



# جمله جدید

پاسخ اکبر نبوی، حسین معززی نیا، نادر طالب زاده و سعید ابوطالب به سوال‌های همشهری پایداری درباره شبکه‌های فارسی جدید از جمله بی‌بی‌سی و راهکارهای مواجهه با آنها

از زمانی که بی‌بی‌سی پخش برنامه به زبان فارسی را شروع کرده تا به حال تعدادی از کارشناسان و دست‌اندرکاران رسانه‌ای درباره این پدیده و راه‌های مواجهه با آن اظهار نظر کرده‌اند؛ اظهار نظرهایی که گاه با حب و بغض‌هایی نسبت به رسانه ملی نیز همراه بوده است.

نظر به اینکه بنا به ماهیت شبکه‌هایی مثل بی‌بی‌سی، ماده کار این شبکه‌ها فیلم‌های مستند خبری یا تحلیلی است، طبیعتاً نظر کسانی که در این زمینه تجاربی دارند و در عین حال شائبه دشمنی یا نظام هم بر آنها وارد نیست می‌تواند راهگشا و قابل استفاده باشد.

در این نظرسنجی، با چهار تن از فعالان عرصه رسانه و مستندسازی که سال‌هاست دستی در تهیه برنامه‌های مستند تلویزیونی دارند و از قضا برخی از آنها به حوزه سیاست هم نفوذ کرده‌اند گفت‌وگو و چکیده نظرات آنان درج شده است. پرسش‌ها اینهاست:

۱. به نظر شما چرا اقبال به راه‌اندازی رسانه‌های فارسی زبان از سوی جهان خارج در چند ساله اخیر شدت گرفته است؟

۲. به طور مشخص هدف از راه‌اندازی تلویزیون فارسی بی‌بی‌سی چیست؟

۳. چه رویکردی را در مواجهه با این رسانه یا رسانه‌های دیگری نظیر آن که ممکن است در آینده تاسیس شوند مناسب می‌بینید؟

# اعتمادسازی

پاسخ سوال اول:

۳۰ سال پیش اتفاقی در کشور ما افتاد که بسیاری از معادلات سیاسی و به‌ویژه فرهنگی و معرفتی را در روزگار معاصر دستخوش تغییر و دگرگونی کرد و آن پدیده، پیروزی انقلاب اسلامی بود. ما در افسانه‌های فارسی داشتیم و داریم که دیو سیاه شب همیشه از چیزی ترس و نگرانی دارد و آن هم روشنایی روز است. یکی از ویژگی‌های جهان معاصر این است که مجموعه‌ای از اقدامات در حال شکل گرفتن است تا مردم را در غفلت و ناآگاهی قرار بدهند. گرچه شعار و ژست جهان امروز شعار آگاهی و دانایی و انتشار اطلاعات است، اما این پوسته یک باطن خطرناک است که باطن آن ایجاد غفلت مضاعف در میان مردم است. اتفاقی که انقلاب ایجاد کرد بیداری در جان و دل ملت ایران بود و برای آنکه میوه‌اش در کام مردم چندان شیرین نباشد، مجموعه‌ای از اقدامات، از تحرکات تجزیه‌طلبانه گرفته تا تحمیل جنگ به کشور و محاصره اقتصادی صورت گرفت. هیچ یک از زشت‌ترین و عریان‌ترین انواع ترور و تحرکات تروریستی در این کشور نتوانست اتفاقی را که آنها دنبالش بودند بین مردم ایجاد کند. مردم بر حلاوت بیداری خودشان بودند و ماندند. طبیعتاً کسانی که با آگاهی و بیداری و هشاری موافق نیستند از کارهای خود دست برنمی‌دارند. این شد که بعد از مدتی به این نتیجه رسیدند یک اتفاق فرهنگی در این ملت افتاده که با جنگ، ترور، محاصره اقتصادی و گرسنگی از میان نمی‌رود و برای مقابله با آن باید از ابزار فرهنگی و بخصوص رسانه‌ای استفاده کرد، چرا که رسانه‌ها، چه سنتی و چه مدرن، در کنار اهدافی که دارند دو هدف عمده را پیگیری می‌کنند: بازسازی افکار عمومی و هدایت آن.

بدین ترتیب به این نتیجه رسیدند که باید در برابر ملتی که بیداری را تجربه کرده و خودش را مجدد شناخته و عزم خود را جزم کرده تا باقی بماند از ابزارهای مناسب‌تری جهت مقابله با این تحول استفاده کنند. به همین دلیل به ابزارهای رسانه‌ای روی آوردند. این بدین مفهوم نیست که قبلاً از آن استفاده نمی‌کردند، نه، به آن شدت دادند و کمیت ادبی رسانه‌های فارسی زبان را برای گشودن باب صحبت و گفت‌وگو و به دنبال آن پیامدش که تاثیر فرهنگی بر مردم است، افزایش دادند. مجموعه‌ای از این رسانه‌ها - البته با شدت و ضعف - چیزی را نشانه گرفتند که من از آن به «بیداری فرهنگی و معرفتی در میان مردم ایران» یاد می‌کنم. همان چیزی که اقبال دغدغه‌اش را داشت: بازگشت به هویت، دکتر شریعتی دغدغه‌اش را داشت: بازگشت به خویشتن. اقبال تعبیرش این است: پیدا کردن عنصر خودی در درون، چه درون فردی و چه درون جمعی. این ملت آن هویت راه هم در کالبد فردی خود و هم در کالبد جمعی خود پیدا کرده و نمی‌خواهد این گوهر را از دست بدهد یا دست‌کم به‌آسانی از دست بدهد. البته باید توقع هم داشته باشیم که کسانی که مخالف برگشت و بیداری هستند ناامید نشوند و هر اقدامی را که فکر می‌کنند می‌تواند تاثیر گذار باشد انجام دهند.

پاسخ سوال دوم:

یکی از شاخص‌ترین و هوشمندترین رسانه‌های فارسی سخن‌پراکنی در طول دهه‌های گذشته، بی‌بی‌سی فارسی است که بسیار استادانه عمل می‌کند و من آن را تحسین می‌کنم؛ چه شبکه



اکبر نبوی

اکبر نبوی متولد سال ۱۳۴۳ است و سوابقی چون مدیر مسئولی و سردبیری مجله «بدن و ماهواره»، سردبیری نشر بهروزانه دو مین جشنواره ویدئویی سورس سردبیری نشر بهروزانه سیزدهمین جشنواره بین‌المللی فیلم فجر، قائم مقام بنیاد سینمایی فارابی و عضویت هیأت‌داوران بخش سینمای ایران در یازدهمین جشنواره بین‌المللی فیلم‌های کودکان و نوجوانان را در کارنامه دارد.



رادیویی و چه تلویزیونی. من نمی‌توانم رفتار هنرمندانه و زیرکانه آن را نادیده بگیرم. بی‌بی‌سی فارسی به گونه‌ای عمل می‌کند که در دهه‌های قبل از انقلاب و حتی ماه‌های منتهی به پیروزی انقلاب اسلامی، با اینکه مردم کشور در طول سده‌های گذشته از انگلیس بیشترین لطمه‌ها را خورده بودند و این کشور بالاترین خیانت‌ها را به آنها اعمال کرد، اما شبکه رادیویی بی‌بی‌سی به گونه‌ای رفتار کرده بود که مردم برای دانستن اخبار خود به آن اعتماد می‌کردند. باید دید آنها از چه عنصری مدد می‌گیرند و چه رفتار رسانه‌ای از خود نشان می‌دهند که حتی اعتماد مردمانی را که بیشترین ضربه را از دولتشان خورده جلب می‌کنند؟ به اعتقاد من پاسخ این سوال رفتار هنرمندانه این شبکه در مواجهه با مخاطب خود است. البته باید نکته‌ای را در نظر گرفت و آن اینکه انگلیس بعد از جنگ جهانی دوم برای بازسازی خود در میان افکار عمومی، حضور علنی‌اش را در تحولات جهانی کمتر کرد و بیشتر تلاش کرد از چهره و وجهه و چاقوی آمریکا استفاده کند و تا توانست حیثیت خود را بازسازی کرد و منافع فرهنگی و حتی منافع اقتصادی خود را هم تامین کرد.

با توجه به این پیشینه در سال‌های قبل از انقلاب، می‌توان نتیجه گرفت آنها بسیار استادانه عمل می‌کنند. اگر ما هم جای آنها باشیم از این تجربه گرانسنگ خود جهت منافع ملی استفاده می‌کنیم؟ چرا که اگر آن پیشینه را دارد، آن مسیر را آمده و کامیاب هم بوده، چرا از آن مسیر استفاده کامل‌تری نکنند و چرا شبکه فارسی راه نیندازد؟

شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی بی‌بی‌سی در جهت تامین منافع دولت بریتانیا هیچ تفاوتی با هم ندارند، ولی البته دقتشان در مواجهه با افکار عمومی فارسی‌زبان‌ها، چه در ایران و چه در خارج از کشور ما بیشتر است و تلاش می‌کنند هنری را که در رادیو داشتند در تلویزیون بیشتر به‌کار گیرند.

آنچه با دیدن کارنامه رادیوی فارسی بی‌بی‌سی و به دنبال آن بی‌بی‌سی پرشن می‌توانیم استفاده کنیم و بیاموزیم این است که آیا ما، یعنی مجموعه‌ای از متولیان رسانه‌های جمعی و گروهی، می‌توانیم برای مخاطبانمان بسته‌های مناسب رسانه‌ای فراهم کنیم؟ آیا می‌توانیم بدون اعمال رفتارهای سیاستمدارانه بی‌بی‌سی فارسی در رفتار رسانه، صادقانه پیام‌های خود را در قالب‌های جذاب به مخاطب عرضه کنیم؟ ما در رفتارهای رسانه‌ای‌مان دقت لازم را نداریم و ادامه این بی‌دقتی‌ها و چنین غفلت‌هایی قطعاً به ضرر منافع ملی کشور خواهد بود. برای مثال اسمال تلویزیون ما فیلم میلیونر زاغه‌نشین را پخش کرد و خیلی هم به این اقدام خود بالید، ولی دوبله آن ضعیف بود. ما آن‌قدر غفلت در رفتار رسانه‌ای داریم که توجه نمی‌کنیم فیلمی که به طور وسیع در دست

مردم کشور ایران قرار گرفته، دارای مولفه‌هایی است که تلویزیون آن مؤلفه‌ها را حذف می‌کند. آیا مخاطب به فکر نمی‌افتد که در سایر موارد که من با آنها برخوردی ندارم، تلویزیون همین رفتار را ادامه می‌دهد؟ این سوال آغاز یک نوع بی‌اعتمادی است و سرانجام و فرجام بی‌اعتمادی، رویگردانی است که یکی از مهلک‌ترین ضربه‌ها را به منافع ملی کشور وارد خواهد آورد.

اساساً ما باید بترسیم از روزگاری که مردم ما اعتمادشان را به پیام‌هایی که از ناحیه رسانه‌های ملی خودمان عرضه می‌شود از دست بدهند.

حقیقت تلخی است، ولی باید بگویم که مجموعه مدیریت عامل فرهنگی و رسانه‌ای کشور، باید از بی‌بی‌سی یاد بگیرند.

#### پاسخ سوال سوم:

رسانه گرچه بیشتر یک پدیده اجتماعی است، اما یکی از کارکردهای آن تولید فرهنگ است. اول اینکه اساساً نمی‌توان پدیده‌ها و مؤلفه‌های فرهنگی را نادیده گرفت یا حذف کرد. ثانیاً نمی‌توان با آن برخورد دفعی کرد. عاقلانه‌ترین رفتار در حوزه فرهنگ اتخاذ تدابیر، رفتار و برنامه‌هایی است که به جایگزینی منجر شود. جار و جنجال‌های تبلیغاتی که ما در آن افراط هم می‌کنیم جز اینکه بسترهای اجتماعی مناسب‌تری برای آنها فراهم کند هیچ نتیجه دیگری ندارد. تنها با رفتار رسانه‌ای درست می‌توان با آنها مقابله کرد. مخاطبمان باید بیش از گذشته به ما اعتماد کند. اگر بتوانیم در حوزه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی از بن دل بلوغ و شعور مردم را باور کنیم و مردم را در عملیات رسانه‌ای خود شریک کنیم – که یکی از مؤلفه‌های شراکت، نامحرم ندانستن آنها و دادن پیام و اطلاعات به شکل صحیح و درست آن است – در این حالت رسانه‌ای که خلاف مصالح ملی کشور است وجود دارد و رسانه ملی هم وجود دارد، ولی عقل مردم انتخابگر درست‌ی است.

از طرف دیگر اساساً وجود رقیب در پدیده‌های اجتماعی اگر با تدبیر همراه باشد به بالندگی و پویایی منجر می‌شود. به قول شهید مطهری: جهان، جهان تضاد و تقابل است. به اعتقاد من، ما در عرصه عملیات رسانه‌ای بسیار تنبل هستیم و به‌سرعت به امور روزمره خو می‌کنیم، خلاقیت‌هایمان کم است و متأسفانه در عرصه عملیات رسانه‌ای، چه رسانه‌های مکتوب و چه رسانه‌های تصویری و صوتی، عمدتاً بر رفتارها و کردارها و کنش‌های سیاسی تمرکز داریم تا بر رفتارها و کنش‌های فرهنگی و اجتماعی، و این سیل ویرانگری است که رسانه‌های ما را در معرض آسیب‌های جدی قرار داده است و متأسفانه متوجه خروش آن سیل‌ها هم نیستیم. بدون تردید باید خودمان را تقویت کنیم.

# شبکه غیرمتعهد

#### پاسخ سوال اول:

مهم‌ترین دلیل شدت گرفتن علاقه به رماندازی رسانه‌های فارسی‌زبان در کشورهای خارجی، ضعف‌ها و نقص‌های فاحش رسانه‌های داخلی است. تصور بنده این است که سازمان صدا و سیما می‌تواند به عنوان یک رسانه‌ی دولتی که به برنامه‌ها و اهداف کلی نظام متعهد است، عملکرد مطلوبی داشته باشد، اما وضعیت فرهنگی کشور ما و خواسته‌های مخاطب امروز، نیازمند تعدادی مجموعه‌های اطلاع‌رسانی خصوصی و «غیرمتعهد» است که لزوماً از موضع نظام رسمی کشور با مردم سخن نگویند. بدیهی است که قرار نیست این رسانه‌ها از موضع اپوزیسیون با مردم مواجه شوند یا با مبانی حاکمیت در بیفتند، بلکه مخاطب، نباید آنها را حامی رسمی و سخنگوی نظام فرض کند. وضعیت فعلی که امکان استفاده از رسانه مهمی مثل تلویزیون را صرفاً در اختیار حاکمیت رسمی قرار می‌دهد، لاجرم توابعی مثل گسترش شبکه‌های فارسی‌زبان در خارج از کشور را در پی خواهد داشت. در شرایط کنونی حتی یک صاحب کالا هم نمی‌تواند آگهی تجاری‌اش را از مسیر دیگری جز تلویزیون دولتی کشور به مخاطب عرضه کند، چه رسد به صاحبان فکر و کسانی که دغدغه طرح مضامینی متفاوت در سر دارند. اولین امتیازی که شبکه‌های فارسی‌زبان خارجی از آن بهره می‌برند، همین تفاوت لحن ناشی از متعهد نبودن به نظام رسمی یک کشور است که خود به خود برای مخاطب ایرانی جذابیت دارد.

#### پاسخ سوال دوم:

بدیهی است که هر مؤسسه خبری باسابقه‌ای در جهان، برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدتی برای تأثیر گذاری بر مخاطبینش دارد، و گرنه از رقابایش شکست می‌خورد و از صحنه حذف می‌شود. مؤسسه بی‌بی‌سی هم از این قاعده مستثنا نیست. بنده درباره «اهداف پشت پرده» و «نیت‌های پنهان» صحبت نمی‌کنم و تخصصی هم در این زمینه ندارم. اما با هر هدف و نیتی، یک مؤسسه خبری به مخاطب نیاز دارد. هر رسانه‌ای به مخاطب نیاز دارد. اصلاً فلسفه وجودی یک رسانه، تأثیر گذاری بر تعداد بیشتری از مخاطبین است. شما وقتی تصمیم می‌گیرید یک نشریه معمولی هم منتشر کنید، ابتدا به مخاطب فکر می‌کنید و از خودتان می‌پرسید این مجله را قرار است چه کسانی بخوانند. دنبال فضاهای خالی می‌گردید و سعی می‌کنید خلأها را پیدا کنید. رسانه‌ها همیشه تلاش می‌کنند خلأها را پر کنند. وقتی در یک کشور نشریه‌ای درباره علوم فضایی منتشر نشود، شما که قصد می‌کنید نشریه‌ای درباره علوم فضایی منتشر کنید خود به خود یک خلأ را پر می‌کنید. مخاطب بالقوه‌تان را در نظر دارید. اما اگر تصمیم بگیرید یک نشریه ورزشی منتشر کنید، وارد میدان رقابت از نوع دیگر می‌شوید و باید خوب بررسی کنید و ببینید نشریات ورزشی موجود چه خلأهایی دارند و تلاش کنید از همان خلأها استفاده کنید تا مخاطب را جذب کنید. مؤسسه بی‌بی‌سی هم سال‌هاست از طریق رادیو و بعدتر، وبسایت فارسی‌اش با مخاطبین فارسی‌زبان ارتباط برقرار می‌کند. در مقطعی آنها متوجه شدند که بیش از صد میلیون فارسی‌زبان در ایران، افغانستان، تاجیکستان و مناطقی از هند تحت پوشش شبکه‌های تلویزیونی غیرمتعهد و جذابی نیستند که بتواند وانمود کند اخبار را بدون فیلتر و بدون قضاوت در اختیار مخاطب قرار می‌دهد. بنابراین تصمیم گرفتند این خلأ را پر کنند تا این دسته از مخاطبین را هم به مشتریان بی‌بی‌سی اضافه کنند. تقریباً همه آیتم‌های موجود در شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی، پرکننده جای خالی همان آیتم‌ها در شبکه‌های تلویزیون دولتی ماست.

#### پاسخ سوال سوم:

بهترین رویکرد، رفع موانع قانونی برای فعالیت مجموعه‌های اطلاع‌رسانی خصوصی در داخل کشور است. بنده گمان می‌کنم که شبکه‌های تلویزیونی رسمی ما همین ویژگی‌ها و محدودیت‌هایی را دارند که در دهه‌های اخیر بروز یافته و بهتر است وقت خودمان را صرف دعوا بر سر وضعیت فعلی سازمان صدا و سیما نکنیم. نباید از تأسیس و فعالیت مجموعه‌های اطلاع‌رسانی خصوصی که به قانون اساسی کشور متعهدند هراسی داشته باشیم. ما به دست خودمان خلأیی ایجاد کرده‌ایم که نفعش را دیگران می‌برند و شکایتش را ما می‌کنیم.

#### حسین معززی‌نیا

حسین معززی‌نیا متولد سال ۱۳۵۳ تهران، پژوهشگر و منتقد سینمایی است و با تخریر به مجلات مختلفی در زمینه سینمایی همکاری داشته است. از آثار او می‌توان به کتاب‌های «فیلم‌فاری» و «سینما و افق‌های آینده» اشاره کرد. معززی‌نیا در حوزه فیلم‌سازی نیز آثاری چون مجموعه مستند «روایت‌راوی»، را در کارنامه دارد.



# بدرخواست فرهنگ پایداری

پاسخ سوال اول:

وقتی دشمنان نظام از طریق تهدید و نظامی گری موفق نمی‌شوند، طبیعی است که به وسیله رسانه‌ها در صدد برآیند به اصطلاح آلت‌رناتیوی برای نظام ایجاد کنند. ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که برخی رسانه‌ها با اعمال ماساژ فکری و روان‌شناسی در رسانه‌ها، توده مردم را به سمتی معین متمایل می‌کنند. آنها با راه‌اندازی مؤسساتی چون امریکن اینترپرایز و مراکز و پروژه‌های عظیم فکری دیگر سعی کردند به طور هم‌زمان موجی از رسانه‌های فارسی راه بیندازند و مردم ایران را طی چند سال با ماساژ فکری به سمت و سویی ببرند که خودشان مایلند و چون اختلاف نظر هم در این زمینه‌ها زیاد است این تصمیم را گرفته‌اند و اجرایی کنند.

پاسخ سوال دوم:

وقتی رسانه‌های خودمان خیلی از وقایع و حقایق را بیان نمی‌کنند و سکوت می‌کنند و دچار یک نوع تعارف هستند، زمینه برای دشمن آماده می‌شود تا هرطور می‌خواهد عمل کند و این نشانه ضعف ماست. اگر ما در جاهایی نقطه کور داشته باشیم و مشکلاتمان را مورد بحث قرار ندهیم - مثل مسائل سیاسی، اجتماعی، فرهنگی یا اقتصادی - و با تعارف و اعمال یک نوع ممیزی به این قبیل مسائل نگریسته شود، زمینه برای بی‌بی‌سی فارسی آماده است. بنابراین ما خودمان با کم‌کاری زمینه را برای کار پررونق رقیب آماده می‌کنیم.

پاسخ سوال سوم:

هر جا که به نظر می‌رسد توطئه‌آمیز برخورد می‌کنند، ما باید خوشحال باشیم و متقابلاً بتوانیم عکس‌العمل نشان دهیم. به یاد دارم چند سال پیش «بی‌بی‌سی‌ورد» برنامه‌ای تحت عنوان «تعطیلات در کشورهای محور شرارت» پخش کرد و در مورد ایران مواردی را به دروغ مطرح کرد. من در برنامه‌ای با یک خبرنگار مصاحبه‌ای انجام دادم و آن برنامه در ایران پخش شد. بعد از آن دیگر چنین برنامه‌ای ساخته نشد. یعنی یک برخورد رسانه‌ای کردیم و افشا کردیم و خود آن خبرنگار به کذب بودن آن برنامه پی برد. این یک نوع برخورد است که برخورد فرهنگی است.

اکنون هم تقریباً برنامه‌ای که مطالب آن به‌روز باشد نداریم. لذا آنها از این خلاصه استفاده می‌کنند و ماجرا به نفع آنان تمام می‌شود. کار به‌روز کاری است که مثلاً press TV انجام می‌دهد. این شبکه که یک شبکه انگلیسی زبان خبری است و از ایران برنامه پخش می‌کند منتقدین را دعوت می‌کند و در یک پنل، درباره مسائل روز به صورت زنده بحث می‌کند. این کار در شبکه‌های خبری و در سیمای ما انجام نمی‌شود.

کاری که شبکه‌هایی مثل بی‌بی‌سی فارسی می‌کنند در واقع یک حمله رسانه‌ای است، درست مثل حمله نظامی صدام به ایران. در بحث رسانه‌ای ما از موقعیت‌های فکری، ایدئولوژیک و پیش‌تاز بودنمان استفاده نکردیم و در رسانه، آن طور که باید و شاید بروز پیدا نکردیم. باید رسانه‌مان را به‌روز کنیم و شبکه‌های جدید و حتی خصوصی ایجاد کنیم و ترسی از اینکه با مردم روراست باشیم به دل راه ندهیم و از آن چیزی که تأسیس می‌کنیم ناراحت و معذب نباشیم و با شهادت بایستیم تا جریان داشته باشیم.



نادر طالب‌زاده

نادر طالب‌زاده متولد ۱۳۳۲ تهران، دارای مدرک کارشناسی ادبیات انگلیسی از دانشگاه راندولف میکن و کارشناسی ارشد کارگردانی سینما از دانشگاه کلمبیاست. فعالیت هنری را با ساخت فیلم‌های مستند آغاز کرد. از دیگر فعالیت‌های جنبی او می‌توان به تدریس در مرکز اسلامی آموزش فیلم‌سازی و مدیریت مرکز تحقیقات و مطالعات سینمایی در معاونت سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اشاره کرد.



# ارتقا کیفیت

پاسخ سوال اول: به اعتقاد من نظام سلطه برای تأمین خواسته‌ها و غرایز سیاسی و غیرسیاسی‌اش به استفاده از قدرت نرم علیه جمهوری اسلامی روی آورده است. مهم‌ترین ابزار اعمال قدرت نرم، رسانه است؛ رسانه‌های جمعی مثل شبکه‌های فارسی زبان. این نیت دشمنان ماست، اما دلایل موفقیت یک شبکه مثل بی‌بی‌سی فارسی را می‌توان بررسی کرد. یک دلیل آن است که ما نمی‌توانستیم از رسانه‌های داخلی خودمان برای اغنای مخاطب داخلی به‌خوبی استفاده کنیم، در حالی که تا قبل از شکل‌گیری این شبکه و یا «ام‌بی‌سی پرشیا» در این مورد مزیت نسبی داشتیم. این مزیت، زبان بود. آن روزها تنها قشر نخبه یا افرادی که به زبان انگلیسی آشنا بودند مخاطب شبکه‌های انگلیسی‌زبان بودند و درصد تأثیرپذیری از شبکه‌های انگلیسی زبان کم بود. اما حالا که در این شبکه‌ها از زبان فارسی استفاده می‌شود ما این مزیت را از دست داده‌ایم و این شبکه‌ها این امکان را یافته‌اند که جای خود را در بین بخشی از مخاطبان رسانه‌های ملی ما باز کنند. این نشان می‌دهد ما در استفاده از ابزار رسانه موفق نبوده‌ایم و تنها زمانی که بی‌رقیب بوده‌ایم توانسته‌ایم حرفی بزنیم و حالا که رقابتی داریم که چندان هم از لحاظ تکنیکی و محتوایی قوی نیستند، حرفی برای گفتن نداریم و ناتوان عمل می‌کنیم. تنها مزیت بی‌بی‌سی فارسی این است که با ابزار رسانه آشناست و بر آن تسلط دارد. ما داریم مخاطب نسل جوانمان را از دست می‌دهیم و این نقطه آسیب ماست. مخاطب یک موضوع را با دو روایت می‌بیند: یکی روایت دشمن و دیگری خودی.

پاسخ سوال دوم: من از اصطلاح قدرت نرم استفاده کردم و آن یعنی از بین بردن احساس دشمنی در مخاطب و یا ایجاد اطمینان اندک در مخاطب. در موارد بسیاری به نظر نمی‌آید که دشمن از در دشمنی وارد شده. به این صورت که موضوع را با رویکرد و ادبیات داخل کشورمان مطرح می‌کند. در این مرحله او فقط حساسیت‌زدایی می‌کند و حساسیت‌زدایی معادل واژه قدرت نرم است. یعنی در واقع انگیزه ستیز با دشمن را در ما از بین می‌برد و این هدف اصلی اوست. این شبکه روی وابستگی‌های فرهنگی و تعلقات سنتی جامعه ما پا گذاشته و رفتارها و دیالوگ‌هایی را که تابو بوده می‌شکنند و حساسیت‌ها را از بین می‌برد. اگر این اتفاق کامل شود در این عرصه آنها به هدف خود رسیده‌اند و توانسته‌اند کاری کنند که نسل جوان و مخاطب امروزی با شبکه آنها احساس دشمنی نداشته باشد و میل به مبارزه را از بین ببرند.

پاسخ سوال سوم: ما راهی نداریم جز آنکه به استفاده از ابزار رسانه تسلط یابیم. در حال حاضر ما انیمیشن، فیلم‌های دیجیتالی، مستند و... می‌سازیم، ولی وقتی چنین شبکه‌ای تأسیس می‌شود توانایی رقابت با ما را دارد؛ چرا که از مجموعه این ابزار کاملاً حرفه‌ای و فنی استفاده می‌کند. سطح استانداردهای ما پایین است و به نظر من باید آن را ارتقا دهیم. کیفیت این شبکه از حدود هشت شبکه داخلی و شبکه‌های استانی ما بهتر است. این تازه در حالی است که بی‌بی‌سی فارسی محدودیت‌هایی دارد که ما نداریم، از جمله عدم دسترسی به منابع، تصویر، میل مخاطب. ما می‌توانیم به جای آنکه تعداد شبکه‌ها را افزایش دهیم کیفیت را بالا ببریم؛ چرا که ابزار دست ماست.



سعید ابوطالب

سعید ابوطالب، متولد سال ۱۳۴۸ تهران، از سال ۱۳۷۴ همکاری خود را با سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران به عنوان تهیه‌کننده و کارگردان تلویزیونی آغاز کرد. حاصل این همکاری، تولیدده‌ها اثر علمی، فرهنگی و چندین مستند تلویزیونی است که همگی از شبکه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران پخش شده‌اند.

