

راديو؛ رسانه پيشتاز در صدور پيام انقلاب

گفت‌وگو با دكتور محمد اخگري، مدير كل اروپا و آمريكاي معاونت برون‌مرزي رسانه ملي

❖ گفت‌وگو از: پريسا پيران

كارشناس روابط عمومي معاونت برون‌مرزي

اشاره

اداره كل اروپا و آمريكاي معاونت برون‌مرزي سازمان صداوسيمما روزانه با ۳۵ ساعت پخش برنامه راديويي به هشت زبان زنده دنيا، قاره‌هاي اروپا، آمريكا، اقيانوسيه و مناطقي از آفريقا، آسياي ميانه و شبه قاره هند را تحت پوشش ايستگاه‌هاي راديويي خود قرار داده است. ايستگاه‌هاي راديويي به زبان‌هاي روسي، آلبانيايي، آلماني، اسپانيايي، انگليسي، بوسنيايي، فرانسوي و ايتاليايي، مجموعه راديوهاي اين اداره كل را تشكيل مي‌دهند كه علاوه بر پخش برنامه بر روي موج کوتاه (SW)، از طريق اينترنت و ماهواره نيز مناطق مذکور را تحت پوشش قرار مي‌دهند و تازه‌ترين اخبار و اطلاعات را درباره ايران، منطقه و جهان به زبان‌هاي موردنظر بازنتاب داده، منعكس مي‌كنند. راديوهاي اين اداره كل در جذب و جلب مخاطبان آن سوي مرزها بسيار موفق بوده‌اند؛ به‌گونه‌اي كه پاره‌اي از مخاطبان اين راديوها با پيگيري برنامه‌هاي اين راديوها به دين مبين اسلام مشرف شده‌اند. راديوهاي اداره كل اروپا و آمريكاي معاونت برون‌مرزي سازمان، معرف اسلام و ايران به مخاطبان اروپايي و آمريكايي هستند. دكتور محمد اخگري، مدير كل اروپا و آمريكاي معاونت برون‌مرزي سازمان صدا و سيما بيشتر در اين باره سخن مي‌گويند و جاگاه و نقش مؤثر راديوهاي برون‌مرزي را در عرصه ديپلماسي عمومي و رسانه‌اي نظام جمهوري اسلامي، مورد تأمل و توجه قرار مي‌دهند.



● به‌عنوان نخستین پرسش، مناسب است از جایگاه و نقش رسانه‌های دیرین چون رادیو در عرصه دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای، سخن بگویید و به آن اشاره‌ای کنید.

■ باید پذیرفت که رسانه‌ها، امروزه نقشی مهم در نحوه هدایت سیاست خارجی هر کشور ایفا می‌کنند و به اعتقاد برخی کارشناسان اکنون قدرت جهانی یک کشور در توان و استعداد دیپلماسی رسانه‌ای آن در ایجاد هویت ملی و ارائه تصویر مکمل بین‌المللی آن نهفته است. دیپلماسی، دیگر، پدیده اتاق‌های دربسته نیست؛ پدیده‌ای آشکار است؛ پدیده‌ای رسانه‌ای که هر چه پویاتر باشد، سیاست خارجی را پویاتر خواهد ساخت. بنابراین در جهان امروز، بدون داشتن درک عمیق از جایگاه و نقش مهم رسانه، ایفای نقش دیپلماسی به شکل مؤثر ناممکن است. رسانه امروز به‌عنوان قدرت نرم هر کشور به حساب می‌آید تا از طریق آن شهروندان را برای ایجاد ائتلاف‌هایی که محدودیت‌های ملی را شامل نمی‌شود، جذب کند. امروزه به مدد رشد ابزارهای مدرن ارتباطی، دیپلماسی تنها در اتاق‌های دربسته شکل نمی‌گیرد، بلکه بخش مؤثر این دیپلماسی در برابر چشم دیگران و به کمک فناوری‌های نوین ارتباطی و رسانه‌ها شکل می‌گیرد. هم از این روست که مأموریت نهادهای دیپلماتیک، امروزه به رسانه‌ها سپرده شده است. راس پرو، کاندیدای ریاست جمهوری آمریکا در سال ۱۹۹۲ می‌گوید: «سفارتخانه‌ها یادگار ایام کشتی‌های بادبانی هستند. در آن زمان که از ارتباطات جهانی خبری نبود، سفیر هر کشور به نمایندگی از کشور خود سخن می‌گفت. ولی اکنون، با توجه به ارتباطات آنی در تمام نقاط جهان، سفیر نقشی به‌طور عمده اجتماعی برعهده دارد. در واقع سران و وزیران کشورها به‌طور علنی یا محرمانه، به‌طور مستقیم با همتای خویش مذاکره می‌کنند. مذاکرات آنها به‌طور عمده از طریق دیدارها و ملاقات‌های رسمی و غیررسمی و نیز از طریق ارتباطات گروهی و بین فردی انجام می‌گیرد.»

برخی بر این عقیده هستند که دیپلماسی رسانه‌ای از حیث هدف، ابزار، روش‌شناسی و دوره زمانی با دیپلماسی عمومی فرق می‌کند و به عبارتی، استفاده کردن دیپلماتیک از رسانه و تلاش برای دستیابی به مقاصد دیپلماتیک از

طریق رسانه حیظه شمول دیپلماسی رسانه‌ای است، ولی دیپلماسی عمومی تأثیرگذاری در خارج از مرزها و تسخیر قلب‌ها و مغزها از هر روشی را شامل می‌شود که رسانه یکی از این روش‌هاست.

اکنون که جایگاه و نقش رسانه در دیپلماسی جهانی مشخص شد، باید رسانه رادیو را به‌عنوان یکی از رسانه‌های مؤثر در نظر گرفت؛ البته با در نظر گرفتن این مهم که رسانه‌ها نیز در عصر حاضر شکل و جایگاه ویژه‌ای یافته‌اند. عصر دوم رسانه‌ها، یعنی دوره حاضر، با نوعی همگرایی و ادغام در رسانه‌ها همراه است و از دیدگاه نظریه‌پردازان با ظهور و شکل‌گیری نوع جدیدی از جامعه نیز همراه شده است، که این جامعه از طریق ادغام فناوری‌های جدید ارتباطی ماهواره‌ای با رایانه، رادیو و تلویزیون و تلفن ظاهر شده است. رادیو را از فناوری‌های عصر اول رسانه‌ها به حساب می‌آورند، اما در کنار سایر رسانه‌ها در عصر دوم نیز حضوری فعال دارد.

● برای اینکه بتوانیم جایگاه رادیو را در دیپلماسی رسانه‌ای تحلیل کنیم باید به این پرسش پاسخ دهیم که تا چه حد می‌توانیم از رادیو استفاده دیپلماتیک کنیم و یا به دیگر سخن رادیو با توجه به اختصاصات و توانمندی‌هایش چه ظرفیت‌ها و قابلیت‌هایی را برای دیپلماسی در اختیار کشورها قرار می‌دهد؟

■ برای پاسخ به این پرسش باید گفت: در دیپلماسی رسانه‌ای برای رسانه‌ها کارکردها و نقش‌های مختلفی قائل هستند که برخی از آنها عبارتند از: ایجاد ارتباط صحیح با مخاطبان، خنثی‌نمودن دروغ‌پردازی و شایعه‌پراکنی در عرصه خبر و تبلیغات از طرف رقیبان، زمینه‌سازی توسط رسانه‌ها برای فعالیت‌های دیپلماسی خارجی، فراهم کردن زمینه‌های اعتمادسازی، میانجی‌گری و یا بسیج عمومی از طریق ابزارهای رسانه‌ای برای نیل به اهداف دیپلماتیک و... . سرعت و سهولت در خبررسانی یکی از مهم‌ترین اختصاصات رادیوست. رادیو در کم‌ترین زمان و با بهره‌گرفتن از فناوری‌های ارتباطی می‌تواند در کوتاه‌ترین زمان نقش اطلاع‌رسانی خود را ایفا کند. بنابراین، رادیو این امکان و نقش را در دیپلماسی رسانه‌ای به‌خوبی ایفا می‌کند که تبلیغات و دروغ‌پراکنی‌های رقیبان را به‌سرعت

خنثی سازد. البته برای خنثی کردن دروغ‌پردازی‌ها که به‌طور عمده، سناریوهای پیچیده رسانه‌ای را نیز به‌دنبال دارند، باید در برنامه‌های اطلاع‌رسانی و خبری رادیو با مهارت از فرصت سرعت استفاده کرد. اینکه چگونه باید از این فرصت و ظرفیت رسانه رادیو استفاده کرد خود نیاز به تفصیل و توضیح بسیار دارد و بررسی شیوه‌های استفاده از ظرفیت اطلاع‌رسانی سریع رادیو در دیپلماسی رسانه‌ای فرصتی فراخ‌تر می‌طلبد؛ چراکه استفاده از این ظرفیت در رادیوهای داخلی، محلی و ملی با رسانه‌های برون‌مرزی و بین‌المللی متفاوت است. به‌عنوان مثال، رادیوهای کشور ما در عرصه خبررسانی در خصوص تحولات داخل ایران باید گوی سبقت را از رسانه‌های بیگانه برابند. اینکه رسانه‌ای بتواند خط خبری را در گام اول رویداد به خود اختصاص دهد، نکته‌ای حائز اهمیت است؛ چون بسیاری از شبکه‌های جهانی مستقل منابع داخلی را مورد وثوق می‌دانند. تعلل در اطلاع‌رسانی موجب می‌شود تا رسانه‌های رقیب با استفاده از خلأ خبری، شایعات خود را القا کنند و بعد از آنکه شایعه خبری منتشر شد، مقابله با آن دشوار و کم‌اثر است؛ مگر آنکه رسانه بتواند با یک سناریوی مشخص، شایعه خبری یک رسانه مطرح را در قالب یک تخریب رسانه به کار گیرد و مخاطبان شبکه رقیب را نسبت به آن بی‌اعتماد سازد.

ایجاد ارتباط و اعتماد با مخاطب یکی دیگر از ظرفیت‌های مهم رادیوست. رادیو رسانه گرم است و جامعه شنوندگان یک رادیو به رادیوی مورد علاقه خود وابسته هستند و به آن، اعتماد دارند. این اعتماد یک‌روزه به‌دست نمی‌آید. برنامه‌سازی در یک رادیو و صداقت کارگردانان آن به مرور این اعتماد را ایجاد می‌کند. از این‌رو، همانگونه که سرعت در خبررسانی اهمیت دارد، وثوق و درستی خبر هم دارای اهمیت است. اطلاع‌رسانی نادرست باعث از بین بردن اعتماد شنوندگان می‌شود، اما اگر رسانه‌ای بتواند در کنار سرعت، صحت و وثوق را نیز در کار خود جای دهد، کم‌کم می‌تواند جامعه و مخاطبان را به تحریک وادارد و در عرصه‌های اجتماعی بسیج کند. امروزه رادیو در دنیا با ایجاد جامعه مخاطبان و راه‌اندازی باشگاه‌ها و کلوب‌ها در عرصه‌های مختلف اجتماعی و سیاسی فعال است. رادیو رسانه‌ای است که بیش از دیگر رسانه‌ها مخاطب خود را جذب می‌کند و تنوع موضوعی آن نیز



سپهر رسانه‌ای رادیو در حوزه رسانه‌های برون‌مرزی و جهانی بسیار جالب و متنوع است. شاید به جرئت بتوان گفت که هیچ رسانه‌ای به اندازه رادیو در میان رسانه‌های مختلف نتوانسته است در بیرون از مرزها و در سطح جهانی به سهولت جامعه‌ای از مخاطبان را جذب خود کند و میان آنها پیوند برقرار سازد. از این سبب است که باید رادیو را رسانه فرهنگ و تبادل فرهنگی به حساب آورد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

ایجاد ارتباط و اعتماد با مخاطب یکی از ظرفیت‌های مهم رادیوست. رادیو رسانه گرم است و جامعه شنوندگان یک رادیو به رادیوی مورد علاقه خود وابسته هستند و به آن، اعتماد دارند. این اعتماد یک‌روزه به دست نمی‌آید. برنامه‌سازی در یک رادیو و صداقت کارگردانان آن به مرور این اعتماد را ایجاد می‌کند.

حلقه‌ای از شنوندگان علاقه‌مند را تشکیل می‌دهد. این ظرفیت می‌تواند در دیپلماسی رسانه‌ای - چه در رسانه‌های جهانی و چه در رسانه‌های داخلی - استفاده شود. البته برای بهره‌گیری بهتر از این ظرفیت رادیو هم باید شیوه‌های تعاملی خود را در برنامه‌ها ارتقا بخشد. زمینه‌سازی برای فعالیت دیپلماسی خارجی از دیگر ظرفیت‌هایی است که رسانه رادیو با توجه به قابلیت‌هایش می‌تواند در آن حوزه موفق عمل کند.

© رادیو و جایگاه و نقش آن را در عملیات روانی دولت‌ها و فرهنگ‌سازی‌های موردنظر آنها در کشورهای هدف به چه صورت می‌بینید؟

■ دیپلماسی رسانه‌ای گاه به معنای ابزاری برای انجام عملیات روانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که نظام سلطه غالباً از این شیوه بسیار بهره می‌گیرد. از آنجا که در عصر ارتباطات جنگ و عملیات واقعی علیه کشورها بدون اطلاع دیگران صورت نمی‌گیرد، بنابراین قبل از عملیات واقعی تلاش می‌شود که افکار عمومی داخلی و جهانی برای عملیات واقعی آماده شود. برای نیل به این هدف، عملیات روانی طراحی می‌شود که این عملیات از طریق رسانه‌ها اجرا می‌شوند. رسانه‌ها از این طریق، امنیت ملی یک کشور را به چالش می‌کشند. غالباً در عملیات روانی فراملی سعی می‌شود تنفر و دشمنی نسبت به حاکمیت ملی مخاطبان کشور هدف ایجاد شود. البته در این حوزه کشور مبدأ و افکار عمومی آن نیز برای گرداندگان عملیات روانی اهمیت بسیاری دارند. به عنوان مثال، آمریکا برای به راه انداختن جنگ علیه عراق در یک فرایند زمانی سعی کرد افکار عمومی آمریکائیان را با حمله به عراق همراه کند.

همان‌گونه که پیشتر به اختصافات رادیو پرداختم، ویژگی‌های این رسانه (یعنی قابل دسترس بودن و سرعت در اطلاع‌رسانی و کم‌هزینه بودن) موجب شده است که در ایجاد عملیات روانی در دیپلماسی رسانه‌ای نظام سلطه، این رسانه نقش بیشتاز را ایفا کند. در این بخش بر اساس فناوری ارسال پیام، رادیو دو کارکرد داشته است: رادیوهای FM، مخاطبان منطقه مبدأ و افکار عمومی محلی و داخلی را از طریق عملیات روانی برای عملیات واقعی آماده می‌کنند و در مرحله دوم، رادیوهای موج کوتاه منطقه مقصد را بمباران خبری می‌کنند. رادیوهای موج

کوتاه اولین رسانه‌هایی بودند که آمریکا در جنگ افغانستان و عراق برای عملیات روانی در منطقه مقصد - یعنی عراق و افغانستان - از آنها استفاده کرد. در جنگ افغانستان، آمریکا حتی دستگاه‌های گیرنده‌ای را بین مردم افغان توزیع کرد که نیاز به شارژ نداشتند و به سهولت فرکانس صدای آمریکا را دریافت می‌کردند. بنابراین، از این منظر، رادیو رسانه صف در عملیات روانی بوده است.

اما درباره بخش دوم پرسش شما؛ یعنی نقش رادیو در فرهنگ‌سازی در کشورهای دیگر موضوع متفاوتی از عملیات روانی است؛ مگر آنکه منظور از فرهنگ‌سازی، ته‌اجم فرهنگی علیه کشوری دیگر باشد که با می‌تواند در حوزه عملیات روانی تعریف شود. امروزه در دنیا کشورهای مختلف سرویس‌های رادیویی جهانی دارند که در این سرویس‌ها غالباً فرهنگ و آداب و رسوم منطقه مبدأ معرفی می‌شود و گاه هم حتی زبان منطقه مبدأ آموزش داده می‌شود تا راه برای مبادله فرهنگی باز شود. این رادیوها، علاقه‌مندان خاص خود را دارند که غالباً در کلوب‌های خاص رادیویی با هم جامعه شنوندگان را تشکیل می‌دهند و با ارسال گزارش شنود (SINPO) و دریافت کارت QSL به عضویت این کلوب‌ها درمی‌آیند. به هر حال، سپهر رسانه‌های رادیو در حوزه رسانه‌های برون مرزی و جهانی بسیار جالب و متنوع است. شاید به جرئت بتوان گفت که هیچ رسانه‌ای به اندازه رادیو در میان رسانه‌های مختلف نتوانسته است در بیرون از مرزها و در سطح جهانی به سهولت جامعه‌ای از مخاطبان را جذب خود کند و میان آنها پیوند برقرار سازد. از این سبب است که باید رادیو را رسانه فرهنگ و تبادل فرهنگی به حساب آورد و نقش رسانه‌های بین‌المللی در عرصه دیپلماسی می‌تواند زمینه شناخت ملت‌ها و صلح را ایفا کند. رادیو می‌تواند رسانه صلح باشد؛ چون زمینه شناخت فرهنگی را فراهم می‌کند. اما متأسفانه در دنیای امروز از این ابزار بیشتر برای فریب افکار عمومی، برجسته کردن اختلافات و تفرقه‌افکنی و جنگ استفاده می‌شود.

◎ جایگاه و نقش رادیوهای برون مرزی سازمان را در پرتو افق رسانه ملی چگونه می‌نگرید؟

■ معاونت برون مرزی صداوسیما در حوزه فعالیت رادیویی سابقه‌ای بسیار طولانی دارد. در واقع شکل‌گیری معاونت برون مرزی با رادیوهای

برون مرزی آغاز شده است. در سال ۱۳۲۵، سه رادیوی ارمنی، کردی و روسی راه‌اندازی شدند که این توسعه کمی تا سال ۱۳۸۳ ادامه یافته است. اکنون معاونت برون مرزی صداوسیما به ۱۳ زبان برنامه رادیویی دارد و از نظر تنوع زبانی بعد از رادیوهای آمریکا، چین و BBC در جایگاه چهارم قرار دارد. بیشترین توسعه زبانی رادیوهای برون مرزی پس از انقلاب و در دهه ۱۳۷۰ با راه‌اندازی ۱۴ زبان رخ داده است. برخی از این رادیوها هم‌زمان با مقاطع مختلف و حساس در مناطق مختلف جهان راه‌اندازی شده‌اند و در واقع نقشی فعال در دیپلماسی رسانه‌ای کشور در سطح جهانی ایفا کرده‌اند. به عنوان مثال، **رادیو بوسنی** هم‌زمان با جنگ بوسنی راه‌اندازی شده است و امروز یکی از رادیوهای پرمخاطب در شهرهای بوسنی است. این رادیو از طریق موج FM در بیشتر شهرهای بوسنی قابل دریافت است و براساس نظرسنجی مرکز تحقیقات سازمان نزدیک به ۱۵٪ مخاطب دارد. در جنگ افغانستان، **رادیوی دری** برون مرزی که در مرکز خراسان رضوی فعال است، ساعات برنامه خود را به ۱۰ ساعت افزایش داد تا بتواند در اطلاع‌رسانی به جامعه مخاطب ایفای نقش کند. رادیوهای دیگر برون مرزی نیز در مناطق تحت پوشش خود تأثیرگذار بوده‌اند. به عنوان مثال، **رادیو عربی** برون مرزی که یک ایستگاه رادیویی ۲۴ ساعته است، نخستین رسانه‌ای بود که جنگ یمن و کشتار شیعیان الحوثی را در این کشور مخابره و بسیار هم تأثیرگذار عمل کرد. رادیوهای برون مرزی از طریق موج کوتاه و در برخی مناطق، موج متوسط و FM تقریباً اکثر مناطق جهان را تحت پوشش خود قرار می‌دهند.

علاوه بر پخش از طریق امواج، پخش از طریق ماهواره و اینترنت هم از دیگر راه‌هایی است که رسانه‌های برون مرزی از آن بهره می‌گیرند. تقریباً اکثر رادیوهای برون مرزی یک صفحه اینترنتی دارند که اخبار و تفاسیر و مصاحبه‌ها و آلبوم‌های عکس و صوت را در آن قرار می‌دهند و از سال گذشته رادیوهای اینترنتی اسلام در اداره کل اروپا و آمریکا، فعالیت خود را آغاز کرده‌اند.

رادیوهای برون مرزی، رسانه ملی به زبان‌های مختلف هستند و به عبارتی ترجمان انقلاب

اسلامی به حساب می‌آیند. یکی از اختصاصات این رادیوها که در میان رسانه‌های برون مرزی یا جهانی دنیا کاملاً ممتاز است و از نگاه برخی از کارشناسان عرصه ارتباطات و رسانه‌ها همچون آقای میسائیل اشمیتس (Michael Schmitz)، سردبیر ماهنامه آلمانی **پیک رادیو**، در صدای هیچ کشوری وجود ندارد، این است که این رادیوها با تلاوت و ترجمه قرآن آغاز می‌شوند و پیام‌رسان دین، اخلاق، آگاهی و امید هستند.

رادیوهای برون مرزی در همه محورهای موضوعی افق رسانه فعال عمل می‌کنند. چون رسالت جمهوری اسلامی و پیام جمهوری اسلامی بیداری ملت‌های مختلف بود.

همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، رادیو رسانه فرهنگ و آشتی و دوستی میان ملت‌هاست. بنابراین، رادیوهای برون مرزی در دیپلماسی رسانه‌ای سازمان و در افق رسانه جایگاه و نقشی اساسی ایفا می‌کنند تا بتوانند در عصری که به گفته نیل پستمن، «عصر طغیان اطلاعات» نام نهاده شده است، حقایق خبری درباره ایران و انقلاب اسلامی را برای مردم جهان بازگو کنند. هژمونی رسانه‌های غرب ایران را به شدت در عرصه خبری و اطلاع‌رسانی مورد حمله قرار داده است. خط‌شکن این نبرد نرم رسانه‌های سرویس‌های جهانی صداوسیما یعنی معاونت برون مرزی است که البته نقش رادیوهای برون مرزی به دلایلی که پیشتر اشاره شد و به سبب تنوع زبانی بسیار مهم است. سخنان رئیس جمهور محترم در نشست هجدهم افق رسانه که به رسانه‌های برون مرزی اختصاص داشت، مبین انتظاراتی است که در افق رسانه از رادیوهای برون مرزی می‌رود. ایشان اظهار کردند که رسانه‌های برون مرزی باید در مرز تحولات جهانی حرکت کنند؛ یعنی رسانه‌های برون مرزی در عرصه تحولات جهانی فعال و تهاجمی عمل کنند و بدیهی است که باید با برنامه‌ریزی و تلاش بیشتر به این مقصود دست یافت.