

برآورد راهبردی امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران

سال‌نمای ۱۳۸۹
چشم‌انداز ۱۳۹۰

تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان

مقدمه

عملکرد رسانه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای در سال گذشته را می‌توان به دو بخش رسانه‌های از قبل موجود (مثل صدای آمریکا و بی.بی.سی و سایر شبکه‌های ماهواره‌ای) و شبکه‌های نوظهوری مثل من و تو و یورونیوز تقسیم کرد. به دلیل نزدیک‌تر بودن تلویزیون صدای آمریکا به گروه‌های اپوزیسیون و مخصوصاً سلطنت‌طلب‌ها، این شبکه به تأسی از مسایل پیش آمده برای اپوزیسیون دچار مشکلاتی شد و در مقام واکنش، تولید برنامه‌هایی جدید با موضوعات غیرسیاسی را در دستور کار قرار داد. بی.بی.سی در سال ۱۳۸۹ برای پرکردن خلاء نبود سوژه کلان و جذاب در مورد ایران، به تولید برنامه‌های متعددی پرداخت و کوشید از انتساب به جریان خاص سیاسی اجتناب کند. کاهش حضور اپوزیسیون سیاسی بریده از نظام و مخصوصاً چهره‌های شاخص آن در بی.بی.سی مشهود بود تا جایی که این رسانه از سوی گروه‌های اپوزیسیون متهم شد که از این طریق درصدد به دست آوردن رضایت هرچند نسبی جمهوری اسلامی ایران است. به نظر می‌رسد بی.بی.سی در برنامه‌ریزی استراتژیک خود اهمیت ویژه‌ای برای حضور هرچند محدود در ایران قائل است و حاضر است برای تحقق این امر از برخی مواضع خود عقب‌نشینی کند.

در میان شبکه‌های نوظهور، بیشترین موفقیت از آن شبکه من و تو بود و افتتاح شبکه فارسی یورونیوز، انعکاس چندانی در رسانه‌ها و داخل کشور نداشت. در طرف دیگر ماجرا، برخی شبکه‌های ماهواره‌ای شخصی، به دلیل بروز بحران مالی در آمریکا و اروپا در دو سال گذشته،

دچار مشکل شده و تا حد زیادی دچار افت کیفیت شدند. با این حال، افتتاح شبکه‌های صرفاً تجاری جدید نشان داد این بخش هنوز جذابیت مالی زیادی دارد و گردانندگان آنها می‌کوشند با دوری از هر نوع موضع‌گیری سیاسی، به فعالیت‌های تجاری و اقتصادی خود از طریق این شبکه‌های ماهواره‌ای ادامه دهند.

گونه‌شناسی تحلیلی شبکه‌ها در سال ۱۳۸۹

شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان موجود را می‌توان به ۶ دسته، سنخ یا گروه تقسیم‌بندی کرد:

۱. شبکه‌های خبری سیاسی دولتی مثل BBC فارسی و VOA
۲. شبکه‌های خبری سیاسی غیردولتی، گروهی یا شخصی مثل تلویزیون اندیشه یا پارس
۳. شبکه‌های مذهبی خاصه مبلغین مسیحیت مانند: MOHABAT TV، SAT7PARS و NEJAT TV
۴. شبکه‌های تفریحی تجاری مانند: Farsi1 و Manoto
۵. شبکه‌های تبلیغاتی تجاری مانند: REA STATE و TAK TV
۶. شبکه‌های مبتذل از نظر اخلاقی
۷. شبکه‌های قومیت‌گرا

ظهور بی.بی.سی فارسی و شبکه فارسی‌وان را باید نقاط عطفی در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان دانست. به تأسی از این موج و موفقیت نسبی این شبکه‌ها در جذب مخاطب، در سال ۱۳۸۹ نیز برخی کوشیدند با تأسیس و راه‌اندازی شبکه‌های ماهواره‌ای جدید، بخشی از مخاطبان داخل ایران را جذب کنند. راه‌اندازی شبکه من و تو و یورونیوز فارسی و برخی شبکه‌های دیگر تبلیغاتی و مبتذل، از جمله تحولات مهم سال ۱۳۸۹ بود و نشان داد گردانندگان این شبکه‌ها به جای جذب مخاطبان سیاسی، درصدد جذب مخاطبان اجتماعی و نفوذ در میان گروه‌ها و اقشار غیرسیاسی می‌باشند که طیف وسیعی را تشکیل می‌دهند.

موج توجه به این موضوع، محدود به شبکه‌های تفریحی، تبلیغاتی و مبتذل نبود و حتی شبکه بی.بی.سی فارسی و صدای آمریکا کوشیدند از این قافله عقب نمانند. تولید برنامه‌ای چون پارازیت در صدای آمریکا و جایگزین کردن آن با برنامه‌های تبلیغاتی سیاسی برخی چهره‌های مخالف نظام، مهم‌ترین اقدام این شبکه برای جلوگیری از ریزش مخاطبان خود و جذب مخاطبان جدید بود. بی.بی.سی فارسی نیز در سال ۱۳۸۹ کوشید از غلظت سیاسی برنامه‌های خود کاسته و غلظت اجتماعی تفریحی و حتی روشنفکری خود را افزایش داده و نیم‌نگاهی به ناسیونالیسم ایرانی داشته باشد. برنامه‌هایی چون صفحه ۲، پرگار، جمعه بازار و برخی برنامه‌های دیگر را می‌توان در این چارچوب تحلیل کرد. در ادامه عملکرد شبکه‌های ماهواره‌ای در سال ۱۳۸۹ را در چند مورد بررسی می‌کنیم:

۱. تأثیر ناکامی اپوزیسیون خارج‌نشین در ۲۲ بهمن ۱۳۸۸ بر شبکه‌های خبری سیاسی و در رأس آنها VOA و BBC در سال ۱۳۸۹ محسوس بود. این تأثیر خود را به چند شکل نشان

گردانندگان شبکه‌های
ماهواره‌ای فارسی زبان
به جای جذب مخاطبان
سیاسی، درصدد جذب
مخاطبان اجتماعی و نفوذ
در میان گروه‌ها و اقشار
غیرسیاسی می‌باشند که
طیف وسیعی را تشکیل
می‌دهند

داد: الف) تلاش برای فاصله گرفتن از برخی چهره‌های جنجالی اپوزیسیون که تحلیل‌ها و پیش‌بینی‌های آنها در سال ۱۳۸۸ درست از آب درنیامده بود. ب) حرکت آرام و تدریجی به سمت مخاطبان عام‌تر دارای گرایش‌های غیرسیاسی از طریق تولید برنامه‌های غیرسیاسی مبتنی بر گفت‌وگو (ج) توجه به ارزش‌ها و فرهنگ و ناسیونالیسم ایرانی برای زدودن انگ ضدایرانی بودن شبکه‌های ماهواره‌ای.

۲. تجربه ناموفق یورونیوز و mbc فارسی در سال ۱۳۸۹ نیز قابل بررسی و تأمل است. فاصله زیاد گفتمان حاکم بر این دو شبکه از گفتمان‌های رایج فرهنگی در داخل ایران را باید اصلی‌ترین عامل ناکامی آنها در جذب مخاطب دانست. زبان به کار گرفته شده در این شبکه‌ها ارتباطی با متن و بستر زبان فارسی در داخل ایران ندارد، در حالی که مهم‌ترین عامل موفقیت بی.بی.سی فارسی، توجه به ارتباط متن با زبان است. بنابراین، احتمال اینکه در آینده از الگوی mbc فارسی و یورونیوز تقلید شود، چندان زیاد نیست.

۳. موفقیت نسبی برنامه پارازیت شبکه صدای آمریکا در جذب مخاطب و مخصوصاً مخاطبان جوان نیز شایسته تحلیل است. گفتمان حاکم بر این برنامه، برگرفته از گفتمان غیررسمی رایج در میان جوانان ظاهراً غیرسیاسی یا به تعبیری نسل بزرگ‌شده در دوران انقلاب است. این برنامه به همراه برنامه‌ای دیگر در مورد فناوری‌های جدید، از تولیدات جدید شبکه صدای آمریکا در سال ۱۳۸۹ بود که برنامه شباهنگ را که در چارچوب گفتمان جوانان ایرانی مهاجر در آمریکا تولید می‌شود، تحت تأثیر خود قرار داده و از مخاطبان هرچند اندک آن کاست.

۴. تبدیل شدن برخی برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای به شوهای سیاسی تبلیغاتی در سال ۱۳۸۹، باعث کاهش مخاطبان آنها بود. غیر از برخی شبکه‌های کم‌محتوا مثل رنگارنگ، شبکه صدای آمریکا نیز شوهای سیاسی زیادی را پخش می‌کرد که در کاهش مخاطبان آن بسیار مؤثر بود. تفسیر خبر یا برنامه زن امروز، شوهای سیاسی اپوزیسیون سیاسی خارج‌نشین بود که توجهی در داخل ایران جلب نمی‌کند.

۵. در سال ۱۳۸۹، بحران هویت و گفتمان شبکه VOA هم‌چنان ادامه پیدا کرد. برنامه‌های این شبکه فاقد هماهنگی سیاسی و گفتمانی‌اند، طوری که از سلطنت‌طلب‌ها گرفته تا برخی مارکسیست‌های سابق و گروه‌های اپوزیسیون بریده از نظام در این شبکه حضور دارند. نسل قدیم، همچنان در برابر تصفیه سلطنت‌طلب‌ها از این شبکه مخالفت می‌کند، نسلی که گفتمان معلق و فاقد ارتباط با داخل ایران تولید کرده و مخاطب اصلی آن طیف بسیار محدودی از ایرانیان مقیم آمریکاست.

۶. بی.بی.سی فارسی نیز در سال ۱۳۸۹ بدون مشکل نبود. خوابیدن موج اعتراضات سیاسی در داخل ایران، بحران سوژه و موضوع جذاب فراگیر را برای این شبکه دوچندان کرد. ضمن اینکه، تکراری بودن بخش‌های خبری آن به تقلید از شبکه جهانی بی.بی.سی برای

مخاطب ایرانی خسته کننده است. بی.بی.سی فارسی برای مقابله با معضل نبود سوژه جدی، چند کار انجام داد. دبله برخی فیلم‌ها به فارسی و پخش آنها، پرداختن بیشتر به مباحث فکری ظاهراً غیرسیاسی و روشنفکرانه در برنامه پرگار، پرداختن بیشتر به مسایل افغانستان به منظور جذب مخاطبان بیشتری در این کشور، پرداختن کمتر به بیانیه‌ها و اظهارات افراد کلیدی جریان سبز، دعوت کمتر از برخی چهره‌های سرشناس اپوزیسیون در خارج از ایران و کاستن از غلظت منفی‌نگری نسبت به تحولات ایران، از جمله این اقدامات بود. ظاهراً مسئولان این شبکه به این جمع‌بندی رسیده‌اند که در سال ۱۳۸۸ تا حد زیادی از مدار بی‌طرفی خارج شده و باعث رنجش جمهوری اسلامی ایران شده‌اند. چون گفتمان بی.بی.سی فارسی از معدود گفتمان‌های رسانه‌ای است که به شدت با گفتمان‌های داخلی در ایران پیوند خورده و موفقیت خود را تا حد زیادی مدیون این پیوند است، حضور در ایران برای ادامه حیات و حفظ مخاطبان آن اهمیت استراتژیک دارد. بی.بی.سی فارسی برای نیل به اهداف خود، سیاست چندلایه‌ای را دنبال می‌کند که محور آن حفظ فاصله مساوی با همه گروه‌ها از طریق تکیه ظاهری بر بی‌طرفی سیاسی می‌باشد.

۷. بحران مالی سال ۲۰۰۸ در آمریکا و سپس در اروپا، برخی شبکه‌های ماهواره‌ای را دچار مشکل مالی و تعطیلی کرده است. در این میان، تأثیر بحران مالی دویی بر دادن آگاهی نیز مشهود است. مخاطبان این شبکه‌ها در سال ۱۳۸۹ به طرف شبکه‌های تفریحی و تا حدی کمتر خبری سیاسی متمایل شدند. آن چیزی که در سال ۱۳۸۸ بارقه‌های آن زده شد، در سال ۱۳۸۹ در حوزه توجه به مسایل مرتبط با زندگی روزمره در شبکه‌های ماهواره‌ای بازهم خود را نشان داد. در این سال، این نوع شبکه‌ها همچنان پرمخاطب بودند و باعث شدند شبکه‌های خبری سیاسی نیز در تولیدات خود این موضوع را مورد توجه قرار دهند.

۸. در مورد شبکه‌های قومیت‌گرا نیز باید اشاره نمود که کردهای ایران بیش از دیگر اقوام ایرانی در عرصه رسانه تلویزیونی فعال می‌باشند. شبکه روژ تی. وی گروه پژاک، امسال به شبکه‌های روژه لات، کوموله و آسوست در سال ۱۳۸۹ افزوده شد. مهم‌ترین شبکه ملی گرای آذربایجانی‌های ایران، گوناز تی.وی است. این شبکه‌ها طیف معینی از گروه‌ها و جریان‌های سیاسی و فکری اپوزیسیون قومی را نمایندگی می‌نمایند و عمده تمرکز آنها بر نقد وضع موجود سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مناطق قومی می‌باشد. گرچه طیف مخاطبان این شبکه‌ها هم‌چنان محدود و خاص است، ولی اولاً در حال نفوذ و گسترش برنامه خود در سطح اجتماعی هستند و ثانیاً، حلقه ارتباط و پیوند فعالان و نخبگان قومی و توده‌ها می‌باشند. ظهور شبکه‌های خبری سیاسی نیز از مخاطبان این شبکه‌ها کاسته است.

۹. در سال ۱۳۸۹، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان مبلغ مسیحیت نیز بر فعالیت‌های خود به گونه‌ای چشم‌گیر افزودند و حتی شبکه‌ای مثل پارس سون به بخش کارتون برای مخاطبین نوجوان در ارتباط با تبلیغ مسیحیت پرداخت. همچنین، برخی شبکه‌های صرفاً تفریحی

بی.بی.سی فارسی برای
نیل به اهداف خود،
سیاست چندلایه‌ای را
دنبال می‌کند که محور
آن حفظ فاصله مساوی
با همه گروه‌ها از طریق
تکیه ظاهری بر بی‌طرفی
سیاسی می‌باشد

تبلیغی همچون تپش و امید ایران نیز به دلیل مشکلات مالی، بخشی از زمان پخش برنامه‌های خود را به تبلیغ مسیحیت اختصاص دادند که ظاهراً به صورت اجاره‌ای از سوی جریان‌های مسیحی پوشش داده می‌شد.

۱۰. در سال ۱۳۸۹، دو شبکه تلویزیونی اینترنتی مرتبط با جریان سبز به نام‌های رسا تی‌وی (گرایش مذهبی) و ندای ایران یا ندا تی‌وی (گرایش لائیک)، آغاز به کار کردند که عمدتاً رویکرد خبری تحلیلی دارند. رسا تی‌وی در چارچوب ماهواره‌ای نیز در سال ۱۳۸۹ در قالب رادیو با عنوان Rasa Radio به فعالیت پرداخت که در واقع، فایل صوتی همان تلویزیون اینترنتی است و اعلام شده است در آینده، به صورت تصویری نیز از طریق ماهواره قابل دریافت خواهد بود.

عملکرد جمهوری اسلامی ایران

عملکرد جمهوری اسلامی ایران در قبال شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان را در سال ۱۳۸۹ می‌توان در چند عرصه توضیح داد:

۱. اقدامات فنی نظیر ارسال پارازیت روی برخی شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان.
۲. اقدام امنیتی نظیر جلوگیری از برقراری ارتباط شبکه‌های ماهواره‌ای با مخاطبان خود در داخل و برعکس.
۳. اقدامات رسانه‌ای در حوزه رسانه ملی نظیر راه‌اندازی برنامه سینمایی فرهنگی هفت و پخش سریال‌های پرمخاطب مانند مختارنامه، تغییر دکوراسیون و شکل برخی برنامه‌های خبری.
۴. ادامه توجه بیشتر به شبکه‌های استانی و محلی برای جذب مخاطب.
۵. مقابله با هژمونی رسانه‌ای غرب از طریق شبکه‌های انگلیسی‌زبان مخصوصاً PressTv.

در ارزیابی اقدامات جمهوری اسلامی ایران، باید توجه داشت این اقدامات بیش از آنکه ایجابی باشد، به دفع یا کاهش تهدید آنها توجه کرده است. در همین راستا، ممنوعیت هر نوع همکاری رسمی یا غیررسمی با این شبکه‌ها در سال ۱۳۸۹ نیز ادامه پیدا کرد. در نتیجه، در این سال، نگاه به این شبکه‌ها همچنان تهدیدمحور و امنیتی بود. در شرایط فعلی، شبکه بی.بی.سی فارسی بیشترین ضرر را از این بابت متحمل می‌شود. شبکه‌های دیگر، ارتباط با داخل ایران را استراتژیک نمی‌دانند.

نکته دیگر در باب برنامه هفت و سریال مختارنامه است. موفقیت چشمگیر این دو برنامه در سال ۱۳۹۰ نشان داد رسانه‌های داخلی هنوز از امتیازات منحصر به فردی بهره می‌گیرند که در صورت استفاده بهینه و کارآمد از آنها می‌توانند تعداد مخاطبان شبکه‌های ماهواره‌ای را به شدت کاهش دهند. در عین حال، نباید فراموش کرد که جهت‌گیری این برنامه‌ها بیشتر در گفتمان زندگی روزمره است تا گفتمان‌های سیاسی و روشنفکری در جامعه. شبکه چهار با برنامه راز برای مدت بسیار کوتاهی به گفتمان سیاسی نزدیک شد، اما دوباره از آن فاصله گرفت. برنامه

این شبکه‌ها طیف معینی از گروه‌ها و جریان‌های سیاسی و فکری اپوزیسیون قومی را نمایندگی می‌نمایند و عمده تمرکز آنها بر نقد وضع موجود سیاسی، اقتصادی و اجتماعی مناطق قومی می‌باشد

دیروز، امروز فردا نیز از مشکلات ساختاری رنج می‌برد که مانع جذب مخاطب گسترده می‌شود. باید توجه کرد در چارچوب گفتمان زندگی روزمره، شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان فارغ از محدودیت‌های صدا و سیما، قدرت مانور و آزادی عمل بیشتری دارند و احتمال پیروزی آنها در هر مسابقه‌ای در این چارچوب بیشتر است. بنابراین، سریال‌محوری یا به تعبیری، سریال‌درمانی، راه حل بلندمدت و کارآمدی نیست. تأکید بیش از حد بر گفتمان زندگی روزمره، می‌تواند در بلندمدت، برخی مبانی هویتی نظام جمهوری اسلامی را کم‌رنگ‌تر کند.

چنین به نظر می‌رسد که سازمان صدا و سیما در سال‌های اخیر دچار مشکل ناهماهنگی در بخش‌های مختلف شده که یکی از دلایل آن ضعف مدیریت می‌باشد. این ضعف نیز باعث شده گروه‌های سیاسی مختلف درصدد بهره‌گیری از رسانه ملی برای اهداف حزبی و گروهی خود باشند. متأسفانه برنامه‌های سیاسی رسانه ملی نیز از این آفت مصون نمانده‌اند، هرچند، گاه برنامه‌هایی با اهداف فراگیر و فراجناحی نیز پخش می‌شود.

در باب ارسال پارازیت بر روی برخی شبکه‌های ماهواره‌ای نیز باید توجه کرد که اصولاً اقدامات سخت‌افزاری و منع کردن صرف، راه‌حل طولانی‌مدت نیست. شایعات و بحث‌های مطرح‌شده در مورد عوارض این پارازیت‌ها بر سلامتی شهروندان آثار به مراتب منفی‌تری بر مقبولیت نظام دارد. گو اینکه در عرصه فناوری، به هر حال غرب خود مبدع این فناوری بوده و می‌تواند بعد از گذشت مدتی، فناوری جدیدی عرضه کند که دیگر نمی‌توان برای مقابله با آن از پارازیت استفاده کرد و در این صورت است که کارآمدی نظام در این عرصه مورد تردید واقع خواهد شد. ضروریست این موضوع در نهادهای مسئول به عنوان امر مهم و استراتژیک تلقی شده و در این راستا، اقدامات نهادهای مختلف با یکدیگر هماهنگ شود.

در باب ارسال پارازیت بر روی برخی شبکه‌های ماهواره‌ای نیز باید توجه کرد که اصولاً اقدامات سخت‌افزاری و منع کردن صرف، راه‌حل طولانی‌مدت نیست

چشم‌انداز آتی

چشم‌انداز شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در سال ۱۳۸۹ را می‌توان در مثلث (۱) پیش‌آمدن سوژه‌های (به‌ویژه سیاسی) جذاب جدید، (۲) عملکرد رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران و (۳) تحول گفتمانی در رسانه‌های فارسی‌زبان تحلیل کرد. اگر سوژه جذابی برای این رسانه‌ها پیش‌آید، تلاش خواهند کرد حداکثر استفاده را از آن بکنند. در غیر این صورت، به سمت ایجاد تحول گفتمانی در داخل خود روی خواهند آورد. متحول کردن زبان مورد استفاده و نزدیک‌تر کردن آن به زبان و گفتمان رایج در ایران و تولید برنامه‌هایی با مخاطبان عام و غیرسیاسی، دو گزینه احتمالی پیش‌روی این رسانه‌هاست. هر دو اتفاق و سناریوی مورد اشاره، متأثر از نحوه عملکرد رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران خواهد بود. در صورت ادامه وضع موجود، احتمال اینکه عملکرد ایران باعث تضعیف رسانه‌های فارسی‌زبان و کاهش مخاطب آنها شود، چندان زیاد نیست. گو اینکه، شبکه انگلیسی‌زبان پرس تی‌وی نیز بخشی از مخاطبان خود را از دست داده یا حداقل مخاطبان جدیدی جذب نکرده است.

راه کارها

از منظر امنیت ملی، تکنولوژی ماهواره‌ای و راه‌اندازی شبکه‌های فارسی‌زبان، همزمان حاوی تهدیدات و فرصت‌هایی می‌باشند و از این رو، گام نخست باید پذیرش این واقعیت باشد که این تکنولوژی‌ها صرفاً تهدید نیستند. فضای رسانه‌ای ماهواره‌ها در اختیار همگان است و جمهوری اسلامی ایران نیز می‌تواند با برنامه‌ریزی منسجم از این فضا استفاده کند. تجربه موفق پرس تی وی و برخی شبکه‌های عرب‌زبان وابسته یا مورد حمایت جمهوری اسلامی ایران، نشان می‌دهد امکان تأثیرگذاری در فضای رسانه‌ای تحت سلطه شبکه‌های جهانی غربی نیز وجود دارد. اگر یک رسانه حرفه‌ای عمل کرده و افراد و کارشناسان حرفه‌ای را به کار گیرد، نظیر آنچه در پرس تی وی اتفاق افتاد، دلیلی بر ناکارآمدی آن وجود ندارد. بنابراین، یک راهکار این است که تجربه پرس تی وی به زبان فارسی در سطح جهانی تکرار شود. به این معنا که شبکه‌ای فارسی‌زبان برای تمام ایرانیان جهان راه‌اندازی شده و برخی محدودیت‌های داخلی در آن برداشته شود تا این شبکه بتواند محل اصلی گفتگوی ایرانیان قرار گیرد. تنها رسانه ملی است که چنین ظرفیتی دارد و می‌تواند از این فرصت بهره بگیرد. هرچند این کار خالی از تهدید نیست، اما فرصت‌های آن به مراتب بیشتر از تهدیدات است و باعث خواهد شد بسیاری از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان تضعیف و منفعَل شوند.

تجدید نظر در برخی ساختارهای رسانه ملی و حرفه‌ای‌تر کردن، راهکار دیگری است که به طور جدی باید مورد توجه قرار گیرد. رسانه ملی امروز دیگر وسیله تبلیغاتی آموزشی برای داخل محسوب نمی‌شود، بلکه ارتباط مستقیمی با امنیت ملی دارد. شبکه‌های خارجی جام جم عمدتاً از همان گفتمان و افرادی بهره می‌گیرند که در شبکه‌های داخلی شاهد آن هستیم و این امر ضریب نفوذ آنها را کاهش می‌دهد. محافظه‌کاری غیرضروری و گاه افراطی رسانه ملی وقتی با بعضی ساختارهای غیرحرفه‌ای آن در می‌آمیزد، کارآمدی آن را به شدت کاهش می‌دهد. هرچه جلوتر برویم، ضرورت تغییر در برخی ساختارهای رسانه ملی بیشتر و بیشتر خواهد شد.

تجربه موفق پرس تی وی و برخی شبکه‌های عرب‌زبان وابسته یا مورد حمایت جمهوری اسلامی ایران، نشان می‌دهد امکان تأثیرگذاری در فضای رسانه‌ای تحت سلطه شبکه‌های جهانی غربی نیز وجود دارد