

# مخاطبان جهانی شبکه‌های ایرانی

محمد جلیلووند



رسانه‌ها در دنیای امروز نقش مهمی را در زندگی افراد جامعه ایفا کرده و در شکل‌گیری افکار عمومی نقش برجسته‌ای دارند، در سال‌های اخیر با وجود رشد بی‌سابقه شبکه‌های مجازی و حضور میلیونی مردم در آنها، همچنان رسانه‌های دیداری و شنیداری همچون شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی اعتبار خود را حفظ کرده و مردم برای کسب اطلاعات صحیح و قابل‌اتکاتر به آنها مراجعه می‌کنند، در عین حال به لحاظ تولید برنامه‌های سرگرم‌کننده استاندارد، شبکه‌های یاد شده در وضعیت بسیار بهتری قرار داشته و از این لحاظ نیز مورد اطمینان مخاطبان خود هستند. کشورهای غربی به‌ویژه آمریکا همواره از رسانه به عنوان اهرم قدرت استفاده کرده و در دو دهه اخیر به این روند شتاب بیشتری هم بخشیده‌اند، زیرا از این طریق می‌تواند بسیاری از رفتارهای بین‌المللی سلطه‌گرانه خود را توجیه کرده و بر بسیاری از جنایات‌های خود سربوش بگذارند، شبکه‌های تلویزیونی یکی از این ابزارهای نیرومند هستند که در زمینه‌های گوناگون به تولید برنامه پرداخته و میلیون‌ها مخاطب از سراسر جهان را به سمت خود می‌کشانند، از شبکه‌های صرفاً خبری گرفته تا شبکه‌هایی که اولویت‌شان تولید برنامه‌های سرگرم‌کننده است هر یک از شبکه‌های ذکر شده نیز هدف مشخصی را دنبال کرده و روی طیف‌های خاصی از مخاطبان تأثیر می‌گذارند که کودکان و نوجوانان نیز شامل آن می‌شوند، برخی کشورهای جهان برای مقابله با شبکه‌های فوق و پیام‌هایی که از طریق آنها فرستاده می‌شود، رسانه را انتخاب کرده و شبکه‌های بین‌المللی را رانندازی کرده‌اند که جمهوری اسلامی ایران یکی از این کشورهاست که در ربع قرن اخیر به راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون مرزی همت گماشته تا به مقابله با شبکه‌هایی بپردازد که می‌خواهند تصویری غیرواقعی از ایران در افکار عمومی ارائه دهند، در عین حال ایرانیان دور از وطن نیز بخشی از مخاطبان بالقوه شبکه‌های یاد شده به حساب می‌آیند که می‌خواهند هم در جریان اخبار روز کشورشان قرار بگیرند و هم فرزندان‌شان زبان و کشور مادری خود را از یاد نبرند، همه اینها دست‌به‌دست هم داده و چند شبکه شنیداری و دیداری به زبان‌های مختلف همچون انگلیسی، ترکی، عربی و... را به راه انداخته‌است که حال به مناسبت ۴۰ سالگی تلویزیون پس از پیروزی انقلاب در بهمن ۱۳۵۷ نگاهی به آنها می‌اندازیم.

## شبکه جهانی سحر

نخستین شبکه برون مرزی ایران که ۲۵ آبان ۱۳۷۶ به شکل رسمی فعالیت خود را آغاز کرده و ابتدا به هفت زبان عربی، آذری، بوسنیایی، ترکی استانبولی، فرانسه، انگلیسی و اردو به پخش برنامه به مدت ۱۹ ساعت در روز پرداخت، شبکه فوق در تولید و پخش برنامه‌های خود اهداف مختلفی را دنبال کرده که مهم‌ترین آن تنوع در تولید برای جلب نظر

مساعد مخاطبان و تامین ذائقه‌های آنها بوده است، به همین خاطر هم وقتی نگاهی به برنامه‌های پخش شده از این شبکه در سال‌های گذشته می‌اندازیم، با طیف وسیعی از برنامه‌های مختلف در زمینه‌های گوناگون مواجه می‌شویم که سلیقه‌های مخاطبان در آن گنجانده شده است، از اخبار گرفته تا حوزه‌هایی همچون ورزش، فرهنگ، هنر و... که همگی آنها دست به دست هم داده و شبکه سحر را به یک شبکه با برنامه‌های متنوع جذاب تبدیل کرده است. تنظیم کنداكتور کانال‌های شبکه جهانی سحر یکی از نقاط قوتش به حساب می‌آید که نظم خاصی بر آن حاکم بوده و مخاطب به راحتی می‌تواند برنامه مورد نظر خود را انتخاب و تماشا کند.

از سوی دیگر این شبکه در سال‌های اخیر پوشش مناسبی روی فعالیت تجار و بازرگان‌های ایرانی داده و با هدف کمک به اقتصاد ایران به معرفی فعالیت‌های آنان در حوزه‌های مختلف اقتصادی پرداخته است، در کنار آن به معرفی جذابیت‌های ایران برای جذب گردشگران خارجی پرداخته تا از این طریق به صنعت گردشگری ایران که در سال‌های اخیر رونق بیشتری هم گرفته، کمک کند. جلب نظر مساعد مخاطبان خارج از کشور، مستلزم تحول در کیفیت برنامه‌سازی و توجه ویژه به ذائقه آنان است. پخش برنامه‌های این شبکه به شکل اچ، دی در سال‌های اخیر و بالا بردن کیفیت گرافیکی برنامه‌ها، از جمله ایده‌های این شبکه در مواجهه با آنهاست که نقش مهمی در ایجا رضایت‌شان نیز داشته است. البته باید به پرهیز

تلویزیونی پخش شده از شبکه‌های داخلی ایران را هم شامل می‌شد، ارتباط ایرانیان مقیم کشورهای اروپایی با کشور خود و گسترش این رابطه در کنار آشنایی نسل بعدی آنها با زبان و فرهنگ ایرانی، هدف اصلی و کلیدی جام‌جم یک به حساب می‌آمد که در به سرانجام رساندن آن هم کاملاً موفق بود. پس از تجربه موفق جام‌جم اروپا، جام‌جم آمریکا به فاصله دو سال راه‌اندازی شد تا ایرانیان مقیم این کشور نیز از موهبت برخورداری از رسانه‌ای فارسی زبان کیلومترها دور از مملکت خود بهره‌مند شوند.

برنامه‌های تولید شده در این شبکه به مرور کیفیت بهتری نسبت به جام‌جم یک پیدا کرد، چرا که برنامه‌سازها آزمون و خطاهای خود را انجام داده و نبض مخاطبان برون مرزی خود را پیدا کرده بودند. در عین حال وجه سرگرم‌کنندگی تولیدات این شبکه‌ها نیز به مرور پررنگ تر شده و مخاطبان بیشتری را جذب کرد که پخش مستقیم بازی‌های تیم ملی ایران و نیز لیگ برتر فوتبال کشورمان از جمله آنها به حساب می‌آید، چرا که فوتبال در همه جهان طرفداران زیادی داشته و ایرانیان مقیم اروپا و آمریکا نیز از آن مستثنا نیستند، تجربه موفق دو شبکه یاد شده، مدیران وقت صداوسیما را به فکر راه‌اندازی سومین شبکه جام‌جم انداخت و این بارقرعه به نام آسیا افتاد، ۸ خرداد ۱۳۸۱ جام‌جم آسیا راه‌اندازی شده و برنامه‌هایی را برای ایرانیان ساکن قاره کهن روی آنتن فرستاد، گروه‌های مختلف برنامه‌ساز در این سه شبکه که سال‌ها بعد (۲۷ دی ۱۳۹۳) درهم ادغام

از پخش برنامه‌های تکراری هم اشاره کرد که موجب افزایش تولیدات این شبکه در سال‌های اخیر شده است. تولید مستند در زمینه‌های مختلف و رفتن به سمت تخصصی‌تر شدن برنامه‌ها از دیگر نقاط قوت شبکه سحر در سال‌های اخیر بوده است، از جمله این برنامه‌های موفق می‌توان به «طبل هبوط» با هدف معرفی تکفیری‌ها و «شکوفه‌های زیتون» با محوریت هنرمندان اروپایی و آمریکایی حامی کودکان فلسطینی که به دست عوامل رژیم صهیونیستی اسرائیل کشته شده‌اند، اشاره کرد، دوبله یا زیرنویس سریال‌های موفق ایرانی از دیگر برنامه‌های مدیران شبکه سحر برای جذب مخاطبان بین‌المللی بوده که تقریباً همگی آنها هم در این رابطه موفق عمل کرده‌اند، از آنها می‌توان به مجموعه تلویزیونی در چشم باد، ساخته مسعود جعفری جوزانی اشاره کرد که به زبان بوسنیایی هم ترجمه شده و نسخه زیرنویس شده آن روی آنتن شبکه سحر رفته و با استقبال خوب مخاطبان حوزه بالکان روبه‌رو شده است.

## شبکه جهانی جام‌جم

مهم‌ترین شبکه برون مرزی صداوسیما ایران که ۲۶ آذر ۱۳۷۶ آغاز به کار کرده و برای مخاطبان اروپایی خود روی آنتن رفت، جام‌جم یک که مخاطبان ایرانی ساکن اروپا را جامعه هدف خود قرار داده بود، ابتدا برنامه‌هایی را روی آنتن فرستاد که برای این طیف جذابیت داشت، برنامه‌های سرگرم‌کننده‌ای که به زبان فارسی تهیه شده بود و در کنار آنها مجموعه‌های