



و این نکته را نشان می‌دهد که شاید بهتر باشد بخشی از بودجه‌های میلیاردری برای بازیگران را به سناریست‌ها اختصاص دهند و البته فضا را برای طراحی شخصیت و پرداخت سوژه‌ها باز بگذارند تا خنده نه یک خاطره دور که لحظه‌ای در دسترس و همیشگی برای مخاطبان باشد.

۳. مناسبت‌های تقویمی خاص مانند نوروز ثابت و تغییرناپذیر هستند. از این رو با نظمی مهندسی‌شده در برنامه‌سازی می‌توان در دوران رقابت تنگاتنگ جذب مخاطب، به موفقیت رسید. این فاکتور شاید تا حدودی در برنامه‌های تلویزیونی کم‌رنگ شده و کمتر برنامه یا سریالی در شرایط فعلی می‌تواند موج‌هایی از تأیید یا تمجید را از سوی مخاطبان عام یا خاص پدید آورد و این در حالی است که پلتفرم‌های اینترنتی با ساخت سریال‌های خوش‌رنگ و لعاب در ژانرهای مختلف تلاش کرده‌اند تا مخاطبان بی‌شماری را برای خود جمع کنند. در همین بزم نگاه است که این پرسش کلیدی مطرح می‌شود که چرا تلویزیون از دوران محبوبیت عمومی‌اش فاصله گرفته و برنامه‌ها و سریال‌های مناسبتی‌اش چون گذشته خواهان ندارد و نقدهایی مشخص به نحوه مدیریت آن مطرح می‌شود؟

برای پاسخ به این پرسش و تحلیل کارنامه تلویزیون در نوروز ۱۴۰۱ ناگزیریم از جغرافیای گذشته و تحلیل رویکردهایی سخن به میان آوریم که تلویزیون را در نوروزهای متعددی به عنوان یک رسانه بی‌رقیب و سرگرم‌کننده برای مخاطبان می‌نمایاند. برای همین منظور و با فاکتور گرفتن دهه اول انقلاب که عملاً رویکرد برنامه‌سازی نوروزی به دلیل شرایط درگیری کشور در التهابات انقلاب و جنگ هشت ساله کمتر به سوی نشاط می‌رفت اما با پایان جنگ و در سال ۱۳۷۰ به دلیل همزمانی تعطیلات نوروزی با ماه مبارک رمضان اولین مجموعه ویژه این دو مناسبت از سوی خسرو و ملکان ساخته شد. مجموعه «مهمان» در همان حال‌وهوای سنت‌های جاری در جامعه دهه شصت، زیست چند خانواده در کنار هم را به عنوان دستمایه روایت

را در برخی فاکتورها لحاظ کرده و در سال‌های مختلف برنامه‌ها و سریال‌های جذابی را روانه آنتن کرده که نشان‌دهنده اهمیت مخاطبان برای مدیران این رسانه بوده است و شاید بهتر باشد مهم‌ترین مشکل تلویزیون را برخی مشاوره‌های غلط یا لجبازی‌هایی دانست که احیاناً بدنه‌ای مدیریتی از این سازمان را رویاروی مردم قرار داده است اما مردم هیچگاه خاطرات جذابی را که این رسانه برایشان ساخته است از یاد نخواهند برد و دلتنگ تصویر خواسته‌ها و افکار خود در برنامه‌ها و سریال‌های تلویزیونی هستند.

تصویر امروز تلویزیون، در بیانی صادقانه و دلسوزانه نمایه‌ای از رسانه‌ای است که همچنان دوست‌دار جلب رضایت مردم است اما راه را گم کرده و راهبان‌هایی که این رسانه را به مردم پیوند می‌داده‌اند از خود دور ساخته است.

برای مثال پس از اقبال بی‌سابقه مخاطبان به «ساعت خوش»، ویژه برنامه نوروزی «سال خوش» روی آنتن رفت اما ناگهان ورق برگشت و گروه «ساعت خوش» از چرخه فعالیت رسانه‌ای کنار گذاشته و از دور هم بودن برای چند سال منع شدند. مثال دیگر این که پس از موفقیت بی‌سابقه فیلم سینمایی «کلاه قرمزی و پسر خاله»، نوروز ۱۳۷۴ به فرصتی مناسب برای روی آنتن رفتن مجموعه ۱۳ قسمتی «کلاه قرمزی» بدل شد اما پس از آن ۱۴ سال سپری شد تا بار دیگر مجموعه «کلاه قرمزی» روی آنتن رود.

مثال‌های دیگر، رویکرد تلویزیون به رضا عطاران، مهران مدیری، سعید آقاخانی و عادل فردوسی‌پور است که هر یک برای مدتی مشخص جایگاهی تعیین‌کننده در مناسبات سریال‌سازی و برنامه‌سازی ویژه نوروز و دیگر مناسبت‌ها داشتند اما برخی حاشیه‌ها سبب دوری آن‌ها از تلویزیون شد. عطاران که کارگردانی ویژه برای مناسبت نوروز و به ویژه ماه رمضان برای تلویزیون محسوب می‌شد پس از رویکردهایی که نسبت به سریال «بزنگاه» انجام و به تغییر مسیر و خط داستانی آن منجر شد از تلویزیون فاصله گرفت و تاکنون حاضر به بازگشت نشده است. مهران مدیری هم پس از اختلاف نظری که با تلویزیون بر سر «قهوه تلخ» پیدا کرد مسیر سریال‌سازی خود را در شبکه نمایش خانگی و پلتفرم‌های اینترنتی دنبال کرد و پس از چند سال دوری از تلویزیون، سرانجام «در حاشیه» را ساخت که باز خورد مثبتی نداشت تا او نیز این روزها در برنامه «نورهمی» و دور از مناسبات کم‌دی‌سازی در تلویزیون بایستد.

در باره سعید آقاخانی هم وضعیت به همین منوال است. در حالی که سریال «راز بقا» به کارگردانی او این روزها در حال پخش از پلتفرم‌های اینترنتی است و سوژه جذابش مخاطبان را جذب کرده اما تلویزیون سریال‌هایی چون «خداداد» و «دردسرای شیرین» را روانه آنتن می‌کند. آیا این رویکرد، حقیر کردن آنتن تلویزیون نیست؟



با وجود همه انتقاداتی که به تلویزیون وجود دارد اما این رسانه تا حدودی رویکرد مردمی خود را در برخی فاکتورها لحاظ کرده و در سال‌های مختلف برنامه‌ها و سریال‌های جذابی را روانه آنتن کرده که نشان‌دهنده اهمیت مخاطبان برای مدیران این رسانه بوده است

خود داشت و شخصیت طاهره خانم با چنگالی که همیشه در دستانش بود و با بازی پروین سلیمانی به اشتراکی عمومی رسید. محبوبیت این سریال سبب شد تا سال ۱۳۷۱ هم خسرو ملکان مجموعه تعطیلات نوروزی را روانه آنتن کند و از همین جا بود که تلویزیون با درک نیاز جامعه به شادی و نشاط پس از گذر از ۸ سال التهاب و تلخی جنگ، رویکرد خود را ساخت برنامه‌های شادی‌آور قرار داد.

این رویکرد سبب شد تا تلویزیون از موج‌های پدید آمده پیرامون یک برنامه به سادگی نگذرد و بازتاب‌های عمومی را ملاکی برای برنامه‌سازی و سریال‌سازی خود قرار می‌داد.

همین شد که تلویزیون در گذر زمان ملقب به رسانه ملی شد و تا برهه زمانی مشخصی هم در مسیر رضایت عمومی عمل کرد اما برخی رویکردها و تغییرات مدیریتی سبب شد تا تلویزیون در چالش مردمی بودن و جذب رضایت اقلیتی متنفذ، گاه جانب‌دار همان اقلیت شود و برای به دست آوردن رضایت آن گروه قلیل حتی به سرمایه‌های انسانی خود هم تا حدودی بی‌توجهی کرد.

تلویزیون آنچنان مردمی می‌اندیشید که در سال‌های هم‌زمانی نوروز با محرم و صفر سریال‌هایی چون «خوش‌رکاب»، «شب دهم» و «وفا» را روانه آنتن کرد یا حتی پس از اقبال نسبت به مجموعه «افسانه جومونگ»، پخش آن را در نوروز هم ادامه داد.

تلویزیون در بحث برنامه‌سازی ترکیبی هم کاملاً همسویی خود با مخاطبان را در بسیاری از مواقع نشان داده است. این رسانه در باکس نوروز پخش مسابقاتی چون «سیمرغ» با اجرای محمد حسینی، «ستاره‌ها» با اجرای ایرج نودری، «تلاش» با اجرای شهلا نظریان و حسین عرفانی، «راز سبب» با اجرای فرهاد جم و مهسا مهجور، «مردان آهنین» با اجرای رضا جاودانی را در دستور کار داشت و ویژه‌نامه‌هایی چون «آقای گزارشگر»، «ستاره‌ساز» و «عصر جدید» را هم در باکس نوروز طی سال‌های مختلف قرار داد.

با وجود همه انتقاداتی که به تلویزیون وجود دارد اما این رسانه تا حدودی رویکرد مردمی خود