن هستند، حداقل با رشد 35 برابری کانال های تصویری در کشور مواجه بوده ایم که از نظر تکثیر شبکه ها، می توان عنوان کرد که کارنامه سازمان صدا و سیما در زمینه افزایش کمی شبکه ها، خروجی قابل قبولی است.

بی گمان، افزایش تعداد شبکه ها و وجود کانال های تخصصی می تواند دایره انتخاب مخاطب را گسترش داده و میل به تماشای رسانه های بیگانه را کاهش دهد اما آن نکته ای که نباید از یاد برد، بحث اختصاص ردیف بودجه های آبرومند برای رسانه ملی است.

امین جلالوند خبرنگار جام جم آنلاین