



در برابر موفقیت روزافزون شبکه تلویزیونی سی ان ان در سرتاسر جهان، اروپاییها چند سالی است از خود می پرسند که آیا خواهند توانست شبکه های خبری ۲۴ ساعته تأسیس کنند؟ ژاپنیها و انگلیسیها و کاناداییها با انجام چنین کاری، ثابت کردند که می توان وارد ماجرای خبر تلویزیونی ۲۴ ساعته شد، بدون آنکه بازاری به وسعت بازار داخلی ایالات متحده داشت. اما قاره اروپا هنوز از مرحله مطالعات در این زمینه فراتر نرفته است.

## نبرد شبکه های خبری

ایو اود

ترجمه شهین فرامرزی راد

• از: لوموند دیپلماتیک (نوامبر ۱۹۹۱)

• در برابر موفقیت روزافزون

شبکه تلویزیونی سی ان ان در سرتاسر جهان،

اروپاییها چند سالی است

از خود می پرسند که

آیا خواهند توانست

شبکه های خبری ۲۴ ساعته تأسیس کنند.

• بی بی سی سالهاست که

روی طرح وسیع «تلویزیون بی بی سی»

سرویس خبری جهان» کار می کند و با این کار

می خواهد با تأکید بر تحلیل و تفکر، خود را

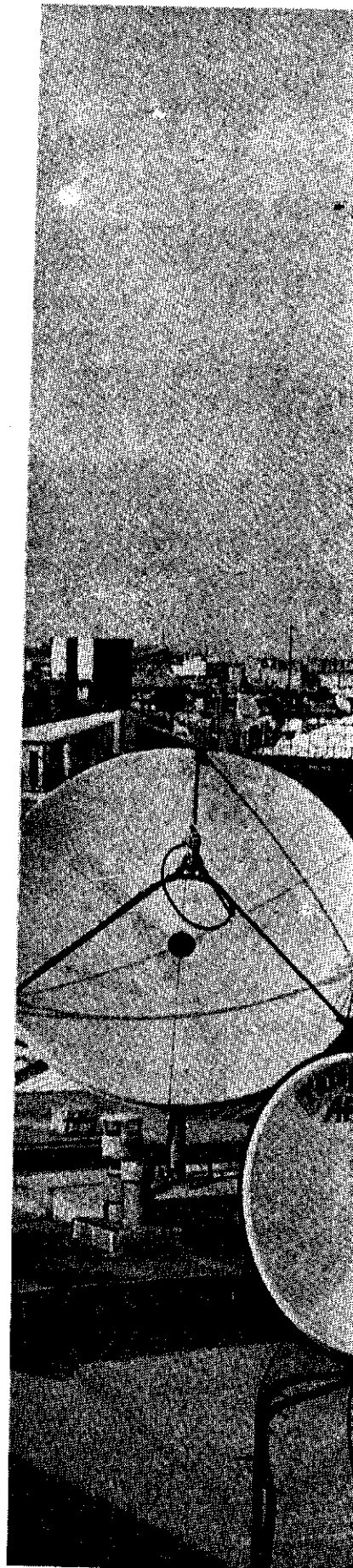
از الگوی سی ان ان که بر

گزارش مستقیم و خبر خلق الساعه مبتنی است،

متمایز کند.

برای کشورهای قاره قدیم، مسئله دوچندان پراهمیت تر است. از نظر تجاری، بایست قبل از آنکه سی ان ان و یا سایر گروههای انگلوساکسون، این بخش جدید بازار سمعی بصری اروپا را به چنگ آورند، از خود واکنش نشان دهند. اما از سویی، حضور مداوم آرم تلویزیون سی ان ان بر صفحه تلویزیونهای اروپایی به هنگام جنگ خلیج، نفوذ سیاسی و حتی تهدیدی برای حاکمیت کشورهای اروپایی تلقی شد. در فرانسه، سیاستمدان چپ و راست، به طور علنی از نبود یک «سی ان ان به سبک فرانسوی» ابراز نگرانی کردند، و برای مثال، از خیرگزاری فرانسه نام بردند که هرچند دستگاهی واقعاً بهره ور نیست، اما حضور فرانسه را در تمامی کشورها در کنار آژانسهای بزرگ خبری انگلوساکسون تضمین می کند. در ایتالیا، یک مسئول رادیو تلویزیون گفت که شبکه وی در برابر حضور دائم تصویرهای سی ان ان بر آنتن خود، احساس می کند به «شبکه ای زیر دست» مبدل شده است. در شهر استراسبورگ، نمایندگان پارلمان اروپا ابراز امیدواری کردند که اروپا ابزاری چون سی ان ان در دست داشته باشد تا بتواند سنت خبرنگاری و بینشی از جهان منحصرراً اروپایی را تداوم و تعمیم دهد. حالا باید دید که آیا اراده ها در این باره استوار خواهند ماند و به ویژه آیا از نظر مالی تحقق خواهند یافت؟ زیرا فراتر از حرفهای اصولی برای همه هزینه واقعی چنین شبکه ای مطرح است.

این کار ساده ای نیست. در زمینه بسیار حساس رسانه ها، قاره اروپا بازاری است پیچیده، پر از موانع زبانی، رقابتهای ملی، سیستمهای مختلف فرستنده ها و گیرنده های رقیب. به علاوه، تلویزیون کابلی که شبکه های موضوعی از آن استفاده بسیار می کنند، به گندی اما به طور نابرابر در



کشورهای اروپا رشد می کند: در مقابل ۸ میلیون خانواده آلمانی که مشترک تلویزیون کابلی هستند، در فرانسه فقط ۷۰۰ هزار مشترک وجود دارند که امکان به دست آوردن درآمدی کافی را برای تأمین هزینه های شبکه های موضوعی، که به اندازه شبکه های خبری پرهزینه هستند، نمی دهند.

با این حال، این تردیدها گروههای بزرگ انگلوساکسون را از توجه روزافزون به بازار خبر تلویزیونی اروپایی باز نمی دارد. وسایل تولیدی قوی، متناسب با وسعت بازار داخلی آنها در محل مستقرند، و آنها که تصاویرشان قبلاً در بازار وسیع انگلوساکسونها مستهلک شده اند، می توانند آن تصویرها را به قیمتی پایینتر در بازارهای دیگری دوباره بخش کنند و یا به فروش برسانند. بدین وسیله، آنها می خواهند تا لحظه توسعه تلویزیون کابلی در سرتاسر اروپا، در محل حاضر باشند، به این امید که آگهیهای تبلیغاتی - بیشتر از سایر رسانه ها - به سوی تلویزیون رو آورند. بدین ترتیب، سی ان ان بین المللی هم اکنون در بیشتر شبکه های کابلی اروپایی حضور دارد. به علاوه، سی ان ان قراردادهای فروش دوباره تصاویرها و برنامه هایش را با شبکه های متعدد تلویزیونی اروپایی بسته است و به زودی طرح جدیدی را به نام «نیم کره شرقی» اعلام خواهد کرد که اروپا را از دوبلین تا توکیو در بر خواهد گرفت.

تنها سی ان ان وارد رقابت نشده است. آژانسهای بزرگ تصویری، ببه نام ویز نیوز و وی سی ان طرحهای خاص خود را با همکاری شبکه های آمریکایی گسترش می دهند. گروههای دیگری، در جستجوی شریکهای محلی هستند که حاضر باشند سهامداران اقلیت در شبکه های تحت کنترل ایالات متحده باشند. به همین منظور، شاهد عملیات وسیع برقراری اتحاد بین گروههای انگلوساکسون و ژاپنی برای نفوذ بهتر در بازارهای خارجی هستیم. از این پس، مسئولان اروپایی می دانند که اگر بازارهای خود را در آینده نزدیک در اختیار نگیرند، ممکن است خیلی زود چنین امکانی را از دست بدهند.

گروهی از رسانه های انگلیسی زبان اما انگلیسیها تصمیم خود را گرفته اند. آنها به جای متحد شدن با گروههای اروپایی، به تنهایی وارد صحنه شده، و از بقیه اروپا نیز جلوتر رفته اند. در

ماه فوریه ۱۹۸۹، گروه مورد اک شبکه اسکای نیوز را افتتاح کرد که ۲۴ ساعته، برای تمام قاره خیر پخش می کند. هدف اسکای نیوز، نخست بازار انگلیسی با ۲/۵ میلیون مشترک آن است. اما خیلی زود موفق شد تا در بسیاری از کشورها، به ویژه در اروپای شرقی، با استفاده از آنتنهای ارزان قیمت جایی برای خود باز کند. این شبکه، هر چند از نظر مالی بهره ور نیست، اما همچنان به توسعه زیربنای تولید خود ادامه می دهد و ۲۵۰ نفر در استخدام خود دارد. گروه مورد اک به این علت می تواند به این سیاست متهورانه در بازاری هنوز در حال تکوین دست بزند که منابع مالی بسیار هنگفتی از استقرار چندین رسانه در استرالیا، انگلستان و ایالات متحده به دست می آورد: اسکای نیوز، اجتماع وسیع رسانه های انگلوساکسون را دربر می گیرد. مورد انگلستان را می توان به دشواری الگوی توسعه برای کشورهای اروپا قرار داد.

بی بی سی، سالهاست که بر طرح وسیع «تلویزیون بی بی سی، سرویس خبری جهان» کار می کند و هدف آن، ایجاد یک شبکه تلویزیونی جهانی براساس الگوی رادیو بی بی سی است. و با این کار، می خواهد با تأکید بر تحلیل و تفکر، خود را از الگوی سی ان ان که بر گزارش مستقیم و خبر خلق الساعه مبتنی است، متمایز کند. تصاویر سرویس جهانی را بیشتر تلویزیون بی بی سی، آژانس ویز نیوز و شریک آمریکایی اش ان بی سی تأمین خواهند کرد. از ماه مارس ۱۹۹۱، سرویس جهانی به طور آزمایشی روزانه یک برنامه خبر تلویزیونی تولید می کند که سرویس بی بی سی آن را برای شبکه های کابلی اروپایی و شبکه کابلی سوپر چانل پخش می کند.

اما برای بی بی سی، اروپا منطقه ای چون مناطق جغرافیایی است. بخش دوم توسعه سرویس جهانی در خاور دور از نوامبر ۱۹۹۱ صورت خواهد گرفت. با همکاری گروه هنگ کنگ هاج ویز یون، بی بی سی شبکه تلویزیونی اخبار ۲۴ ساعته را برپا کرده است که هزینه آن تماماً از آگهیهای تبلیغاتی تأمین خواهد شد. این شبکه، از یک ماهواره بخش تلویزیونی استفاده خواهد کرد که منطقه ای را که ۳ میلیارد جمعیت دارد و ۱۲۰ میلیون نفر آن انگلیسی زبان هستند، پوشش خواهد داد. این شبکه نو در آسیا که مستقیماً رود روی سی ان ان است، کلیه

برنامه هایش در لندن تولید خواهد شد. اگر این آزمایش در آسیا موفقیت آمیز باشد، سرویس جهانی اروپا را نیز در بر خواهد گرفت.

بقیه اروپا در برابر تحرک انگلیس عقب افتاده است. با این حال، از هم اکنون دو استراتژی متمایز - و شاید هم رقیب - پدیدار شده است.

به نظر می رسد که مسئولان تلویزیونهای دولتی، راه حل اروپایی را انتخاب کرده باشند: ۱۱ شبکه دولتی از ۸ کشور اروپا، از جمله: فرانسه، آلمان، ایتالیا، اسپانیا، بلژیک، فنلاند، یونان و یوگسلاوی به همراه مصر، سازمان گسترش اورونیز را ایجاد کردند که مأمور ایجاد شبکه تلویزیونی اروپایی است. این طرح، در حال شکل گیری است و از دسامبر ۱۹۹۲ اورونیز خواهد توانست به طور دائم به پنج زبان در سرتاسر قاره خبر پخش کند. این شبکه در آغاز کار، ۱۸ میلیون خانواده را و در سال ۱۹۹۵، ۳۰ میلیون خانواده را در بر خواهد گرفت. پیش بینی شده است که اورونیز از وسایل تولید سنگین استفاده کند، یعنی تصویرهایش را تلویزیونهای عضو بازار مبادله تصاویرهای تلویزیونی دولتی اروپا، آژانسهای بزرگ تصویر و شاید هم سی ان ان تأمین خواهند کرد.

نحوه تأمین مالی پیش بینی شده، نسبتاً پیچیده است: ۵۴ درصد بودجه آن از محل تلویزیونهای عضو (بخش عمده آن به صورت خدمات) تأمین خواهد شد، ۲۴ درصد آن از جامعه مشترک اقتصادی اروپا به صورت کمک مالی، و بقیه از آگهیهای تبلیغاتی. به کمک پولهای دولتی، اورونیز می تواند برنامه های خود را به رایگان به شبکه های کابلی پیشنهاد کند تا از این طریق در آنها نفوذ کند.

گروه اورونیز، باید اکنون شبکه های دولتی و جامعه اقتصادی را متقاعد کند که زمان عمل فرارسیده است. و چنین کاری، مشکل خواهد بود. مسئولان طرح اعلام کرده اند که شبکه با ۲۰۰ کارمند و حداقل ۳۵۰ میلیون فرانک هزینه در سال، نمی تواند حسابهای خود را تا قبل از ۷ یا ۸ سال متعادل کند. آنها امیدوارند که کشورهای دیگری به جمع آنها بپیوندند تا بار هزینه های مالی سبکتر شود. بنابراین، ممکن است اورونیز پذیرای کشورهای بلوک شرق و حتی تلویزیونهای خصوصی

شود. اما در حال حاضر، کشورهای اروپای شمالی درباره شرکت در طرحی که انگلیسیها و به ویژه بی بی سی در آن حضور ندارند، تردید به خود راه می دهند.

شرط بندی بزرگ دیگر آورو نیوز، بر محتوای برنامه هاست. یک شبکه چندزبانه تنها می تواند برنامه هایی را پخش کند که خبرگزاری از پشت صحنه آنها را تفسیر کند. بنابراین، نه مجری حاضر است، نه صحنه استودیو و نه بحث وجود خواهد داشت و مصاحبه ها اندک خواهند بود. برای مواجه نشدن با چنین مسایلی، مسئولان طرح بر غنای برنامه های خود که شامل اخبار روز توأم با مجله های خبری بسیار متنوع باشد، و ابتکاری بودن نحوه ارائه که جنبه های تاریخی و ژئوپلیتیکی حوادث را در نظر می گیرد، حساب می کنند.

از سوی دیگر، آورو نیوز متشکل از فدراسیون بزرگی از تلویزیونهای دولتی نخواهد بود، بلکه شبکه ای مستقل، دارای کارکنان خاص خود و متمرکز خواهد بود. با این حال، برخی از تلویزیونهای عضو از هم اکنون شرایطی را مطرح می کنند و از جمله با پخش برنامه اصلی خبری، همزمان با برنامه خودشان مخالفت می ورزند. این خواسته، به تنهایی جلوه گر مشکلاتی است که طرح با آن روبه روست، و نشانگر خودمختاری نسبی است که آورو نیوز در برابر سازمانهای پیش از ده شبکه تلویزیونی دولتی از آن برخوردار است.

از سوی دیگر، چندین تلویزیون خصوصی اروپایی نیز روی طرح شبکه های خبری کار می کنند. آنها محتاطانه تصمیم گرفته اند تا کوششهای خود را بر زمینه کلاسیک تر و آشناتر بازارهای ملی خود متمرکز کنند. و در اینجا، با مسئله محدود بودن حوزه زبانی روبه رو هستند. در آلمان، سه طرح رقیب وجود دارد. بزرگترین آنها، مشارکت گروه برتلزمن با غول رسانه ای آمریکایی تایم-وازنر است. آمریکاییها پیشنهاد کرده اند که به رایگان یک برنامه پایه شامل آگهیهای تبلیغاتی که بخش بخش در میان برنامه های ملی قابل پخش است، در اختیار اروپاییان قرار دهند.

اما فرانسه، در زمینه اخبار مداوم تنها کانال افنو را در اختیار دارد و بر شبکه های کابلی متن اخبار را به همراه عکس پخش می کند. سهامداران آن، خبرگزاری فرانسه و تلویزیونهای بزرگ کابلی فرانسه اند که به

نظر نمی رسد حاضر به وارد شدن به این ماجرا باشند و کانال افنو را به هسته یک «سی ان ان به سبک فرانسوی» مبدل کنند.

تنها طرح ایجاد یک شبکه واقعی فرانسوی خبر مداوم را کانال یک تلویزیون فرانسه و کانال تی اف یک با مشارکت یکدیگر به پیش می برند. با توجه به محدودیت بازار کابلی و وسعت سرمایه گذاریها، اعتبار طرح بیشتر بر استواری مالی دو طرف و دانش آنها مبتنی است. توافق در شکل فعلی خود، خطرهای مسئولیتها را به طور برابر بر عهده دو طرف قرار می دهد. اما مسئول فنی آن، کانال یک خواهد بود که مجموعه ای از خدمات، تجهیزات و به ویژه تصویرهای خبری را که گزارشگران این شبکه می فرستند و از بخش کوچکی از آن در برنامه های خبری و مجله های آن، استفاده می شود، ارائه خواهد داد. با این حال، شبکه جدید کارکنان خود را که شامل ۲۰۰ کارمند و حدود ۱۰۰ خبرنگار است، خواهد داشت.

برنامه آن بیشتر به اخبار اختصاص خواهد داشت، و شامل بولتنهای خبری متعدد، گزارشهای کوتاه، تیرهای کوتاه، تاریخچه ها، مصاحبه ها، بحثها و مجریان سرشناس خواهد بود. این برنامه ریزی، قبلاً به ویژه در مورد سی ان ان، موفقیت آمیز بوده است.

باقی می ماند مسئله مالی. این طرح، پُر هزینه است: ۲۰۰ الی ۲۵۰ میلیون فرانک در سال. با توجه به کندی گسترش تلویزیون کابلی، درآمدها (حق اشتراک و آگهیهای تبلیغاتی) در سالهای اول ناچیز خواهند بود. کانال یک و کانال تی اف یک آماده اند تا بار هزینه های مالی را در دوره انتقالی به دوش بکشند. اما آن دو، خواستار مشارکت شبکه های بزرگ تلویزیون کابلی هستند و در ازای آن، از ظهور یک شبکه تلویزیونی خبری فرانسوی در زمینه کابل بهره مند خواهند شد. شبکه های کابلی، هزینه های چندین تلویزیون از این نوع را، مانند شبکه های ورزشی، سینمایی، برنامه های جوانان، و غیره، بر عهده گرفته اند و هزینه های گزاف آن، ضرر فراوانی برای شبکه های کابلی به وجود آورده است. در حال حاضر، شبکه های کابلی آمادگی دست زدن به ماجرای پرهزینه دیگری را ندارند.

اگر همه بر مواضع فعلی خود اصرار ورزند، فرانسه به این زودپها از شبکه خبری

مداوم برخوردار نخواهد شد. کانال یک زمزمه می کند که در صورت به دست نیامدن پیشرفت، از کلیه مشارکتها استقبال، خواهد کرد و در صورت نبود شرکتهای فرانسوی، حاضر است با سی ان ان در مورد ایجاد یک شبکه فرانسوی شده این تلویزیون آمریکایی مذاکره کند. برخی به راه حل نهایی می اندیشند: دولت - که نگران شکست تلویزیون کابلی بوده است - کم و بیش به طور مستقیم در ماجرا مداخله کند تا به مشتریان تلویزیون کابلی، برنامه های کاملتر و متنوعتری ارائه شود.

بدین ترتیب، فرانسه و دیگر کشورهای اروپایی، شاید خیلی زود درگیر چندین طرح سنگین و پرهزینه رقیب با دورنمای مالی مبهم شوند و در عین حال، برخلاف ظواهر، اروپاییها ممکن است در اهداف سیاسی و تجاری خود به علت محدود بودن جاه طلبیهایشان، دچار شکست شوند. اگر زمینه مهم و کلیدی تولید تصویرهای خبری در اختیار گروههای انگلوساکسون قرار گیرد، رقابت با آنها بیهوده خواهد بود. قدرتمندی و استقلال سی ان ان، ویزنیوز، وی تی ان، در وهله نخست مبتنی بر گروههای گزارشگر آنها در سرتاسر جهان و دفترهای آنها در خارج است که مترصد گزارش خبر با سیستمهای مخابراتی جهانی هستند. به منظور مقابله با هزینه روزافزون این ساختار زیربنایی، انگلوساکسونها به فکر امضای توافقاتی یک کاسه کردن تجهیزات و کارکنان خود هستند. زیرا، مهم آن است که از این ابزار حیاتی محروم نشوند، چرا که پایه و اساس برتری آنها در بازار جهانی محسوب می شود.

اگر به علت نبودن امکانات و روحیه همکاری، شبکه های آتی خبری اروپا مجبور به چشم پوشی از ایجاد شبکه تولید بین المللی خاص خود - چه به تنهایی و چه به طور مشترک - شوند، ممکن است پس از مدتی به خریداران و پخش کنندگان تصویرهایی مبدل شوند که خارج از حیطه اختیار آنها تهیه، و در لندن و نیویورک و آتلانتا انتخاب و مونتاژ شده باشند. و به همین دلیل، قادر به دستیابی به استقلال در زمینه اقتصادی و تدوینی نباشند. در عمل، آنها به شبکه های انگلوساکسون بازاری پرسود هدیه خواهند داد که موقعیت برتر آنها را بر اروپا بیش از پیش تحکیم خواهد کرد.