شبکه منوتو اعلام کرد از تعطیلی درمی‌آید

شوگر جدید پیدا شد؟

ایمان عظیمی
خبرنگار گروه فرهنگ

مدت‌هاست که ورشکستگان سیاسی در رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور به شکست خود در مواجهه با ایران اذعان کرده‌اند و تنها برای امرار معاش دست‌وپا می‌زنند. آنها دروغ‌های تاریخ مصرف گذشته خود را به خورد مخاطبان می‌دهند تا همچنان در صدر خبرها قرار بگیرند و با وابیرال شدن‌های آنی و لحظه‌ای به زندگی گلخانه‌ای که نسبت به آن خوبیدا کرده‌اند ادامه دهند. برای شناخت دقیق‌تر شبکه‌های فارسی‌زبان بهتر است آنها را بنا به جغرافیایی که در آن قرار گرفته‌اند بازخوانی کنیم. با پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ تعدادی از سرگرمی‌سازان از کشور خارج شدند و با سکونت در آمریکا و اروپا ایفاد؛ برای ایرانیان خارج‌نشین و سپس برای مردم داخل کشور برنامه‌سازی کردند. اوایل این‌گونه نبود که شبکه‌ها به‌شکل ۲۴ساعته برنامه‌هایشان را پخش کنند، بلکه تنها چند ساعت در روز برای انجام این کار فرصت داشتند تا برای دایسپوراي ایرانی حاضر در سراسر آمریکا از یک فرستنده تلویزیونی سرگرمی تولید کنند و اخبار روز را با آنها در میان بگذارند. با پیشرفت تکنولوژی و افزایش جمعیت ایرانیان حاضر در آمریکا و اروپا و همچنین نیاز تعدادی از مردم داخل کشور به برنامه‌های متفاوت، این شبکه‌ها از تصمیم جدی‌شان مبنی بر ساخت برنامه‌های جدید برای پخش در قالب ۲۴ ساعته پرده برداری کردند. «جام جم»، «امید ایران»، «تپش»، «آی‌تی‌ان» و... از جمله اولین و معروف‌ترین شبکه‌های لس‌آنجلسی در بستر ماهواره هات‌برد بودند که به‌صورت شبانه‌روزی در این زمینه کار می‌کردند و به حیات اقتصادی‌شان براساس داشته‌های خاطره‌انگیزی که از زمان انقلاب در صحنه موجود بودند ادامه می‌دادند. البته این برنامه‌ها از تنوع زیادی برخوردار نبودند و بیشتر در قالب تاک‌شو، کلیپ‌های موسیقی و پخش فیلم‌فارسی‌های قبل انقلابی سروصدا به پا می‌کردند. درواقع تنها سلاح این شبکه‌ها تشحیذ نوستالژی گذشته و مصرف آن تا سرحد امکان بود. با بالا رفتن کیفیت برنامه‌های تلویزیونی در ایران و همین طور رشد سریع اینترنت اوضاع ۱۸۰ درجه تغییر کرد و این شبکه‌ها نیز نتوانستند همچون گذشته بدون هیچ رقیبی به فعالیت ادامه دهند. شریان اقتصادی اکثر شبکه‌های لس‌آنجلسی با وجود رقبای قدرتمند داخلی و شبکه جهانی وب گرفته شد و درنهایت عمر بعضی از آنها برای همیشه به پایان رسید. برای مثال شبکه باسابقه «جام جم» لس‌آنجلس با سال‌ها فعالیت در میان ایرانیان آمریکا و تولید و پخش برنامه‌های سرگرم‌کننده و همین‌طور فعالیت در حوزه برپایی جشن‌ها و کنسرت‌های متنوع وقتی در معرض ورشکستگی قرار گرفت از جامعه ایرانیان آمریکا خواست که برای باقی ماندن این شبکه در مارکت تلاش کنند و اجازه بسته شدن درهای آن را ندهند. ولی عاقبت انتظار بی‌جا با بحران منوچهر و کوروش بی‌بی‌یان به ثمر ننشست و آنها بساط خود را برای همیشه از شهر فرشگان جمع کردند.

تعداد دیگری از شبکه‌های لس‌آنجلسی هم بودند که به زعم خودشان به فعالیت در راه مبارزه با نظام جمهوری اسلامی می‌پرداختند و با رویاروشی به مخاطبان خود ادامه کار و کاسبی‌شان را تضمین می‌کردند. این شبکه‌های به‌اصطلاح سیاسی هیچ رد و نشانی از راهبرد مشخص در میان نبود و مردم تنها تفاوت‌گذارند؛ حرف‌های صدمن‌یک غیرمتشی خارج‌نشین توهم‌زده بودند. شبکه‌های فارسی‌زبان از هر لحاظ باید پوست می‌انداختند و حتی جغرافیای خود را به حابیی بیرون از کالیفرنیا و حتی آمریکا می‌بردند. در اینجا فارسی‌وان و سپس منوتو این وظیفه را برعهده گرفتند. شبکه منوتو در پی آن در منوتو ۲ از اکتبر ۲۰۱۰ با مدیریت کیوان عباسی روی آنتن رفت. این شبکه در ابتدا چندان اهمیتی برای اخبار سیاسی قائل نمی‌شد و هویت تزریقی جزء کوتاه‌مدت حساب می‌شد. در این نظریه‌ها رسانه فکری می‌کند هر آنچه به خورد مخاطب بدهد، تأثیرش را می‌گذارد. درحالی‌که در نظریه‌های بلندمدت مانند کاشت گورباچف یا ماسحاکم، ما خلاف این را می‌بینیم. در نظریه کاشت، گورباچف معتقد است با کاشت یک دانه در زهن مخاطب و مراقبت از آن، این دانه به‌مرور بزرگ می‌شود و ریشه می‌دهد. مخاطب منوچه کاشت و رشد این دانه نشد؛ چراکه برنامه‌های دیگر آن دانه را احاطه کرده است. به مرور زمان، این دانه تبدیل به یک درخت تنومند شده که دیگر نمی‌توان آن را به‌راحتی قطع کرد. البته درکنار این دو نظریه، ما رویکردی هم داریم که اساسا معتقد است رسانه تأثیری ندارد و نهایتا برای یک قشر یا تفکرات خاص در عرصه‌ای در نهایت‌ترین حالت ممکن تولید محتوا می‌کند.» وی درباره پیش‌بینی پنج سال آینده گفت: «این پنج سال را برنامه شبکه منوتو گفت: «این پنج سال را براساس تجربه می‌گویم. جامعه ایران به لحاظ انعطافی سخت فرهنگ است. ما هستیم محکمی داریم که باعث می‌شود مخاطب مقاومت داشته باشد. باید با مخاطب بازی کرد تا با رسانه همراه شود. عمده برنامه‌هایی که در تلویزیون موفق و تأثیرگذار بودند، قدمتی سه‌ساله یا بالا داشتند. برنامه‌هایی مثل دوره‌هی ۵۷۶ قسمت، خنداوله ۸۸۰ قسمت و ۹۰ و ۱۲ فصل از برنامه‌های موفق حساب می‌شوند. به خاطر همین معمولا هیچ برنامه کوتاه‌مدتی را پیدا نمی‌کنید که تأثیری روی سبک زندگی آدم‌ها گذاشته باشد. حتی برنامه «آشپزی با گلریز» بعد از پنج سال توانست روی مدل آشپزی زنان اثر بگذارد.»

راه و روش منوتو

حسام در باره رویکرد و مراحل فرهنگ‌سازی شبکه منوتو گفت: «در مرحله اول، یک تماشاچی را تبدیل به یک هنجار می‌کنند. یعنی کاری می‌کنند که دیگران موضوع برایمان ناهنجار نباشد. بالاگذشت زمان و حمایت از همان دانه ابتدایی، آن هنجار تبدیل به ارزش می‌شود. برای مثال ماجرای ازدواج با جنس مخالف از جایی به بعد، ناهنجاری تلقی نمی‌شود و یک هنجار شناخته می‌شود. به‌مرورزمان طرف حق طبیعی خودش می‌داند که با جنس مخالفش ارتباط بگیرد. تا جایی جزء ارزش‌ها قرار می‌گیرد که اگر کسی این کار را انجام ندهد، عقب‌مانده خطاب می‌شود. در این شرایط فرد از نظام ارزشی جامعه عقب می‌افتد.»

حریف قدر، آمادگی زیاد می‌طلبد

این حسام مواجهه صداوسیما با شبکه منوتو را شامل درو رویکرد دانست و گفت: «صداوسیما درو رویکرد می‌تواند داشته باشد. رویکردی که در حال حاضر بسیار استفاده می‌کند، رویکرد دلاکشی است. برای مثال گزارش‌های خبری که درواکنش به حرف مجریان این شبکه کار می‌شود. مثلا سالوموه یا ندا حاشیه‌ای را رقم زدند و بعد در مقابلش گزارش خبری کارمی‌کرد شود که نشان دهیم اینها آدم‌های بدی اند. این نوع فعالیت، برای هیچ‌کدام از سه مخاطبی که ما داریم مفید نیست. مخاطب نوع اول، عمدا منوتو را دنبال نمی‌بیند. مخاطب نوع دوم، صداوسیما نمی‌بیند. مخاطب نوع سوم هم بینابین است. شاید در ماهواره ببیند اما در فضای مجازی این شبکه‌ها را دنبال می‌کند. در مواجهه با نوع سوم مخاطب، رویکرد واکنشی و منفعلانه هیچ کمکی نمی‌کند. برعکس باید رویکرد فعالانه اتخاذ کرد. در رویکرد فعالانه منتظر اتفاق نمی‌مانی و قبل از آنکه آنها با در این عرصه بگذارند، با برنامه‌های موفقی که داری شروع به نقد محتوای آنها می‌کنی، یعنی باد زهرش را تولید می‌کنی و واکنشش را به مردم می‌زنی تا در مقابل آنها دیگر اثربخشی نداشته باشد. البته این کار سختی است و نیازبه اتاق فکر و جلسات اندیشه‌ورزی دارد.»

او با اشاره به حرف‌های بودن رسانه منوتو گفت: «نکته خیلی مهم این است که درمقابل شفاف‌سازی‌های حرفه‌ای درحال فعالیت‌است. ماهم درمقابل باید فرد با حرفه‌ای داشته باشیم. چون شما یا یک شبکه حرفه‌ای درحال رقابتید، باید رفتار حرفه‌ای داشته باشید. منظور از حرفه‌ای این است که محتویات را که دوپیچ شده تحویل مخاطب بدهی. شبکه منوتو محتوایش را در قالب زیرمتن ارائه می‌دهد، نه در قالب متن، یعنی در دیل سرگرمی. حرف و هدف اصلی‌اش را می‌زند. برای مثال وقتی سالومه می‌خواهد تبلیغ نگهداری از حیوان خانگی را به مخاطب نشان دهد، هیچ وقت نمی‌آید به‌صورت مستقیم بگوید که مردم در خانه‌هایتان ازسگ استفاده کنید. من چقدرتربیتی (نام سگش را دوست دارم. درمقابل باستفاده از زیمتن به هدف خان می‌رسند. برای مثال وقتی سگش می‌میرد فوج‌پهلوی ابرازنارحتی می‌کند. درمرحله دوم در قالب‌های طراحی هم این شبکه قوی عمل می‌کند. منوتو یکی از موفق‌ترین شبکه‌ها در عرصه برنامه‌سازی حساب می‌شود. رنگ ولعاب دکور برنامه‌ها شبکه منظم و باصطلاح ساخته است. لزوما نیازی هم به دکوراهای بزرگ نیست و اتفاقا با رنگ و الحان های ساده هم می‌تواند تأثیر زیادی بگذارد. در این نوع دکور، هر محتوایی نشان داده شود، مخاطب آن را می‌پسندد و تحت‌تأثیر شکل قرار می‌گیرد. درمقابل وقتی فرمی ضعیف و بی‌کیفیت باشد، مخاطب آن را پس می‌زند.»

شوآف جدید مدیران منوتو

درخلاصه جدیدی که از طرف سازندگان این شبکه منتشر شد، خریداشتراک توسط ایرانی‌های خارج از کشور را مهم‌تر معرفی کرده‌اند. امین حسام در این باره گفت: «نظم شبکه منوتو قطعا یک استاسیر جدید پیدا کرده است. کیوان و مرجان عباسی ایرانی‌های متمولند. به نظر قطعا جذب منوتو با حمایت مستقیم مهم‌نیست. ما جلوه می‌دهیم و هدف مان نشان‌دادن هم فرهنگ ایران است؛ چراکه اگر فرهنگ ایران صدمه‌ای بخورد، طبیعتا سیاست و اقتصاد ایران هم دچار آسیب می‌شود.»

محمدامین حسام، پژوهشگر رسانه در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

منوتو به دنبال بازگشت به دوران قبل از ۹۸ است

مریم قضائلی
خبرنگار گروه فرهنگ

۱۱ بهمن ماه، آخرین روزی بود که شبکه منوتو پخش شد. از آن زمان پرونده شبکه منوتو بسته شد تا روز گذشته که دوباره خبر بازگشت‌شان را اعلام کردند. این شبکه از اکتبر سال ۲۰۱۰ توسط کیوان و مرجان عباسی تأسیس شد. در ۱۲ آبان سال گذشته، منوتو در بیانیه اعلام کرد: «تداوم بی‌ثباتی سیاسی و نابسامانی اقتصادی در منطقه، ادامه این مدل تلویزیون تجاری را ناممکن کرد و ما را زدیک، گسترش و درآمدزایی در این صنعت در حال تحول ناتوان ساخت؛ حالا به بهانه بازگشت شبکه تلویزیونی منوتو، با محمدامین حسام، فعال رسانه‌ای گفت‌وگو کردیم. در این گفت‌وگو از روند تعطیل شدن و بازگشت این شبکه گفتیم و عملکردی را بررسی کردیم که این شبکه در حوزه سرگرمی داشته است.

محمدامین حسام، در ابتدای گفت‌وگو اشاره‌ای به شروع به کار این شبکه داشت و گفت: «برند شبکه منوتو، از همان ابتدا که با هدف تحت‌تأثیر قرار دادن فرهنگ و سبک زندگی مردم به وجود آمد، طی ۱۳ سال فعالیت، این چهارمین برندی است که کیوان و مرجان عباسی بعد از اعلام تعطیلی شبکه شان دوباره برمی‌گردند. به نوعی هیچ‌وقت دکان‌شان بسته نشده است! یک بار سال ۹۰ بود که از بیانیه نهایتا منجر به تعطیلی کانال دوم منوتو شد و کانال یک آن با قوت به کار خودش ادامه داد. بار دوم هم سال ۹۵ بود که با ارائه بیانیه‌ای به پایان موضوع اعلام شد. یک بازی برای مظلوم‌نمایی و جذب سرمایه بیشتر با شاید رسیدن به بنگ و بازگشت از آرایش سیاسی به آرایش قبل از سال ۹۷ خود که مدیریت صداوسیمایی بر فرهنگ و سبک زندگی بود. شبکه منوتو در اوایل کار، تندروی‌هایی داشت؛ مخصوصا این تندروی‌ها از جانب شبکه منوتو ۲ بیشتر بود، برای مثال مستقیم فرهنگ ایرانی را نشانه رفته بود و چون مستقیم و بدون واسطه و به‌صورت کوتاه‌مدت فرهنگ ایرانی را می‌زد، توسط مخاطب پس زده شد. درهمان سال ۹۰، کیوان و مرجان عباسی طی بیانیه‌ای تعطیلی کانال دوم منوتو را اعلام کردند. اما شبکه منوتو یک باتغییر استراتژی و تعریف میان‌مدت و بلندمدت با قوت به کار خودش ادامه داد. مدیران شبکه منوتو رویکردی کوتاه‌مدت ندارند و حتی حاضرند هشت ماه فعالیت نکنند، اما مجدد شبکه شان را بالا بیاورند. یعنی مدیریت رسانه‌ای مبتنی بر سیاست‌های کوتاه‌مدت نیست و مبتنی بر سیاست‌های میان‌مدت و بلندمدت مشخص می‌شود.»

حسام با بیان اینکه تغییر فرهنگ و سبک زندگی افراد را تغییر یک شبه نمی‌داند، گفت: «فرهنگ آمریزی این شکلی نیست که مایک برنامه‌آشپزی «به خانه برمی‌گردیم» تغییر پیدا کند. طی فرایند بلندمدت و توسط چند برنامه همسو، رسانه می‌تواند تأثیرش را روی سبک زندگی آدم‌ها بگذارد. منوتو هم استراتژی فرهنگی‌اش را دقیقا بر همین مدل بنا کرد. این شبکه با محوریت سرگرمی فعالیت می‌کند. منتها در ذیل سرگرمی زیر متنش یک زندگی آدم‌هاست. پیش می‌برد. این شبکه یک سری الگوهای سبک زندگی، جامعه شناختی و مردم‌شناختی را مد نظر خودش قرار داده و طبق آنها فرایند کرد. این، خیلی شبیه شد کن باشد. اما طبق گفته امیرالمؤمنین(ع) ما باید از دشمن مان هم که شده یاد بگیریم. چه بخواهیم چه نخواهیم «منوتو در عرصه جاانداختن سبک زندگی حیوان خانگی و زندگی با پت موفق بود. یعنی توانست مخاطب هدف‌اش را تحت‌تأثیر قرار بدهد.» مقایسه آلان به نسبت ۱ سال گذشته هم می‌تواند شاهد مثال این موضوع باشد. در دیگر موضوعات هم توانسته تأثیری را که می‌خواهد بگذارد. در حوزه‌های فرهنگی یا برنامه‌های مثل «تونل زمان» توانست با استفاده از نوستالژی منطقی را که می‌خواست جا بیندازاند. در موضوعات دیگر مانند پوشش و حجاب و کنار گذاشتن دین از سیاست هم با محوریت سرگرمی و فرم‌های دقیق تلویزیونی توانست به خواسته‌هایش نزدیک شود.» حسام جلب توجه را دلیل چهار بار تعطیل شدن این شبکه اعلام کرد و گفت: «هر بار که این شبکه تعطیل شده است، به‌دنبال جذب اسپانسر بوده. آخرین بار که اعلام تعطیلی کرد، موقع خدا حافظی کیوان و مرجان عباسی یک ویست سه روزه برگزار کردند، ۲۴ ساعت برنامه زنده داشتند و تقریبا دو هفته هم روی استریم و اینستاگرام برنامه داشتند. بازخورد های مخاطبان بعد از اعلام تعطیلی این پیوکه می‌گفتند منوتو برگرد ما حمایت می‌کنیم. الان هم بعد از حدود هشت ماه برگشتند.»

سرگرمی؛ کلید موفقیت منوتو

محمدامین حسام درباره بزرگ‌ترین اشتباه این شبکه گفت: «منوتو از آبان سال ۹۸ سیاست را وارد برنامه‌های خودش کرد. در ماجرای مهسا امینی هم این اشتباه به اوج خودش رسید؛ چراکه سیاست دشمنی و کینه‌توزی علیه ایران یا خلی لخت و عریان به منصه ظهور مخاطب گذاشت. زمانی که خواستار تحریم و جنگ علیه ایران شد. همین مخاطبان داخل ایران را از این شبکه دُسرد کرد. به نظر می‌رسد منوتو به دنبال بازگشت به دوران قبل از ۹۸ است، یعنی تبدیل شدن به یک شبکه سرگرمی محور و بیش بردن خواسته‌هایشان در قالب سرگرمی. چون اکثر مخاطب ما تشنه سرگرمی است و مادر تلویزیون هیچ برنامه سرگرمی محور پرمخاطبی نداریم. نیاز به درقبل مدیریتی و منطقی که سازمان صداوسیما دارد، تا برنامه‌های سرگرمی محورش بسیار کم شده. مخاطبی که به دنبال سرگرمی است، تنها دو راه دارد؛ یک: از طریق شبکه نمایش خانگی و دو: از طریق ماهواره. شبکه نمایش خانگی که در حال حاضر پررقد، درت فعالیت می‌کند اما جای خالی برنامه سرگرمی محور فارسی روی آنتن ماهواره به‌شدت احساس می‌شود. هیچ‌کدام از شبکه‌های جقی‌تی‌وی، بی‌بی‌سی فارسی و حتی ایران اینترنشنال نتوانستند مخاطب را در عرصه سرگرمی راضی نگه دارند؛ چراکه اساسا هیچ‌کدام از این شبکه‌ها با کاربرد سرگرمی فعالیت نکرده‌اند.»

وی پیش‌بینی اش از بازگشت شبکه منوتو را این‌گونه بیان کرد: «منوتو احتمالا با برنامه‌های سرگرمی‌محور، خوش رنگ‌ولعاب و درست وحسابی در عرصه‌های فرمی سرگرمی‌سازی برمی‌گردد و رویکردهای سیاسی‌اش را کم می‌کند. به‌نوعی به زمان قبل از سال ۹۸ بازمی‌گردد و به‌صورت خیلی جدی‌تر مردمی‌تر دست زدن خطوط قرمز اجتماعی، فرهنگی و دینی ما می‌گذارد. پیش‌بینی من این است که در دوراهی بحث اش جی‌بی‌تی کیوا یا هجستین گرایلی (مطرح می‌کند و طی یک پلن پنج‌ساله برای مخاطبش جایی اندازد.» محمدامین حسام با اشاره به سه الگوی نظریه‌های رسانه‌ای گفت: «نظریه‌های رسانه‌ای در رویکرد کوتاه‌مدت و بلندمدت داریم. ذیل هرکدام اینها نظریه‌های مختلفی مطرح شده است. برای مثال نظریه گلوله یا تزریقی جزء کوتاه‌مدت حساب می‌شود. در این نظریه‌ها رسانه فکر می‌کند هر آنچه به خورد مخاطب بدهد، تأثیرش را می‌گذارد. درحالی‌که در نظریه‌های بلندمدت مانند کاشت گورباچف یا ماسحاکم، ما خلاف این را می‌بینیم. در نظریه کاشت، گورباچف معتقد است با کاشت یک دانه در زهن مخاطب و مراقبت از آن، این دانه به‌مرور بزرگ می‌شود و ریشه می‌دهد. مخاطب منوچه کاشت و رشد این دانه نشد؛ چراکه برنامه‌های دیگر آن دانه را احاطه کرده است. به مرور زمان، این دانه تبدیل به یک درخت تنومند شده که دیگر نمی‌توان آن را به‌راحتی قطع کرد. البته درکنار این دو نظریه، ما رویکردی هم داریم که اساسا معتقد است رسانه تأثیری ندارد و نهایتا برای یک قشر یا تفکرات خاص در عرایان‌ترین حالت ممکن تولید محتوا می‌کند.» وی درباره پیش‌بینی پنج سال آینده گفت: «این پنج سال را براساس تجربه می‌گویم. جامعه ایران به لحاظ انعطافی سخت فرهنگ است. ما هستیم محکمی داریم که باعث می‌شود مخاطب مقاومت داشته باشد. باید با مخاطب بازی کرد تا با رسانه همراه شود. عمده برنامه‌هایی که در تلویزیون موفق و تأثیرگذار بودند، قدمتی سه‌ساله یا بالا داشتند. برنامه‌هایی مثل دوره‌هی ۵۷۶ قسمت، خنداوله ۸۸۰ قسمت و ۹۰ و ۱۲ فصل از برنامه‌های موفق حساب می‌شوند. به خاطر همین معمولا هیچ برنامه کوتاه‌مدتی را پیدا نمی‌کنید که تأثیری روی سبک زندگی آدم‌ها گذاشته باشد. حتی برنامه «آشپزی با گلریز» بعد از پنج سال توانست روی مدل آشپزی زنان اثر بگذارد.»

راه و روش منوتو

حسام درباره رویکرد و مراحل فرهنگ‌سازی شبکه منوتو گفت: «در مرحله اول، یک تماشاچی را تبدیل به یک هنجار می‌کنند. یعنی کاری می‌کنند که دیگران موضوع برایمان ناهنجار نباشد. بالاگذشت زمان و حمایت از همان دانه ابتدایی، آن هنجار تبدیل به ارزش می‌شود. برای مثال ماجرای ازدواج با جنس مخالف از جایی به بعد، ناهنجاری تلقی نمی‌شود و یک هنجار شناخته می‌شود. به‌مرورزمان طرف حق طبیعی خودش می‌داند که با جنس مخالفش ارتباط بگیرد. تا جایی جزء ارزش‌ها قرار می‌گیرد که اگر کسی این کار را انجام ندهد، عقب‌مانده خطاب می‌شود. در این شرایط فرد از نظام ارزشی جامعه عقب می‌افتد.»

حریف قدر، آمادگی زیاد می‌طلبد

این حسام مواجهه صداوسیما با شبکه منوتو را شامل درو رویکرد دانست و گفت: «صداوسیما درو رویکرد می‌تواند داشته باشد. رویکردی که در حال حاضر بسیار استفاده می‌کند، رویکرد دلاکشی است. برای مثال گزارش‌های خبری که درواکنش به حرف مجریان این شبکه کار می‌شود. مثلا سالوموه یا ندا حاشیه‌ای را رقم زدند و بعد در مقابلش گزارش خبری کارمی‌کرد شود که نشان دهیم اینها آدم‌های بدی اند. این نوع فعالیت، برای هیچ‌کدام از سه مخاطبی که ما داریم مفید نیست. مخاطب نوع اول، عمدا منوتو را نمی‌بیند. مخاطب نوع دوم، صداوسیما نمی‌بیند. مخاطب نوع سوم هم بیناین است. شاید در ماهواره ببیند اما در فضای مجازی این شبکه‌ها را دنبال می‌کند. در مواجهه با نوع سوم مخاطب، رویکرد واکنشی و منفعلانه هیچ کمکی نمی‌کند. برعکس باید رویکرد فعالانه اتخاذ کرد. در رویکرد فعالانه منتظر اتفاق نمی‌مانی و قبل از آنکه آنها با در این عرصه بگذارند، با برنامه‌های موفقی که داری شروع به نقد محتوای آنها می‌کنی، یعنی باد زهرش را تولید می‌کنی و واکنشش را به مردم می‌زنی تا در مقابل آنها دیگر اثربخشی نداشته باشد. البته این کار سختی است و نیازبه اتاق فکر و جلسات اندیشه‌ورزی دارد.»

او با اشاره به حرف‌های بودن رسانه منوتو گفت: «نکته خیلی مهم این است که درمقابل شفاف‌سازی‌های حرفه‌ای درحال فعالیت‌است. ماهم درمقابل باید فرد با حرفه‌ای داشته باشیم. چون شما یا یک شبکه حرفه‌ای درحال رقابتید، باید رفتار حرفه‌ای داشته باشید. منظور از حرفه‌ای این است که محتویات را که دوپیچ شده تحویل مخاطب بدهی. شبکه منوتو محتوایش را در قالب زیرمتن ارائه می‌دهد، نه در قالب متن، یعنی در ذیل سرگرمی. حرف و هدف اصلی‌اش را می‌زند. برای مثال وقتی سالومه می‌خواهد تبلیغ نگهداری از حیوان خانگی را به مخاطب نشان دهد، هیچ‌وقت نمی‌آید به‌صورت مستقیم بگوید که مردم در خانه‌هایتان ازسگ استفاده کنید. من چقدرتربیتی (نام سگش را دوست دارم. درمقابل باستفاده از زیمتن به هدف‌خان می‌رسند. برای مثال وقتی سگش می‌میرد فوج‌پهلوی ابرازنارحتی می‌کند. درمرحله دوم در قالب‌های طراحی هم این شبکه قوی عمل می‌کند. منوتو یکی از موفق‌ترین شبکه‌ها در عرصه برنامه‌سازی حساب می‌شود. رنگ ولعاب دکور برنامه‌ها شبکه منظم و باصطلاح ساخته است. لزوما نیازی هم به دکوراهای بزرگ نیست و اتفاقا با رنگ و الحان های ساده هم می‌تواند تأثیر زیادی بگذارد. در این نوع دکور، هر محتوایی نشان داده شود، مخاطب آن را می‌پسندد و تحت‌تأثیر شکل قرار می‌گیرد. درمقابل وقتی فرمی ضعیف و بی‌کیفیت باشد، مخاطب آن را پس می‌زند.»

شوآف جدید مدیران منوتو

درخلاصه جدیدی که از طرف سازندگان این شبکه منتشر شد، خریداشتراک توسط ایرانی‌های خارج از کشور را مهم‌تر معرفی کرده‌اند. امین حسام در این باره گفت: «نظم شبکه منوتو قطعا یک استاسیر جدید پیدا کرده است. کیوان و مرجان عباسی ایرانی‌های متمولند. به نظر قطعا جذب منوتو با حمایت مستقیم مهم‌نیست. ما جلوه می‌دهیم و هدف مان نشان‌دادن هم فرهنگ ایران است؛ چراکه اگر فرهنگ ایران صدمه‌ای بخورد، طبیعتا سیاست و اقتصاد ایران هم دچار آسیب می‌شود.»

فرهیختگان
فرهنگ

اکبر نصراللهی، رئیس دانشکدگان جامعه و رسانه دانشگاه آزاد در گفت‌وگو با «فرهیختگان»:

احساس نیاز صهیونیست‌ها و بازگشت دوباره منوتو

کیانا تصدیق مقدم
خبرنگار گروه فرهنگ

صبح روز گذشته سازندگان «منوتو» در بیانیه‌ای از بازگشت متفاوت این شبکه ماهواره‌ای خبر دادند و اعلام کردند برنامه‌هایشان برای مردم ایران رایگان است اما خارج‌نشینان ملزم به خرید اشتراکند. اعلام این خبر بیشتر بیانگر آن است که مدیران این شبکه سرمایه‌گذار جدید پیدا کرده‌اند و می‌خواهند با راه‌انداختن این شوآف زیر سایه دریافت حق اشتراک از مخاطبان، به کارشان ادامه دهند. به همین بهانه سراغ اکبر نصراللهی، رئیس دانشکدگان جامعه و رسانه دانشگاه آزاد رفتیم و با او در این‌باره صحبت کردیم.

نصراللهی در ابتدا به دلایل تعطیلی این شبکه اشاره کرد و گفت: «۱۱ بهمن ۱۴۰۲ بود که شبکه منوتو بعد از حدود ۱۲ سال اعلام کرد دیگر نمی‌تواند به کارش ادامه دهد و الان بعد از گذشت کمتر از یک سال، اعلام می‌شود که قرار است دوباره شروع به کار کنند. البته این شروع کار به‌صورت آزمایشی است آن هم با یک تغییر؛ برنامه‌ها در ایران رایگان است و خارج‌نشینان باید اشتراک پرداخت کنند. این افراد با مطرح کردن این موضوع می‌خواهند بار دیگر تکرار کنند منوتو به دلیل مشکل بودجه تعطیل شد و الان با گرفتن حق اشتراک می‌خواهند بودجه‌شان را تأمین کنند. درصورتی‌که این آدرس غلط دادن است؛ تولید برنامه تلویزیونی کار پرهزینه‌ای است و این‌گونه نیست که شبکه تلویزیونی منوتو بتواند با گرفتن حق اشتراک برنامه تولید کند.» او با تأکید بر اینکه این شبکه احتمالا سرمایه‌گذار جدید پیدا کرده است، گفت: «به نظر می‌رسد مدیران این شبکه منابع جدید مالی پیدا کرده‌اند یا از طرف اسرائیل، آمریکا و انگلیس وعده‌های کمک مالی بیشتری به آنها پیشنهاد شده است. یک احتمال دیگر هم وجود دارد که به کارفرما تعهد داده‌اند این بار با رعایت ملاحظات و دقت بیشتری برای رسیدن به اهداف شان تلاش کنند.»

فعالیت سیاسی همراه با چاشنی سرگرمی

نصراللهی با اشاره به این موضوع که شبکه منوتو تاسیس شد تا در قالب برنامه‌های سرگرم‌کننده اهداف سیاسی‌اش را پیش ببرد، گفت: «۱۴ سال پیش که شبکه منوتو شروع به کار کرد، قصد داشت با پخش برنامه‌های سرگرم‌کننده سبک زندگی مخاطبانش را تغییر دهد. آکادمی موسیقی، بفرمایید شام و شعر بادات نره نمونه‌هایی از این برنامه‌هاست که اهداف سیاسی‌شان را به شکل حرفه‌ای پیگیری می‌کردند و در دل یک برنامه طنز پیام می‌دادند.» او با تاکید بر اینکه منوتو دو مأموریت اصلی دارد، گفت: «اولین مأموریت این شبکه، تظهیر رژیم پهلوی است که این کار را با پخش مستندات مختلف انجام می‌داد و مأموریت دیگرش کمک‌رسانی به سرنگونی نظام جمهوری اسلامی ایران به‌زعم خودشان است. به همین دلیل است بعد از اعتراضات و اغتشاشات پاییز ۱۴۰۱ که آنها موفق نشدند مأموریت‌شان را درست انجام دهند، کارفرمایانش تصمیم گرفتند شبکه‌ای را که تاکنون آمدنی‌اش در مقابله با ایران، علاوه بر اغتشاشات سال‌های ۸۸ و ۹۶، در سال ۱۴۰۱ هم ثابت شده است، تعطیل کنند.»

سرمایه از اسرائیل، جنگ روانی از منوتو

نصراللهی درباره بازگشت این شبکه بعد از هشت ماه تعطیلی گفت: «با توجه به اقدامات اخیر رژیم صهیونیستی و شرارت‌هایی که در منطقه دارد، فرصت مناسبی برای گردانندگان این شبکه پیش آمده تا دوباره و در ساختار دیگری به کارشان ادامه دهند. درواقع به نظر می‌رسد قرار دارند با وعده‌ها و پول‌های پیشنهادی، باز دیگر شانس‌شان را امتحان کنند و در اتاق جنگ روانی رژیم صهیونیست تولید برنامه داشته باشند. علتش هم این است که گمان می‌کنند می‌توانند در این شرایط متزلزل وقوع شوند و شاید هم رژیم صهیونیستی احساس نیاز کرده و به این شبکه پول بیشتری وعده داده است تا در این شرایط سخت، آن را فعال کند.»

او در ادامه با اشاره به این موضوع که دلیل تعطیلی این شبکه کمبود بودجه نبوده است، گفت: «زمانی که شبکه منوتو تعطیل شد، افراد مختلفی از گردانندگان این شبکه اعلام کردند مشکل مالی علت تعطیلی نیست، چون منوتو شبکه خصوصی نبود که پولش را از طریق آگهی یا حق اشتراک دریافت کند. اینها همیشه پول‌شان را از کارفرمایان خود یعنی اسرائیلی‌ها، آمریکایی‌ها و انگلیسی‌ها دریافت می‌کردند. اگر در افکار عمومی ایران دروغ‌هایشان مشخص نمی‌شد، همچنان ادامه کار می‌دادند. کیوان عباسی که از مدیران ارشد این شبکه است یک جایی به‌صراحت اعتراف کرد که سالی ۲۰ میلیون پهلو هزینه این شبکه است. واقعا سوال پیش می‌آید ۲۰ میلیون پهلو که با بودجه برخی کشورها برابری می‌کند از کجا تأمین می‌شود، مثلا انگلیس عاشق چشم و ابروی ایرانی‌هاست که حمایت کند که ما سرگرم شویم؟ مشخص است که پشت این کارها اهداف سیاسی دارد.»

رضا پهلوی؛ اسپانسر منوتو؟

نصراللهی با اشاره به خبر همکاری رضا پهلوی و کیوان عباسی گفت: «محمد منظورپور که در شبکه اینترنشنال کار می‌کرد، گفته بود کیوان عباسی قرار است یک شرکت رسانه‌ای متعلق به رضا پهلوی را در لس‌آنجلس راه‌اندازی کند. الان رضا پهلوی کجاست؟ در اسرائیل! به همین دلیل است که می‌گویم به نظر می‌رسد در این شرایط جنگی که رژیم صهیونیستی با گروه مقاومت در جبهه‌های متفاوت درگیر است، نیاز دیدند منوتو را با تزریق پول بیشتری احیا کنند. منوتو ثابت کرده در دروغگویی و در برخورد احساسی و رو بازی کردن و اقدامات رسانه‌ای انتحاری، گوی سبقت را از رسانه‌های دیگر فارسی‌زبان ربوده است.»

او درباره تأمین بودجه این شبکه گفت: «به نظر می‌رسد یک منبع مالی یا عزم سیاسی جدی پشت راه‌اندازی مجدد منوتو وجود دارد که فکر می‌کنند مردم دروغ‌های این شبکه را فراموش کرده‌اند یا وابستگی به بهانیان و سلطنت‌طلبان را یادشان رفته و مجدد می‌خواهند شانس خودشان را آزمایش کنند.»

وقتی رسانه‌های داخلی بازدارنده نیستند

اکبر نصراللهی همچنین با اشاره به کمبود سرگرمی در رسانه‌های داخلی و خلأ پوشش اخبار گفت: «آنچه باعث شده برخی شبکه‌های معارض مثل بی‌بی‌سی، منوتو، ایران‌اینترنشنال یا حتی برخی کانال‌ها و پیج‌های شبکه‌های مجازی اثرگذار شوند، ضعف رسانه‌های داخلی است نه برنامه‌هایی که آنها تولید می‌کنند. مردم در این شرایط سخت به‌دنبال نیاز به سرگرمی دارند. آنها بعد از کار سخت روزانه و مشکلات اقتصادی دوست دارند وقت‌شان را پای تلویزیون و سایر رسانه‌ها بگذرانند و سرگرم شوند. اما به دلایل مختلف به این نیاز پاسخ داده نمی‌شود. در بحث خبر هم همین‌طور است. شبکه منوتو برنامه شویز، اخبار خبر و گزارشگر را آماده کرد و باید بپذیریم نوآوری داشت. زمانی درباره همین موضوع مطلبی نوشتم که در آن اشاره کردم منوتو از بی‌بی‌سی خطرناک‌تر است، چون با اشراف به نیاز مردم به سرگرمی همراه اهداف سیاسی‌اش را پیش می‌برد یا در جایی دیگر وقتی رسانه‌های رسم