



مخاطبان در فضاهای مجازی برنامه‌هایی را می‌دیدند که شاید برای آن‌ها جذاب‌تر از برنامه‌های تلویزیون بود و به همین دلیل بخشی از مخاطب تلویزیون را فضای مجازی گرفت. در سال‌های قبل ماهواره مخاطب را از آن خود کرده بود و در حال حاضر فضای مجازی که شامل اینستاگرام، وی‌اودی‌ها، سریال‌های شبکه نمایش خانگی و سریال‌های خارجی می‌شود، این کار را کرده‌است. یک علت همین گسترش روزافزون برنامه‌های اینترنتی است. علت بعدی این است که تلویزیون در یک تغییر و تحولات مدیریتی نتوانست آن ثبات لازم را داشته باشد، یعنی روز به روز مدیرانی بر سر کار آمدند که به رسانه ناآشنا تر نبودند. در واقع از تجربه‌ی خوبی برخوردار نبودند و نتوانستند در رقابتی که با سایر رسانه‌ها مثل ماهواره، شبکه‌ی نمایش خانگی و اینترنت دارند دست بالاتر را داشته باشند. آن‌ها به دلیل اینکه مدیران خوبی نبودند، برنامه‌سازان خوبی هم نتوانستند تحویل دهند. نمونه‌اش همین برنامه‌ی «نود» است که طیف عظیمی از مخاطب را داشت. وقتی برنامه‌ای با چنین سابقه، تاثیرگذاری و مخاطبی به راحتی کنار گذاشته می‌شود و هیچ توضیحی به مخاطب داده نمی‌شود که علت کنار گذاشتن این برنامه چه بوده، مخاطب احساس می‌کند که تلویزیون دیگر رسانه ملی خودش نیست، یعنی رسانه‌ای نیست که بتواند به آن اعتماد داشته باشد. در همه جای دنیا می‌بینیم که رسانه‌ها با مخاطبان‌شان به راحتی تعامل می‌کنند، یعنی مشاهده می‌کنند که مخاطب چه چیزی را دوست دارد و در چارچوب سیاست‌های خود برای او محتوا تولید می‌کنند. ولی متأسفانه در کشور ما نگاه می‌کنند مخاطب چه دوست دارد و برعکس آن برایش محتوا تولید می‌کنند و به طور کل آن برنامه را حذف می‌کنند.

**تلویزیون اینترنتی تهیه‌کننده‌های خوب را برده است**

در حوزه سریال‌سازی، یکی از علت‌های افت کیفی، کوچ کردن هنرمندان با کیفیت اعم از کارگردان، نویسندگان و بازیگر به سایر رسانه‌هاست. در واقع این افراد جذب سینما و یا شبکه نمایش خانگی شده‌اند. در حال حاضر می‌بینید که سریال‌های شبکه نمایش خانگی به مراتب با کیفیت‌تر، با قدرت‌تر و پرستاره‌تر از سریال‌هایی است که تلویزیون داشته‌است؛ تلویزیونی که سال‌ها یک‌تازی می‌کرد و انحصاری داشت که می‌توانست با آن همه کار کند. در واقع هنرمندان در جایی جز تلویزیون



**بخشی از مخاطب تلویزیون را فضای مجازی گرفت. در سال‌های قبل ماهواره مخاطب را از آن خود کرده بود و در حال حاضر فضای مجازی که شامل اینستاگرام، وی‌اودی‌ها، سریال‌های شبکه نمایش خانگی و سریال‌های خارجی میشود، این کار را کرده است. یک علت همین گسترش روزافزون برنامه‌های اینترنتی است**

**گروه تلویزیون:** گروه تلویزیون که در سال‌های گذشته تعامل خوبی با مخاطبان خود داشت و با برنامه‌هایی شاخص مثل «خندوانه»، «ماه عسل»، «رادیو هفت»، «برنده باش»، «دوره‌می» و... توانست آن‌ها را با خود همراه کند، در این روزها دچار رکود شده و بخشی از مخاطبان‌ش را از دست داده است. در حال حاضر در تلویزیون با بحران کمبود برنامه‌های موفق و تاثیرگذار روبه‌رو هستیم که این مساله خصوصاً در دوران کرونا و چند ماه اخیر بیش از گذشته نمود داشته‌است. استقبال مخاطب از بازپخش سریال‌های قدیمی و بخش‌هایی از «خندوانه» حکایت از این دارد که با برنامه‌ها و مجموعه‌های جدید ارتباط برقرار نمی‌کند که شاید بتوان علت را در ضعف برنامه‌سازی و کاهش کیفیت سریال‌های جدید جست‌وجو کرد. تنها نقطه درخشان تلویزیون در حال حاضر و قبل از توقف سری جدید، «عصر جدید» بود و حالا این «کتاب باز» است که توانسته مخاطب کثیری را همراه داشته باشد و در روزها و ساعات دیگر با اینکه در باکس‌هاست مختلف زمانی برنامه‌های تازه‌ای در پاییز به کنساکتور اضافه شدند اما همچنان نتوانستند یک طیف جدی و بزرگ را به سمت خود بکشانند. قدرت گرفتن شبکه نمایش خانگی و برنامه‌سازی‌های پررنگ و لعاب‌تر با دستی بازتر برای برنامه‌سازها سلیقه بیننده را هم بیشتر در نظر گرفته و علی‌الظاهر جذاب‌تر است. ریالیتی شوهایی شبیه «فرماید شام ایرانی»، «شب‌های مافیا»، «ام شو» و حالا «هم‌رفیق» که هم خطوط قرمزهای زیاد تلویزیون را پایبند تهیه‌کننده نمی‌کند هم طرح‌های نو و تازه‌تر در آنجا با استقبال بهتری مواجه است و هم اسپانسر را برای هزینه بیشتر راغب میکند. این برای مخاطب دلسوز تلویزیون نقطه تأسف‌برانگیزی محسوب می‌شود که پس چرا رسانه ملی درست در زمانی که قرنطینه می‌تواند هم‌راهم بیشتری را به سمتش بکشد، کم فروغ و بی‌نور فعالیت میکند و از پتانسیل‌های بالقوه خود استفاده نمی‌کند.

سوالاتی که نتیجه‌اش پیش آمد سوالات فرعی دیگری است که این بار با ایزد مهرآفرین؛ منتقد و کارشناس رسانه و تهیه‌کننده آن را مطرح کردیم. پاسخ‌های خانم مهرآفرین را در ادامه با حذف سوالات می‌خوانید.

افت مخاطب تلویزیون و ساخت سریال و برنامه خوب امر مشخصی است و مخاطب عام یعنی مردمی که سال‌ها مخاطب تلویزیون بوده‌اند، متوجه این ماجرا می‌شوند. این مساله صرفاً برای امروز، دیروز و یا یک ماه قبل نیست و چند سالی می‌شود که این موضوع به دلایل مختلف و عریضه گریبان‌گیر تلویزیون است. تنها یک دلیل عامل افت برنامه‌سازی، سریال‌سازی و کمبود مخاطب نیست. سلسله مواردی در این امر دخیل است که می‌شود به آن‌ها اشاره کرد. هر کدام از این عوامل با ضرایب و اثرگذاری‌های خاص خودشان باعث شده‌اند تا تلویزیون به این حال و روز مبتلا شود. یکی از دلایل مهم و اصلی کم شدن مخاطب تلویزیون، ضعف شدن برنامه‌هاست. چون زمانی که مخاطب زیادی دارید، به همان میزان تبلیغات، انرژی و سرمایه‌گذاری می‌آید که بتوانید برنامه‌های خوب تولید کنید. یکی از علت‌های مهم کمبود مخاطب تلویزیون، گسترش رسانه‌های متفاوت دیگر است که مهم‌ترینشان می‌تواند اینترنت و ضریب نفوذ اینترنت در کشور باشد. در واقع از زمانی که اینترنت در کشور ما خیلی فراگیر شد، بخشی از مخاطبان تلویزیون را از آن خود کرد. این