

## صعود و سقوط

## تلویزیون در دنیا

عباس قائمی  
پژوهشگر هسته افکار عمومی و تعبیرات فرهنگی مرکز رشد دانشگاه امام صادق (ع)

تلویزیون همچنان بخش قابل توجهی از سبد مصرف رسانه‌ای مردم را در سراسر جهان تشکیل داده است. شاید این جمله یکی از مهم‌ترین برداشت‌ها از مجموع داده‌های مجموعه‌های مخاطب پژوهی از سراسر جهان باشد، به‌طورمثال در سال ۱۴۰۱ بزرگسالان انگلیسی به‌طور میانگین بیش از ۱۶۰ دقیقه به تماشای تلویزیون نشسته‌اند.

یا در ایالات متحده همچنان بزرگسالان به‌طور میانگین ۱۷۸ دقیقه مخاطب تلویزیونند.

اگر استفاده از تلویزیون را با دیگر رسانه‌های تصویری در این کشورها مقایسه کنیم، سهم تلویزیون همچنان قابل توجه است. در بسیاری از کشورهایی که زیرساخت‌های اینترنتی در آن بسیار پیش و پیش از کشور ما توسعه پیدا کرده، بسترهای آنلاین هنوز نتوانسته‌اند سهم این رسانه قدیمی را از آن خود کنند.

به‌طور مثال ۷۵ درصد از کل سبد مصرف ویدئویی فرانسوی‌ها و نزدیک به ۷۰ درصد از کل مشاهده ویدئو توسط کانادایی‌ها متعلق به تلویزیون است و سکوهاي بخش خانگی (چه در قالب سرویس‌های اشتراکی و چه رایگان) زیر ۱۵ درصد از کل وقت استفاده از رسانه‌های ویدئویی را در این دو کشور اشغال کرده‌اند. در کشور ما نیز داده تأیید می‌شود؛ ایرانیان بالای ۱۵ سال (در سال ۱۴۰۲) به‌طور میانگین ۱۶۱ دقیقه به تماشای تلویزیون نشسته‌اند. جالب است که همین عدد درباره مشاهده سکوهاي بخش خانگی ۵۸ دقیقه بوده است. این یعنی حتی اگر مشاهده ماهواره و استفاده از مجموعه شبکه‌های اجتماعی (نه فقط ویدئویی) را به‌عنوان کل سبد مصرف رسانه‌ای ایرانیان محاسبه کنیم، تلویزیون بالای ۳۵ درصد و بخش خانگی تنها ۱۳ درصد از آن را اشغال کرده‌اند.

اما قضیه به اینجا ختم نمی‌شود؛ هنگامی که مصرف رسانه‌ای جوانان و نوجوانان را در همین کشورها بررسی کنیم، تفاوت‌های بسیار جدی میان میانگین کل جامعه و دسته‌های جوان‌تر روشن می‌شود. با بررسی تک‌تک نمودارهای عرضه‌شده درباره چهار کشور که به آن‌ها اشاره شد، مصرف تلویزیون در میان دسته‌های جوان کمتر و استفاده از بسترهای آنلاین و به‌خصوص سکوهاي بخش خانگی به‌طور قابل ملاحظه‌ای بیشتر است.

در ایران نیز براساس داده‌های مرکز تحلیل اجتماعی (متا) مرکز رشد دانشگاه امام صادق (ع)، همین موضوع روشن است. میانگین مشاهده تلویزیون در دسته ۱۵ تا ۲۴ سال ایرانی ۹۳ دقیقه است که تفاوت نزدیک به ۷۰ دقیقه‌ای با میانگین کل دارد. همچنین درحالی‌که مشاهده سکوهاي بخش خانگی با تلویزیون در کل جامعه اختلاف زیادی داشت، اما در این دسته سنی اختلاف حدود ۱۰ دقیقه است، یعنی سکوهاي بخش خانگی در این دسته سنی به‌طور قابل ملاحظه‌ای رشد کرده‌اند.

### جمع‌بندی

تاکنون داده‌ها و تحلیل‌های متعددی از کاهش مصرف تلویزیون به‌عنوان روندی جهانی مطرح شده، اما داده‌هایی که در این یادداشت بررسی شده‌اند، نشان‌دهنده جایگاه جدی تلویزیون در سبد مصرف ویدئویی مردم جهان است. با توجه به اینکه نسل آینده تعیین‌کننده وضعیت آتی جامعه خواهند بود، پیش‌بینی می‌شود در ۱۰ سال آینده این روند به‌ضرف تلویزیون و مجموعاً تمام رسانه‌های پخش (Broadcast) و به‌نفع بسترهای آنلاین خواهد شد. این روند منحصر به ایران نیست و می‌توان رد پایی از چنین روندی را در کشورهای مختلف دنیا نیز مشاهده کرد.

نمودارها در صفحه ۳

پیام مهم رهبر انقلاب  
به مدیران رسانه ملی درخصوص  
هندسه رسانه‌ای جدید

## تلاش تان را مضاعف کنید

۱۲



# روزهای سخت قالیباف

رئیس مجلس دیروز، هم اقدامات همتی را توجیه کرد  
و برای دولت زمان خرید و هم به سؤالی که رسایی  
خودش جوابش رامی دانست، پاسخ داد

## وقاحت طالبان ته ندارد

افغانستان یک سد دیگر بر هریرود افتتاح کرد

## اقتصاد ترسناک خماری

گزارش تحقیقی «فرهیختگان» درباره جزئیات آماری حلقه تولید، توزیع و مصرف مواد مخدر قاچاق را بخوانید

۱۶

«فرهیختگان»، پرونده‌های بازبین‌الملی

در سال جدید میلادی را بررسی می‌کند

## دنیا ۲۰۲۵ دنیای پنچیده‌تری است

# 20 25

حواشی پیرامون معاون هنری ارشاد اوج گرفت

## دهای سندلی داغ معاونت را خودتان زیاد نکنید!

۱۲

روایت «فرهیختگان» از ۳ انتخاب مهم در آموزش عالی

## وزیر به حرف پزشکيان گوش می‌کند؟

۵

## بنزین ماسک روی آتش اختلافات در آلمان

۱۵