



• مازیار ناظمی

کارشناس ارشد ارتباطات و تهیه‌کننده رادیو گفت‌وگو

BBC فارسی را بررسی می‌کند و همچنین به این سؤال که «این وضع جدید را تهدید بدانیم یا یک فرصت رسانه‌ای برای تغییر شیوه‌های سیاست‌گذاری و مالکیت در رسانه‌های دیداری و شنیداری ایران» پاسخ می‌دهد.

رسانه‌ها ابرازهایی مؤثر در دیپلماسی عمومی

بررسی شرایط راه‌اندازی رسانه‌های فارسی زبان بدون آشنایی با مفهومی به‌نام دیپلماسی عمومی، دشوار است، مجید تفرشی^۲ تاریخ‌نگار ایرانی مقیم لندن در تعریف آن می‌گوید:

راه‌اندازی تلویزیون فارسی **BBC**، یکی از مهمترین تحولات رسانه‌ای سال ۱۳۸۷ بود. بدون تردید ورود این رسانه فارسی زبان از سوی سرویس جهانی **BBC**، در این زمان با اهداف مشخصی صورت گرفته است که مهمترین دلیل آن حضور مؤثرتر در جغرافیایی توپولوژیک (گونه‌شناسی) رسانه‌های فارسی زبان با هدف ایران اسلامی است؛ ساختار این مقاله به این ترتیب است که ابتدا ما را با مفهومی به‌نام دیپلماسی عمومی آشنا می‌کند و در ادامه به وضع کنونی مهمترین تلویزیون‌های فارسی‌زبان می‌پردازد. در بخش پایانی هم رفتار دولتمردان ایران با تلویزیون

«مفهوم کلی دیپلماسی عمومی، برقراری روابط حسنه دولت‌ها با ملت‌ها به جای روابط بین دولت‌ها و در جهت فتح قلوب و اذهان عمومی همه یا بخش‌های انتخاب شده‌ای از مردم کشورهای هدف، از طریق سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی است؛ تاریخ‌نویسی مرسوم و کلاسیک معاصر، دولت آمریکا و آژانس اطلاعات ایالات متحده را بنیان‌گذار دیپلماسی عمومی می‌داند موضوعی که از اواسط دهه ۱۹۶۰ میلادی و در هنگامه جنگ سرد در آمریکا و دیگر کشورهای بلوک غرب مطرح شد.» یکی از ابزارهای دیپلماسی رسانه‌ای، استفاده از تلویزیون‌های ماهواره‌ای است. با توجه به این‌که امروزه شهروندان عادت به استفاده بیش از حد تلویزیون دارند و کمتر از برنامه‌های رادیویی بهره می‌گیرند؛ در دیپلماسی رسانه‌ای با آگاهی از این

ملی هزینه شود. محافل سیاسی غرب در عین حال به رویکرد تعامل‌گرا با مردم ایران روی آورده‌اند و به دنبال بهره‌گیری از زبان رسانه برای ارتباط فراحکومتی با مردم ایران هستند که این رویکرد یکی از وجوه دیپلماسی عمومی است.

مروری بر تلویزیون‌های فارسی

گرایش به تأسیس بخش تلویزیونی فارسی در میان رسانه‌های غربی و برخی شبکه‌های تلویزیونی منطقه به گونه‌ای قابل توجه افزایش یافته است، هرازگاهی خبر طرح و ایجاد شبکه تلویزیونی فارسی زبان به گوش می‌رسد. در این میان این پرسش مطرح می‌شود که تلویزیون‌های فارسی زبان چه کارکردهای دارند و بر



تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی زبان با انتشار اخبار هدفمند و تحریف شده از ایران می‌توانند زمینه چالش را برای نظام اسلامی فراهم آورند؛ به‌گونه‌ای که انرژی فراوانی برای رفع این‌گونه شبهات در سطح ملی هزینه شود.

مبنای چه سطوحی از تأثیرگذاری برنامه‌ریزی شده‌اند؟ در این بخش به صورت کلی به تاریخچه و خصوصیات برخی شبکه‌های فارسی زبان اشاره می‌شود:

تلویزیون صدای آمریکا (VOA)

صدای آمریکا در ۱۸ اکتبر ۱۹۹۶ اولین برنامه تلویزیونی VOA را با اجرای احمد رضا بهارلو پخش کرد. آلن هایت در کتاب تاریخ VOA از این روز با افتخار یاد می‌کند. پخش برنامه خبری تلویزیونی صدای آمریکا به زبان فارسی برای ایران از ششم ژوئیه ۲۰۰۳ آغاز شد. کنت تامپلسون، رئیس سابق هیئت رؤسای پخش

ویژگی، با تأسیس شبکه‌های مخصوص و یا تقویت مالی و برنامه‌ای شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای مخالف کشورهدف، سعی در تأثیرگذاری بر مخاطبان هدف دارند. تلویزیون‌های خبری با برجسته‌سازی و در دستور کار قرار دادن بعضی از موضوعات جهان، می‌توانند افکار عمومی را به یک مسئله معطوف کنند، به این ترتیب با برجسته‌سازی بیش از حد، جوی نامطلوب علیه کشور مورد نظرشان ایجاد می‌کنند. تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی زبان با انتشار اخبار هدفمند و تحریف شده از ایران می‌توانند زمینه چالش را برای نظام اسلامی فراهم آورند؛ به‌گونه‌ای که انرژی فراوانی برای رفع این‌گونه شبهات در سطح

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

رادیو تلویزیونی آمریکا درباره اهداف راه‌اندازی این شبکه تلویزیونی گفت: هدف راه‌اندازی این تلویزیون آن است که مردم ایران از گزینه‌ای غیر از برنامه‌های خبری کنترل شده توسط دولت ایران برخوردار شوند. با خبررسانی درباره آنچه در ایران می‌گذرد، می‌توانیم به نبرد آزادی خواهانه و عزم مردم ایران کمک کنیم. اگر مردم ایران به گزارش‌های صحیح، واقعی و عینی درباره کشورشان نیاز داشته‌اند، اکنون زمان آن فرارسیده است.^۳

برخی از برنامه‌های مهم تلویزیون صدای آمریکا به شرح زیر است: (تازمان نگارش مقاله)

خبرها و نظرها: برنامه خبری رادیو و تلویزیونی بخش فارسی صدای آمریکا همه شب از ساعت هشت به وقت تهران به صورت مستقیم پخش می‌شود.

میزگردی با شما: این برنامه رادیو و تلویزیونی همه شب از ساعت ۲۱ به وقت تهران، به مدت یک‌ساعت به صورت مستقیم پخش می‌شود.

دو روز اول: این برنامه که در روزهای شنبه و یکشنبه پخش می‌شود برنامه‌ای است متشکل از گفت‌وگوهایی بی‌پرده با چهره‌های مختلف در مورد موضوعات و مسائل مطرح برای ایرانیان.

تصمیم اتحادیه اروپا به تأسیس شبکه تلویزیونی فارسی

اتحادیه اروپا هم در صدد راه‌اندازی شبکه تلویزیونی فارسی برای ایرانیان است. والدین از اعضای کمیسیون روابط خارجی پارلمان اروپا بودجه مصوب برای راه‌اندازی این تلویزیون فارسی را سه میلیون یورو اعلام کرده و گفته است: این بودجه صرف راه‌اندازی یک تلویزیون فارسی می‌شود که بیش از هر چیز بر انتشار اخبار متمرکز خواهد بود. به نظر می‌رسد که این شبکه خبری فارسی نیز با توجه به الگوی یورونیوز طراحی خواهد شد. تأسیس این شبکه تلویزیونی مستقل، اولین گام اتحادیه اروپا برای ورود به خاورمیانه خواهد بود.^۴

تصمیم ترکیه به راه‌اندازی تلویزیون به زبان فارسی، عربی و کردی

ترکیه نیز در صدد راه‌اندازی کانال تلویزیونی جدیدی به زبان‌های فارسی، عربی و کردی است. راه‌اندازی این شبکه به دستور رجب طیب اردوغان نخست‌وزیر ترکیه صورت می‌گیرد. هدف از تأسیس این شبکه تلویزیونی، تقویت روابط اقتصادی و

به واقع شاید بتوان گفت بی‌بی‌سی فارسی فرزند جنگ بود. در ایران، پس از سقوط رضاشاه و حضور آشکار انگلیس در تحولات ایران، رادیو بی‌بی‌سی اهمیت ویژه‌ای پیدا کرد.

فرهنگی با کشورهای همسایه و منطقه است. تلویزیون فارسی یکی از بخش‌های تلویزیون دولتی ترکیه (تی‌آرتی) خواهد بود.^۵

تلویزیون‌های فارسی زبان لوس آنجلسی و اروپای غربی

مجموعه‌ای از شبکه‌های رنگارنگ، در آمریکا و اروپای غربی عمدتاً در آلمان و سوئد و فرانسه، از سالیان گذشته برای مخاطبان داخل ایران با رویکردهای خبری و غیرخبری برنامه پخش می‌کنند. در تحلیل کلی این شبکه‌ها می‌توان بر این نکته تأکید کرد که اغلب این تلویزیون‌ها در حفظ مخاطب با شکست روبه‌رو شدند و به ورطه افراط و فحاشی سقوط کردند؛ همچنین از استانداردهای خبری و رسانه‌ای دور افتادند و از نظر سیاسی (گرایش غلیظ و بی‌منطق به سلطنت‌طلبی و یا خشونت و رادیکالیسم رفتاری)، طرفدار چندانی در بین مخاطبان ایرانی داخل کشور ندارند.^۶

شبکه ام بی سی پرشیا

شبکه ام‌بی‌سی که عنوان اصلی آن «مرکز خبررسانی خاورمیانه» است و مالک آن - ولید ابراهیم یک سرمایه‌دار سعودی می‌باشد، ابراهیم، در نیمه فروردین ماه ۱۳۸۷ اعلام کرد که یک شبکه تلویزیونی فارسی راه‌اندازی خواهد کرد. این رسانه به صورت بیست و چهار ساعته فیلم‌های هالیوودی روز و سریال‌های آمریکایی را با زیرنویس فارسی برای ایرانیان بر روی ماهواره‌ها پخش می‌کند. گروه ام بی سی پرشیا یک سرمایه‌گذاری مشترک بین گروه خبررسانی خاورمیانه و چند سرمایه‌دار ایرانی مقیم امارات و آمریکا است. گروه ام‌بی‌سی در حال حاضر هشت شبکه تلویزیونی از جمله یکی از دو تلویزیون مهم خبری عرب زبان جهان، **العربیه** و تلویزیون پرمخاطب ام‌بی‌سی تو (**Mbc2**) را تحت کنترل دارد. موفقیت این شبکه می‌تواند؛ زمینه ایجاد شبکه‌های فارسی‌زبان با مضامین سیاسی و خبری را از جانب سعودی‌ها فراهم سازد.

تلویزیون فارسی بی بی سی

قبل از معرفی تلویزیون بی بی سی نیاز است به معرفی مختصری از ماجرای بی بی سی در ایران بپردازیم، جنگ جهانی دوم و پیامدهای آن، جایگاه بی بی سی را به عنوان یکی از رسانه‌های خبری تثبیت کرد. در پس زمینه پیدایش بی بی سی فارسی در شرایط آن زمان به دو عامل هم راستایی با اهداف استعماری دولت انگلیس و همچنین مهمترین دغدغه سیاست انگلیس در آن دوران یعنی جنگ جهانی دوم می‌توان اشاره کرد. در حقیقت اندیشه تولید و پخش برنامه به زبان‌های غیرانگلیسی بیش از آن که ابتکار دولت وقت انگلیس باشد؛ واکنشی در مقابل قدرت روزافزون ماشین تبلیغات آلمان نازی بود. به واقع شاید بتوان گفت بی بی سی فارسی فرزند جنگ بود. در ایران، پس از سقوط رضاشاه و حضور آشکار انگلیس در تحولات ایران، رادیو بی بی سی اهمیت ویژه‌ای پیدا کرد. با این حال نگاه مردم ایران به

شمس‌الواعظین از مشاوران این شبکه معتقد است: با آغاز کار تلویزیون فارسی بی بی سی در ژانویه سال ۲۰۰۹ میلادی، شاهد قطب‌بندی‌های جدید در جغرافیای رسانه‌های فارسی‌زبان خواهیم بود. بدون تردید و در نگاه اولیه، این قطب‌بندی جدید برای رسانه‌های داخلی، هم فرصت‌ها و هم چالش‌هایی را فراهم می‌کند.^۹

تکنیک‌های تلویزیون فارسی بی بی سی^{۱۰}

به‌رحال بی بی سی یکی از رسانه‌های مؤثر و قدرتمند در صحنه رقابت رسانه‌ای در جهان است و یکی از مهمترین دلایل موفقیت آن رعایت اصول حرفه‌ای است. بد نیست به برخی از آنها اشاره کنیم:

– یکی از مهمترین دلایل موفقیت بی بی سی روند حرکتی آن در عرصه رسانه‌ای به گونه‌ای بوده که همواره توانسته است پیامی جذاب، شنیدنی و یا خواندنی برای مخاطب داشته باشد. – سرویس جهانی بی بی سی^{۱۱} برای باقی‌ماندن در فرایند

بی بی سی یکی از رسانه‌های مؤثر و قدرتمند در صحنه رقابت رسانه‌ای در جهان است و یکی از مهمترین دلایل موفقیت آن رعایت اصول حرفه‌ای است.

رقابت به گونه‌ای هدفمند به دنبال القای این موضوع به مخاطبان است که سه اصل مهم «بی طرفی، مخاطب‌محوری و تکررگویی» را در امر اطلاع‌رسانی رعایت می‌کند تا از این طریق زمینه جذب و همراهی مخاطبان کشورهای هدف را فراهم آورد.

– بی بی سی فارسی با بهره‌گیری از استانداردها و سبک‌های ژورنالیستی پیشرو به دنبال بازتعریف و ایفای نقش به عنوان رسانه‌ای تأثیرگذار است.

– در دنیای جدید رسانه‌ای، مخاطبان تنها مصرف‌کنندگان اطلاعات نیستند، بلکه می‌توانند به راحتی نظرات خود را منتشر کنند و ارتباط از حالت فرد با جمع به صورت جمع با جمع درآمده است و فرایند ارتباط مخاطب‌محور شده است. تنوع کانال‌های ارتباطی و چندرسانه‌ای، قدرت انتخاب را افزایش داده است. سرویس جهانی بی بی سی نیز از ویژگی‌های رسانه‌های جدید از جمله تعاملی بودن برای ارتباط با مخاطبان عام و پاسخ به سؤالات مستقیم آنها بهره می‌گیرد.

– بی بی سی فارسی هم‌سو با رویکرد تعاملی به راه‌اندازی وبلاگ اقدام کرده است و از این منظر به دنبال ترسیم چهره‌ای پویا و مخاطب‌محور از این رسانه است؛ به این صورت که مخاطب احساس کند که توسط متصدیان بی بی سی، بزرگ و با

این رسانه انگلیسی‌نگاهی دوگانه و سرگردان میان حس اعتماد و بی‌اعتمادی بود. به عقیده نگارنده خبرپراکنی بی بی سی همواره زیر سایه بدبینی راه‌اندازی شد و همچنین حمایت مالی آن از سوی وزارت خارجه این کشور بوده است. در طول بیش از نیم قرن حضور در فضای رسانه‌ای ایران، رادیو فارسی بی بی سی، انبوهی از رخدادهای تاریخ معاصر ایران را پوشش داده است؛ از افول سلطنت پهلوی تا پیروزی انقلاب اسلامی و البته در تمام این دوران کم نبوده‌اند کسانی که نقش رادیو فارسی بی بی سی را بیش از خبررسانی صرف می‌دانسته‌اند.^۷

نایجل چپمن، مدیر سرویس جهانی بی بی سی، در مرداد ۱۳۸۵ اعلام کرد که این مؤسسه خبری شبکه‌ای تلویزیونی به زبان فارسی راه‌اندازی خواهد کرد و زبان فارسی سومین زبانی خواهد بود که شبکه‌ای تلویزیونی را در بی بی سی به خود اختصاص خواهد داد. بی بی سی در شروع کار خود روزانه هشت ساعت برنامه دارد که عصرها از ساعت ۱۷ به وقت ایران آغاز می‌شود، برنامه‌های تلویزیون فارسی بی بی سی شامل اخبار، تحلیل، گفت‌وگو، مناظره، برنامه‌های مستند و فرهنگی و در مواردی برنامه‌های تلویزیونی به زبان انگلیسی با زیرنویس فارسی خواهد بود و از لندن پخش خواهد شد. به نظر می‌رسد^۸

اهمیت متصور می‌شود. رویکرد بی‌بی‌سی که پیشتر تولیدمحور بود، در حال حاضر با تغییر رویکرد به مخاطب‌محوری روی آورده است.

رفتار رسانه‌ای بی‌بی‌سی به دنبال ایجاد زمینه‌های لازم برای مشارکت مخاطب است و برای این منظور از برخی شیوه‌های جلب مخاطب از جمله ایجاد انگیزه در مخاطب، ایجاد همگرایی با پیام مخاطب و قالب‌های متنوع برنامه‌ای برای مخاطب‌سازی بهره می‌گیرد. بر این مبنای بخش «صدای شما» با قالب‌هایی همچون «نظرات شما»، «طرح پرسش‌های هدفمند از مخاطبان»، «عکس‌های شما»، «شما بنویسید»، «ارسال عکس»، «تجربه شما» و... جایگاهی ویژه در بخش فارسی بی‌بی‌سی دارد.

تمجید بیش از حد از مصاحبه‌شونده و کندی در صحبت خودداری کرده، از واژه‌های مناسب با ذائقه مخاطبان مختلف ایرانی استفاده می‌کنند. این موضوع در برنامه‌های فرهنگی - اجتماعی نمود بیشتری دارد و در این بخش با استفاده از ادبیات طنز و شوخی تلاش می‌شود زمینه همراهی مخاطبان با برنامه‌ها فراهم شود.

ویژگی بارز و شاخص بی‌بی‌سی، بازبینی و نظارت اخبار و برنامه‌ها در مرحله تولید و پس از پخش است. کارکنان بی‌بی‌سی درباره اخبار و برنامه‌های پخش شده گفت‌وگو و همدیگر را نقد می‌کنند و این روند با سیستم شکایات و رسیدگی تکمیل می‌شود. **تلویزیون فارسی بی‌بی‌سی: تهدید یا فرصت؟** یافتن پاسخ این سؤال مشکل نیست. رسانه‌های فارسی‌زبان



در فضایی که (شاید به اجبار) با گستردگی و تنوع فوق‌العاده سفره رسانه‌ای مواجه هستیم، نباید به سراغ برخوردهای قهرآمیز و امنیتی پیش برویم، راه مقابله با رسانه‌های حریف، جز این دو نکته نیست؛ اول ارتقای سواد رسانه و دوم اینکه هر چقدر در کشور جریان چرخش اطلاعات و پیام سهل شود، تأثیرگذاری بیرونی را بر مخاطبانمان کمتر می‌کنیم.

استفاده بی‌بی‌سی از شیوه‌های القاء سنتی کاهش یافته است و این رسانه از شیوه‌های القاء غیر مستقیم بهره می‌گیرد. به تعبیری دیگر می‌توان گفت نگاه این رسانه به موضوعات پیچیده، ترکیبی و عمیق شده است. بی‌بی‌سی از تکنیک‌های جدید جنگ رسانه‌ای و شیوه‌های نوین تأثیرگذاری و همگرایی با مخاطب بهره می‌گیرد. - خبرنگاران و تحلیلگران بخش فارسی بی‌بی‌سی غالباً با اصطلاحات زبان فارسی و گویش روزمره مردم آشنایی دارند و با بهره‌گیری از مکتب نوین ژورنالیستی از مصاحبه‌های طولانی،

همواره از دید مسئولان جمهوری اسلامی ایران، تهدیدآمیز بوده‌اند و نوع برخورد با آنها عموماً به دو صورت بوده است: یا پارازیت انداخته‌ایم یا با گیرندگان پیام‌ها در داخل کشور برخورد کرده‌ایم. در مورد اخیر یعنی تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی، واکنش‌ها شدیدتر شد. غلامحسین محسنی اژه‌ای وزیر اطلاعات در خصوص راه‌اندازی بخش فارسی بی‌بی‌سی اظهار داشت: این شبکه را مناسب برای امنیت کشور نمی‌دانیم و اقدامات لازم را در خصوص آن انجام خواهیم داد^۱. حسام‌الدین آشنا استاد دانشگاه

در تفسیر این صحبت وزیر اطلاعات به رادیو گفت و گو می‌گوید: «معنایش این است که دولت انگلیس باید آماده باشد که هزینه راه‌اندازی یک شبکه تلویزیونی فارسی را در مورد ایران پرداخت کند.» وزیر فرهنگ ارشاد هم همکاری با تلویزیون بی‌بی‌سی را برای اهالی رسانه در ایران دردسرساز می‌داند. صفار هرندی گفت: بی‌بی‌سی و دولت انگلیس در زمینه تحریک به شورش و ناآرامی و همچنین تحریک گروه‌های مختلف علیه یکدیگر در کشورها، سابقه روشنی دارند.^{۱۳} از سویی رسانه‌های وابسته به اپوزیسیون (جناح مخالف) هم امیدوارند. تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی موجب یک انقلاب رنگی در ایران شود. به عنوان مثال امیرعباس فخرآور از عوامل وقایع ۱۸ تیر ۱۳۷۸ و مجری برنامه‌ای به نام اینجا و اشنگتن که از تلویزیون ضد انقلاب پارس پخش می‌شود می‌گوید امیدواریم خطی که تلویزیون فارسی بی‌بی‌سی پیش می‌گیرد، یک خط انقلابی باشد، اما نه در جهت انقلاب اسلامی بلکه در جهت ایجاد یک انقلاب رنگی تا مردم با حقوق واقعی خود آشنا شوند و یاد بگیرند چطور می‌توانند بدون خونریزی بجنگند!

چه باید کرد؟

در دنیای امروز، رسانه‌ها به ابزارهای تصویرسازی و تغییر تبدیل شده‌اند و به قول دکتر یونس شکرخواه -استاد ارتباطات-، اصل مهم جنگ رسانه‌ای، تقابل ذهنیت‌ها برای تغییر عینیت‌هاست. به عنوان راهکار، به نظرم در فضایی که (شاید به اجبار) با گستردگی و تنوع فوق‌العاده سفره رسانه‌ای مواجه هستیم، نباید به سمت برخوردهای قهرآمیز و امنیتی پیش برویم. راه مقابله با رسانه‌های حریف، جز این دو نکته نیست. اول ارتقای سواد رسانه، یعنی مخاطبان (در داخل کشور) باید دریابند که اهداف رسانه‌ها چیست و چگونه بدون آنکه خود بخوانند، رسانه‌های حریف، به‌طور زیرکانه به افکار، کردار و رفتارشان شکل می‌دهند. قدرت رسانه‌ها در این است که مخاطبان ناخودآگاه، با یک دیدگاه، رفتار و گفتار بخصوص هماهنگ می‌شوند. آنها باید بیاموزند که رسانه‌ها پروپاگاندای دولت‌ها هستند. مردم (مخاطبان) باید درک کنند که هر روز به‌وسیله رسانه‌ها جهت خرید کالا و پیام‌های گوناگون مورد تهاجم دائمی قرار دارند. دوم اینکه هر چه در کشور جریان چرخش اطلاعات و پیام سهل شود، تأثیرگذاری بیرونی را بر مخاطبانمان کمتر می‌کنیم. بیایید این واقعیت را بپذیریم که رسانه‌های فارسی‌زبان اساس تولید و پخش برنامه‌هایشان بر چند نکته است. یکی وجود مخاطب، دوم رقابت سنگین و جدی (بین خودشان و رسانه‌های داخلی) و سومین مورد -که به نظرم مهمتر از بقیه است- مدیریت افکار عمومی کشور هدف و در نتیجه تغییر در سلوک و رفتار دولت‌های آن کشورها از طریق افکار عمومی است. بنابراین با توجه به این شرایط، گسترش محدودیت‌ها در جریان آزاد اطلاعات و اخبار در کشور، به نوعی کمک غیرمستقیم به رسانه‌های رقیب و ایجاد حفره‌های وسیع‌تر در فضای رسانه‌ای

کشورمان خواهد بود. یکی از راه‌حل‌های موجود در این بحث، تغییر برخی نگرش‌ها و قوانین مالکیتی و هدایتی در رسانه‌های غیرمکتوب است. تصور می‌کنم، ما ناچاریم به سمت قبول سیستم‌های رادیویی و تلویزیونی با مالکیت خصوصی و یا حتی عمومی حرکت کنیم. به نظر می‌رسد زمینه این موضوع در بند «ب» ماده ۱۱۶ قانون برنامه چهارم اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، به نام «نظام جامع حقوقی مطبوعات و رسانه‌ها و تبلیغات» فراهم شده و به تصویب شورای محترم نگهبان هم رسیده است.^{۱۴}

پی‌نوشت:

۱- بی‌بی‌سی کلمه‌ای برگرفته از مخفف واژه انگلیسی «broadcasting corporation british» است. این سازمان خبری به زبان انگلیسی در داخل انگلیس فعالیت می‌کند. بی‌بی‌سی رسانه‌های مختلفی شامل رادیو، اینترنت و تلویزیون دارد. یکی از بخش‌های به نسبت کوچک‌تر بی‌بی‌سی، سرویس جهانی است که به بیش از ۴۰ زبان برنامه تولید می‌کند.

۲- دکتر مجید تفرشی، روزنامه‌نگار و پژوهشگر تاریخ رسانه

<http://www.ri.golbnairep.ihserfatm>

۳- رادیو بی‌بی‌سی به نقل از روزنامه آمریکایی واشنگتن پست، سوم جولای ۲۰۰۳

۴- در آگهی مناقصه کمیسیون ارتباطات اتحادیه اروپا برای تأسیس تلویزیون فارسی‌زبان، ارزش تخمینی قرارداد این طرح، پنج میلیون یورو اعلام شده است.

۵- ترکیه و رسانه‌های جدید - رادیو زمانه

http://zamaaneh.com/special/2008/06/post_564.html

۶- نگاهی متفاوت به اهداف راه‌اندازی «تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی» - خبرگزاری مهر، ۲۴ دیماه ۱۳۸۷

7- The BBC persian service 1041-1979 By Massomeh Torfeh

۸- تحلیل ایرنا از وضعیت تلویزیون فارسی بی‌بی‌سی

<http://www.medianews.ir/fa/2008/12/07/bbc-persian.html>

۹- میزگرد رادیو گفت‌وگو - تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی و حفره‌های رسانه‌ای ایران - وبلاگ نگارنده (مازیاران)

<http://maziaran.blogfa.com/post-811.aspx>

۱۰- تحلیل تکنیک‌های بی‌بی‌سی با استفاده از تحقیق «بی‌بی‌سی ناگزیر به بازتعریف و بازتولید» در اداره پردازش و تحلیل اخبار خارجی معاونت سیاسی صورت گرفته است.

۱۱- برای مطالعه بیشتر:

http://en.wikipedia.org/wiki/BBC_World_Service

12- Iran: *BBC Persian* TV threat to

Iran 'security'- Herald Tribune - January 14,2009-02-24

۱۳- صفارهرندی: فعالیت و حضور در شبکه بی‌بی‌سی فارسی غیرقانونی است - خبرگزاری فارس - دوم بهمن ۱۳۸۷

۱۴- برای مطالعه بیشتر: نگاهی حقوقی به رادیو و تلویزیون خصوصی در ایران - عشرت عبداللهی - روزنامه اعتماد - ۲۹ خرداد ۱۳۸۶

