

# اهمیت فرهنگ مردم و رسالت‌مندی رسانه‌ها

سهراب مظاهری<sup>1</sup>

## چکیده

رسانه‌ها با اهدافی بسیار مهم در قلمرو تربیت، آموزش، اطلاع‌رسانی، سرگرمی و... در خدمت مردم هستند. بنابراین باید برای بیان هویت، تاریخ، فرهنگ، باور، ارزش‌ها، بیداردلی‌ها و هم‌نوابی‌های مردم تلاش کنند. رسانه‌ها با برنامه‌ریزی‌های علمی و عمیق در این رهگذر معنوی، می‌توانند در تعاملی پویا و مفید با مخاطبان واقع شوند و پرداختن به موارد ملی، دینی و مصادیق ارزشی و معنوی در مجموعه ادبیات شفاهی در دستور کار برنامه‌سازی قرار گیرد و هر آنچه را که محکم، متقن، مؤثر و صاحب کارکردهای مادی و معنوی است مورد پرداخت‌های هنرمندانه واقع گردد. در این مقاله بر اهمیت فرهنگ مردم و رسالت‌مندی رسانه‌ها تأکید شده است.

**کلیدواژه‌ها:** رسانه، مستندسازی، رسالت رسانه، پویانمایی، برنامه فرهنگی

## مقدمه

فرهنگ مردم (folklore) یا دانش عامیانه، بر همه ابعاد زندگی انسان، اشراف دارد؛ با شمولیتی اعجاب‌انگیز بر باورها و عقاید، خلق و خو و عادات، هنجارها و عرفیات و آداب و رسوم و هر آنچه که به ذوق و هنر و خرد انسانی مرتبط است. این معنای گسترده چنان است که از پیشگویی‌ها در باب دختر یا پسر بودن نوزاد تا تولد و تمامی مراحل و آداب و ادعیه و لالایی‌های دلنواز مادر برای تداوم ارتباط با فرزند و انتقال ارزش‌ها را شامل می‌شود و از این رهگذر، قصه‌ها، متل‌ها، ترانه‌ها را در بردارد و از فراز حماسه و عشق و ایثار می‌گذرد؛ حیطة مقدس پند و اندرز و حکمت را درمی‌نوردد و در عین حال که محوریت زبان، کلام، گویش، تعارف، احترام و کرامت را پاس می‌دارد، با قسم‌ها و سوگندها و نیایش‌ها به اعماق معنوی جامعه انسانی راه می‌یابد و گسترده‌تر تا شناسه‌های مکان و زمان، گاهشماری، نجوم، هواشناسی و طبابت را فرا می‌گیرد و از ضرورت‌ها و تقدسات خاص گیاه و سنگ و آب و آبیاری تا کشت و زرع، دام و تجارت و صناعت را شامل می‌شود. به عبارت دیگر، فرهنگ مردم، همه چیز یک حیات اجتماعی است، به گونه‌ای که زبانه‌های جستاری آن حیطة‌های هنر و هنرشناسی، اخلاق و کرامات انسانی، ویژگی‌های انسان در ابعاد فردی و روانشناسی جمعی و جامعه‌شناسی، فلسفه و اندیشه و مذهب و یکتاپرستی را فرا می‌گیرد و درواقع احاطه و محافظتی بر فرهنگ در هر دو قلمرو مادی و معنوی<sup>۱</sup> آن است. روشن است که انسان در گذر زمان با فرهنگ خود زندگی کرده و آگاهانه به ضرورت تداوم حیات و آبادانی‌اش، متن و روح فرهنگ خود را رقم زده و با آن هویت خود را معنا کرده و صمیمانه بدان عشق ورزیده است.

برای بازشناسی این ملاک ممتاز معرفت و هویت ملی، به طور پراکنده، تلاش‌های شایسته‌ای برای گردآوری و تدوین عناصر فرهنگ عامه در مناطق مختلف ایران صورت گرفته و مجموعه‌های گرانقدری فراهم آمده که هر یک، اگرچه مجمل، محدود به

حوزه‌های جغرافیایی خاص یا ناتمام مانده‌اند، اما هریک به نوبه خود، در مقام گردآوری و حفاظت فرهنگ مردم، جایگاه ارزشمندی دارند. تمامی تلاشگران این حوزه به حق شایسته احترام هستند؛ زیرا آنان علاوه بر علاقه‌مندی و عشق فردی به جلوه‌های ارزشی فرهنگ خودی، در واقع در حد توان خویش در برابر دشمنی‌های آگاهانه و ستیزه‌گری‌های پلید علیه فرهنگ ایران زمین مقاومت کرده‌اند. اندیشمندانی همچون مولانا جلال‌الدین، سعدی شیرازی و ناصر خسرو و... که در هر قلمرو مادی و معنوی فرهنگ، کوشیده‌اند با مهارتی شگرف، در متن و بطن مکتوب‌های منظوم و مثنوی، از بدیهی‌ترین جنبه‌های ارزش فرهنگ عامه و زندگی معمول مردمان بهره گرفته و حکمت‌های گرانبه‌ای را همچون مرواریدهایی درخشان به یادگار گذاشته‌اند. قصه‌ها، ضرب‌المثل‌ها، حکمت‌ها و لطیفه‌های عامیانه، قصد تذکر این نکته گرانبه‌ای را داشته‌اند که چگونه تداوم حیات انسانی منوط به سلامت اندیشه و رفتار است و اینکه چگونه باورها و اعتقادات مذهبی در تمامی ظرایف فرهنگ عامه جلوه دارند و مانند سرشتی ماندگار در برابر هر گونه کژی و انحراف پایداری می‌کنند.

درواقع آگاهان به ماهیت و هویت فرهنگ عامه دریافته بودند که دشمنان در تمامی مقاطع تاریخی و تاکنون از ارزش‌های نهفته در فرهنگ مردم هراس داشته‌اند و حقیقت آن است که واهمه دشمنان از حضور ناب ارزش‌هایی مانند رادمردی و پهلوانی، پایداری، ابتکار، احترام، تقدسات، باورها، اصالت خواهی، ایمان، ایثار و غیره بوده که نمودهای مشخص و درخشان فرهنگ عامه ایران است. آنان دریافته بودند که در پس زمینه‌های رسوم و رفتارهای جمعی فولکلور و در بن‌بند مراسم و مناسک ساده مردم، روح همبستگی، وفاق اجتماعی، یگانگی و دلجویی، مقاومت و سلحشوری موج می‌زند.

گروه دیگری هم با احتیاط‌های افراطی در مهجور ساختن فرهنگ مردم می‌کوشیدند. اینان بی‌هیچ پرداخت تحلیلی و موشکافانه، با انگشت گذاشتن بر عناصر خرافی در فرهنگ عامه، مجموعه شایسته‌ای را یکجا مطرود می‌دانستند و حتی ساده‌اندیشانه، تقرب به وادی فرهنگ مردم و مفاهیم فولکلور را دون شأن و منزلت فرهنگی و علمی خود می‌دانستند و باورشان آن بود که برخورد عالمانه با فرهنگ مردم

و معرفی جنبه‌های غیرعلمی آن ارزشمند نیست، در حالی که، نگاه استدلالی، برخورد منطقی آکادمیک و ضرورت پژوهش متدولوژیک در فرهنگ‌ها، ایجاب می‌کند که متعاقب طبقه‌بندی موضوعی و مفهومی فرهنگ عامه، به جای منکوب کردن هراس آمیز یکباره کلیت آن، دست به تفکیکی روشنگرانه بزنیم. انصافاً باید استدلال کرد که چگونه می‌توان شفافیت و ارجمندی یک قصه زیبای عامیانه را، یا زمزمه دلنواز مادر را در هیأت لالایی برای فرزند، یا رسم مقدس احترام به اولیای عروس و اولیای داماد یا حکمت نهفته در یک ضرب‌المثل را با جنبه‌های حقیر از خرافات، یکجا و همزمان، مخلوط کرد و مطرود دانست؟ در حالی که، قصه‌های عامیانه، سلسله معانی پربهایی هستند که چونان مرواریدهای درخشان، به همان رسم شایسته مردمی یعنی امانت‌داری، سینه به سینه آمده‌اند و رابطه‌های ارزشی را بین نسل‌های متوالی پاس داشته‌اند و گذشته از این، در میانه آنها می‌توان به روشنی، باورها، مقدسات، اسطوره‌ها، اخلاقیات و شیوه‌های اندیشه و رفتار آدمیان را به مشاهده نشست و با اهتمامی مسئولانه و احتجاجی علمی و قصه‌شناسانه، در تداوم راه و اصلاحشان کوشید.

چگونه می‌توان لالایی‌های مادران را که حکایت‌گر روح معنوی و دیدگاه‌های خالص آنان به زمان و مکان و حیاتشان است، نادیده انگاشت و فراموش کرد که چگونه مادران پیشین با زمزمه‌ها و لالایی‌های صادقانه‌شان، با کودکان خود ارتباط معنوی برقرار می‌کرده‌اند و زمزمه‌های آهنگین آنها، عزتمندی مادر و محبت معنوی او را ضمانت می‌بخشید.

واقعیت آن است که پژوهش در فرهنگ مردم یک ضرورت محرز علمی و فرهنگی در هر جامعه‌ای است و ترانه‌ها، اشعار، چیستان‌ها، ضرب‌المثل‌ها، تمثیل و مثل، روایات مذهبی، دعاها و سوگندها، قصه‌های بزرگان، کودکان، حیوانات و گیاهان، مثل‌ها، ترانه‌های کار، لطیفه‌ها و غیره در گستره عظیم و بی‌منتهای ادبیات شفاهی ایران، هر یک حوزه‌های تحقیقی و تحلیلی خاص خود را از منظر مکاتب علمی مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و روانشناسی و ادبیات می‌طلبند.

این حوزه‌های متعدد بررسی و پژوهش اینک در آکادمی‌های مردم‌شناسی و فولکلورشناسی جهان، باب‌های مفتوحی شده‌اند که نه تنها زمینه‌های بحث جدی در

مکاتب تفهیمی را رقم زده‌اند بلکه با ظرافت حتی به جنبه‌های خرافی فرهنگ عامه نیز پرداخته‌اند. مکتب «اتنومتدلوژی»<sup>۱</sup> یا روش‌شناسی مردمی به تحلیل بدیهی‌ترین رفتارها و گفتارهای ساده‌اندیشانه می‌پردازد و شیوه‌های زندگی عادی مردمی، محور بحث و تحلیل صاحب نظران این مکتب است.

به طور قطع فراتر از گفتار و رفتار معمول عامیانه، باید بر رسوم<sup>۲</sup> مختلف مردم به عنوان تجلی حرکت‌های معنادار جمعی تکیه کرد؛ رسوم مختلفی که خاص فصل‌های بهار، تابستان، پاییز و زمستان و همه اوقات زندگی انسانهاست و نیز بر جشن‌ها، اعیاد و مناسک مختلف که شادی و فرحبخشی را به عنوان ضرورت انکارناپذیر حیات اجتماعی انسان رقم می‌زنند. مراسم خاص مهمانی و مهمان‌نوازی، عروسی و بازی‌های متعدد نمایشی، متناسب با ویژگی‌های اجتماعی، تاریخی و اقلیمی هر منطقه ایران، خود زمینه‌های اصلی پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی و محتاج پرداخت‌های تحلیل‌گرانه و احیاگرانه هستند.

### کاستی‌های پرداخت رسانه‌ها

در دنیای ارتباطات و عصر انفجار اطلاعات، با ملاحظه جایگاه رسانه‌ها و حوزه‌های فرهنگی ملل مختلف باید رسالت جدی‌تری را برای رادیو، تلویزیون، سینما و تئاتر قائل شد و اساساً هر کانال انتقال پیام از صوتی، تصویری، رایانه، گالری و نمایشگاه‌ها در پرداختن به ظرایف فرهنگی، محتاج پشتوانه‌های پژوهشی هستند؛ آن هم پژوهش‌های کاربردی رسانه‌ای. بنابراین توجه به فرهنگ عامه به طریق اولی حساسیت بیشتری را می‌طلبد.

تاکنون قریب ۱۲۰ موضوع از فرهنگ مردم ایران همراه با صدها زیرمجموعه

- 
1. ethnomethodology
  2. costumes

موضوعی دیگر طبقه‌بندی و تفکیک شده است، اما اولویت در پرداختن به کدام موضوع و مفهوم است و اینکه پیام‌رسانان چگونه به ارزش‌های نهفته در فرهنگ مردم دست یابند؛ چگونه از معبر جستار علمی و مشاوره‌های کارشناسی بهره‌گیرند و چگونه قالب‌هایی را برای کدامین معنا در نظر آورند، خود باب مبحثی است که در ادامه کلام به آنها اشاره خواهد شد.

در ابتدا باید هشدار داد که عارضه کپی‌برداری از قالب‌های بیگانه و مفاهیم نامأنوس برای پر ساختن برنامه‌ها، نه تنها گام برداشتن در مسیر تفهم فرهنگی نیست، بلکه زمینه پرداخت‌های کارشناسانه و دلسوزانه را برای احیا و انعکاس تجلیات فرهنگ مردم، مخدوش می‌سازد.

بر بعضی از عناصر ضعیف در حوزه‌های پیام‌رسانی رسانه‌ها، امر چنان مشتبه شده است که ضبط برنامه‌ها و فیلم‌های ماهواره‌ای، بازنویسی و بازسازی تقلیدی آنها را فعالیت فرهنگی و رسانه‌ای قلمداد کرده و گاه جاهلانه استدلال می‌کنند که با دنیای نوین ارتباطات همگامی دارند.

به صراحت باید گفت که تقلید قالب‌ها و خصوصاً مفاهیم غربی و ایرانی کردن سبک‌سرانه آنها، نه روشی منطقی و مشروع انتقال پیام‌های مأنوس است، نه شادی و شادابی اجتماعی را بر می‌انگیزد و نه انسجام فرهنگی را رقم می‌زند و نه به کار ارزشی مبادله معقول فرهنگی ختم می‌گردد، بلکه بر عکس با این کار غفلتی جانکاه نسبت به موارث ملی و فرهنگی صورت می‌گیرد که خواست تسلط‌جویان فرهنگی است.

معمولاً، چند عامل چنین رفتارهایی را باعث می‌شوند:

- اول، عدم فهم و آشنایی نسبت به موارث فرهنگی ایران
- دوم، رویکرد صرفاً مادی و توجه صرف بعضی عوامل اجرایی آن به کسب درآمد
- سوم، سوء استفاده از نبود پشتوانه پژوهشی رسانه‌ای خصوصاً در باب فرهنگ مردم

ایران

چهارم، نبود برنامه‌ریزی اصولی (موضوعی و زمان‌بندی و زمان‌شناسی) برای پرداخت‌های فرهنگی اجتماعی رسانه‌ای.

به این ترتیب است که جاهلانه یا عامدانه برای عناصر و پیام‌های به اصطلاح

فرهنگی که با روح معنوی فرهنگ مردم ایران بیگانگی دارند، بازاریابی صورت می‌گیرد. رسانه‌های مختلف براساس ویژگی‌های خاص سیاسی، اجتماعی و فرهنگی خودشان و نیز بر پایه منویات خاص رسانه‌ای خودشان، مفاهیم، باورها و پیام‌های ویژه خود را که گاه پرمعنا و غالباً پوچ‌اند، در ظرف قالب‌های ممتاز و مؤثر منعکس می‌سازند. متأسفانه سازنده پیام‌های رسانه‌ای در این سوی زمین یا مفهوم ارزشی خود را به شکلی بی‌تناسب در ظرف قالب‌های تقلیدی آنها می‌ریزد یا پیام مخدوش آنها را شتابزده در قالب‌های محدود خودی می‌گنجاند یا یکجا از مفهوم و قالب هر دو کپی بر می‌دارد و به ساحت جامعه خود اهدا می‌کند.

نمونه بارز آن برپا کردن نمایش‌ها و مسابقه‌های تلویزیونی با حضور دختران و پسران متعددی است که طرح یک ضرب‌المثل یا یک حکمت معنوی اصیل ایرانی را در چند ثانیه و به شکل سؤال و جوابی گذرا، در جنبی‌ترین جایگاه آن قرار می‌دهند. گرچه بسیاری از مفاهیم متکثر ادبیات شفاهی ایران، شاکله‌ای کوتاه اما پر مغز و معنا دارند و البته بار گرانقدر آنها نیز در همین ژرفایی و موجزی آنان است، اما باید در فرصت‌های نامحدود و شبانه‌روزی چندین شبکه تلویزیونی و رادیویی با تأکیدات و عناوین فرهنگی‌شان، به تناسب اهمیت این مفاهیم فولکلوریک، به بررسی وجه تسمیه و علل اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آنها بپردازند. در واقع رسانه باید در قالب‌های نمایشی جذاب، هم مفاد و اصالت موضوع را منتقل کند و هم در قبال بار ارزشی- تربیتی آنها تأثیرگذار باشد و هم خاصیت و نقش فرهنگی و اجتماعی آنها را یادآوری نماید.

هر پدیده فرهنگی به طور محرز یک ضرورت اجتماعی را در بر داشته و اساساً ظهور و بروز و متداول شدن هر مفهوم در ادبیات شفاهی و در حوزه فرهنگ مردم، دلیل منطقی و عقلی و کاربردی در پهنه زندگی را داشته است. دلیل تداوم این پدیده فرهنگی حفظ نقش می‌باشد. به همین ترتیب می‌توان یادآور شد که پدیده‌های محو شده و آنچه را که امروز، انسان معاصر بدان وقعی نمی‌نهد، خرافه، بی‌اثر و غیرمعقولش می‌خواند، یقیناً کارکردهای عملی پیشین خود را از دست داده است و باید اذعان داشت که همین باب، مدخل علمی و تحلیلی مفاهیم فرهنگ عامه است، نه یکجا راندن و

مطرود ساختن کلیت آن و نه پذیرفتن غیرعقلانی، غیرتحلیلی و غیرواقعی همه آن. واقع امر آن است که پیام‌ساز رسانه‌ای و اساساً هر کس که در چرخه تولید و پخش پیام اشتغال دارد، از مدیران، پژوهشگران، مشاوران، برنامه‌ریزان، تهیه‌کنندگان، کارگردانان، سناریست‌ها و همه کسانی که انگیزه و مسئولیت پرداختن به فرهنگ مردم را دارند، می‌باید به ظرافت موضوع وقوف داشته باشند. پرداخت‌های رسانه‌ای به موضوعات فولکلوریک کار سهل و ممتنعی است؛ از یک سو بسیار ساده است چرا که پرداختن به همان متن زندگی ساده مردم و اشاره‌ای به سابقه اندیشه و خردورزی پیشینیان است و می‌دانیم خصلت بارز ادبیات شفاهی هم آن است که جاری و ساری و نانوخته بودنش، حجت اصلی آن به حساب می‌آید؛ و از سوی دیگر پرداخت رسانه‌ای آن کاری دشوار است، چرا که هم باید نقل شود پس باید مستند باشد یعنی آنکه صحت و کاربرد و خصایل مثبت آن محرز شود که این امر محتاج پشتوانه پژوهشی فولکلورشناختی است و هم آنکه باید از رهگذر آزمون‌های تحقیقاتی، ضرایب تأثیر احتمالی آنها را در اختیار گرفت که این نیز مشاوره‌های جامعه‌شناختی و روانشناسی اجتماعی را الزام می‌دارد.

### ناسازگاری‌های درونی (رسانه، قالب، پیام)

یکی از بارزترین عوارض کار در قلمرو مسئولیت‌های رسانه‌ای، عدم توجه به ماهیت پیام، قالب پیام و نوع رسانه است. بارها مشاهده شده است که برای موضوعات و مفاهیم محتاج به تصویر و مشاهده، برنامه‌ریزی، سرمایه‌گذاری و تلاش‌های زیادی صورت می‌گیرد تا آنها از طریق رادیو منعکس گردند و درست برعکس در بسیاری از موارد دیده می‌شود، مطالب صرفاً رادیویی در قالب‌های برنامه‌سازی تلویزیونی قرار می‌گیرند؛ به گونه‌ای که خود برنامه‌سازان و پیام‌داران نیز از نبود مخاطب، گلایه دارند. به عنوان مثال برنامه رادیویی «دست‌ها و نقش‌ها» که به معرفی هنرهای سنتی ایران می‌پرداخت، به اعتراف سردبیر محترم آن، با آنکه تلاش بسیار زیادی برای فضا سازی برنامه و استفاده از موزیک و افکت صورت می‌گرفت تا حال و هوای محیط کارگاهی فراهم آید، ولی از مخاطب و پیامگیر خبری نبود، چرا که بی‌هیچ پشتوانه پژوهشی



رسانه‌ای و به دلیل عدم توجه به ماهیت پیام و نوع رسانه، برای انعکاس بخشی از تصویری‌ترین جلوه‌های ارزشی در فرهنگ و هنر مردم ایران یعنی، صنایع دستی از طریق رادیو، اهتمام شده بود. (مصاحبه با سردبیر، ۱۳۷۹: ۱۶)

این نمونه مشتق از خروار است که عدم توجه علمی با رویکرد رسانه‌شناختی و نبود برنامه‌ریزی و ارزیابی علمی رسانه را برملا می‌سازد و به دلیل همین نوع اقدامات است که می‌توان گفت، رسانه برای پرداخت‌های فرهنگی، برای معرفی ارزش‌های عمیق فرهنگ خودی، برای ادای دین به حرمت فرهنگ جامعه و جایگاه عظیم هنرمندان و فرهنگیان و فرهنگیاران، موفق عمل نمی‌کند و به همین دلیل است که سازنده این چنین برنامه‌ای می‌گوید: «متأسفانه مشکل عمده برنامه‌ها، ناتوانی در برانگیختن احساس واقعی مخاطب نسبت به موضوع است». این درحالی بود که در شبکه دیگر رادیو (شبکه فرهنگ)، برنامه مشابه دیگری با عنوان «گزارش هنری» با همین مضمون تهیه و پخش می‌شد. اگر برنامه‌ریزی‌های بدون تعمق ادامه پیدا کند و شبکه‌ها هم پی در پی افزایش یابند، کار به تکرارهای بی‌فایده و واپس‌مانده‌ای ختم خواهد شد که خود زمینه‌های سوق مخاطبان را به دیگر سو، رقم خواهد زد و زمینه اقبال به شبکه‌های غیرایرانی را فراهم خواهد ساخت.

### رسانه‌ها و رویکرد پویا نسبت به فرهنگ مردم

اینکه مؤکداً گفته می‌شود: رسانه‌ها بخصوص گروه‌های تولیدی با عناوین «فرهنگ و هنر و ادب» نه تنها باید منعکس‌کننده صرف فرهنگ باشند، بلکه باید با پشتوانه‌های عمیق پژوهشی، زمینه‌های بالندگی بیشتر فرهنگ را فراهم آورند، براین مبنا است که میراث و ارزش‌های گرانقدر فرهنگ را باید توسعه داد و این محتاج بازشناسی واقعی مفاهیم و درونمایه‌های فرهنگی است.

در واقع، میراث‌داری فرهنگ مردم ایران، تنها نگهداری گنجینه‌وار اسناد و مدارک و بالیدن به آن نیست و دست اندرکاران امور فرهنگی رسانه‌ها در این زمینه باید رسالت سنگین تری را به دوش گرفته و مسئولیت خطیری را احساس کنند؛ یعنی گامی فراتر از حدود انعکاس صرف، آنچنان که نیاز به توسعه مفاهیم فرهنگی را در مخاطب برانگیزد.

وجه دیگری از به ارث بردن میراث فرهنگی، مواجهه با یک دنیای پر رمز و راز و تلاش برای بازگشودن معانی نهفته در آن است. این تصور مستلزم تلاش برای آگاهی و فهم بیشتری است و میراث فرهنگی را از شکل گنج بودن و در موزه قرار دادن خارج می‌کند، چرا که به ارث بردن، رو به آینده دارد و نه صرفاً رو به گذشته.

رسانه باید به وسیله صاحب‌نظران فرهنگی، موارث مادی و معنوی فرهنگ را ضمن معرفی، چنان به تصویر بکشد که در آحاد جامعه مخاطبان، ضمن برانگیختن احساس افتخار به پیشینه آبرومند نیاکانشان، نیاز به توسعه هنری و فرهنگی را نیز به وجود آورد؛ به گونه‌ای که علاوه بر افتخار که خود مبتنی بر آگاهی به ارزش‌های فرهنگی خودی است، با نهادن گامی به جلوتر، همگان را به همیاری برای توسعه منطقی در قلمروهای فرهنگ و هنر ترغیب نماید تا به آن حد که از سطح شعار بالاتر رود و محدود به آن نباشد که از دور و نزدیک صرفاً بشنویم که فرهنگ ایران بسیار مهم است و فرهنگ عامیانه مهم و میراث فرهنگی مایه افتخار است و ... . ماندن در این سطح نه تنها ارزش نیست، بلکه مانعی از مجموعه موانع تولید فرهنگ و بالندگی محسوب می‌گردد. انسان امروز که نباید صرفاً میراث‌دار فرهنگ خود باشد، بلکه او باید با شناخت عمیق و عاشقانه از فرهنگ و میراث فرهنگی گذشته خود (هم در بعد مادی و هم در ابعاد معنوی و روحی آن) تولیدکننده باشد.

در واقع باید تأکید کرد که وارث یک فرهنگ بودن دقیقاً به معنی توانایی انتخاب و ارسایی، نقادی و بازسازی است که این در یک فرایند پژوهشی و تولیدی در دو قلمرو (فرهنگ نخبگان و عامه) صورت می‌گیرد. از این رهگذر، مخاطبان رسانه‌ها در واقع به یک هم‌آوایی تن می‌دهند یا به عبارت دیگر خود را برای پذیرش و دریافت مفاهیم نوین آماده می‌کنند؛ حتی آن موقعی که صرفاً به انگیزه تفریح و سرگرمی، تلویزیون را روشن می‌کنند، در واقع در مسیر همان پذیرش هم‌آوایی و هماهنگی قرار گرفته‌اند؛ مشروط بر آنکه عالمانه و متعهدانه نسبت به فرهنگ آنها، فرهنگ گذشتگان آنها، فرهنگ جامعه امروز و نیازهای آینده فرهنگی آنها، توجه شده باشد و این منوط به یک نگاه واقع‌گرایانه تحلیلی به مقوله فرهنگ جامعه است.

از آنجا که در مسیر تندبادهای ناشی از توسعه شگرف الکترونیک و ارتباطات، هر

روز، هر ساعت، هر دقیقه و هر لحظه، جهان با پدیده‌های نوظهوری مواجه می‌گردد، طبعاً فرهنگ‌های منطقه‌ای دستخوش پذیرش عناصر جدید می‌شوند. بنابراین عوامل دست‌اندرکار فرهنگ‌سازی بخصوص مسئولان برنامه‌ساز و تولیدکننده پیام‌های رسانه‌ای، محتاج اطلاعات نوین و روزآمد هستند و اگر به مفاهیم کلیدی در فرهنگ مردم خود مسلط نباشند، ای بسا، خود با طرح برنامه‌های نارسا و ابتر، فرایند استحاله فرهنگ را تقویت کرده، تخریب ارزش‌های دیرین را رقم زنند.

سازندگان برنامه‌ها و سریال‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی، باید برای حراست از مقام رفیع ارزش‌های فولکلوریک جامعه خود تعمق بیشتری داشته باشند و بدون پشتوانه پژوهشی (مردم‌شناسی، فولکلورشناسی، جامعه‌شناسی و روانشناسی اجتماعی) عناصر معنوی و اصیل فرهنگ را در جایگاه‌های محدود، غیرتحلیلی و بی‌اثر یا حتی با اثر سوء، منعکس نسازند، چرا که این تسامح و انعکاس سطحی و جنبی این ارزش‌ها نه تنها رسالت‌مداری قلمداد نمی‌شود، بلکه برعکس گاه ممکن است با نوعی عوام‌زدگی یا پایین آوردن سطح توقعات و انتظارات عامه، بستر تعالی آنها را هم مخدوش نماید. ساده‌انگاری، بی‌توجهی در دیالوگ‌نویسی و بیان عوامانه بعضی مفاهیم ارزشی، تأکید بر کلام استهزا به جای طنز جهت‌دار و مؤثر و... در واقع دورشدنی گناه‌آلود از فرهنگ خودی و از نیت و فهم‌توده با فرهنگ است.

بیشتر از این در دهه‌های گذشته نیز، گاه کسانی یافت می‌شدند که به انگیزه پرهیز از انگ روشنفکری غربی، به سوی فرهنگ عامه می‌خزیدند و در نوشته‌ها و آثار مکتوب، نمونه‌هایی از باورهای خرافی دیده می‌شد که معلوم نبود قصد پنهان از پرداخت‌های آنها، کدام است. آیا به سوی تکریم مبانی ارزشی فرهنگ توده‌ها اهتمام کرده‌اند یا با عدم پرداخت تحلیل عمیق از مفاهیم فولکلوریک، قصد هشدار اجتماعی را داشته‌اند؛ البته با این رویکرد که برای امروزی شدن، علمی شدن و جهانی شدن، باید اول به قیام علیه آنچه خود داشتیم، برخیزیم.

بنابراین گاه در گذشته دیده می‌شد که باور نادرستی مانند انتظار فرزند پسر، پس از چندین فرزند دختر به مشاجرات خانوادگی و فامیلی و با سوء‌تعبیر، به اهانت و زشتی می‌انجامید و این موضوع محور قصه و نمایش می‌شد. اما عبارت «یا علی مدد» که در

مصافحه‌ها، دوستی‌ها، احوال‌پرسی‌ها، خداحافظی‌ها ظهور مستمر داشته و دارد و بیانگر عجین بودن عمیق تفکر شیعی و الهی با فرهنگ عامه ایران است و با آن سلامت روابط، حسن اعتماد، تداوم درستی و تعهد و خیر و صلاح اجتماعی ضمانت می‌گردد، محوریت اصولی یک پرداخت رسانه‌ای، نه مکتوب و نه صوتی و تصویری واقع نمی‌شده است.

از قضا همین ظرافت و نکات ریز است که از مجموعه آنها کلیت‌های مقبول، متجلی می‌شوند و به قول هوگو، «مفاهیم بزرگ غالباً مانند طناب‌های ضخیم از رشته‌های ظریف ساخته شده‌اند». زمانی که نکته‌های ظریف، مثال‌ها، ضرب‌المثل‌ها، مثل‌ها، قصه‌ها، ترانه‌ها، زمزمه‌ها، لالایی‌ها، باورها، پندارها، اسطوره‌ها، دعاها، قسم‌ها و... هر یک به تنهایی و آن هم به اشاره‌ای در مقام یک سؤال و نمره و جایزه در نمایش‌های رادیویی - تلویزیونی، قرار می‌گیرند، در واقع ساده اندیشانه برای دست نیازیدن به رشته‌های محکم و کلیت فرهنگ جامعه اهتمام شده است، چرا که هر یک از این ظرایف، شأن پرداخت جدی و تأثیرگذار دارند و در مجموع هویت یک جریان مستمر زندگی را رقم می‌زند. بنابراین رسانه در قبال کلیت آن با پرداخت‌هایی جامع و مؤثر، به انگیزه ماندگاری آنها، وظیفه‌ای دشوار دارد.

### عرصه گفتگوی فرهنگ‌ها و پیام‌های اصیل فرهنگ مردم ایران

تردیدی نیست که نظام نوین ارتباطات، جهانیان را به ارتباط و مشارکتی قهری دعوت می‌کند. صدها شبکه ماهواره‌ای و اتصال محرز با سایت‌های تودرتوی اینترنت، دعوتی است برای یک نگاه مشترک جهانی یا شاید بتوان گفت دعوتی است برای آشنایی بیشتر دادوستد اطلاعات و مراودات هر چه ژرفتر بین‌المللی. باید یادآور شد، گرچه ملل مختلف به جنبه‌های ارزشی فرهنگ‌های مختلف محتاج‌اند و این یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر جهانی است، ولی آنچه که از گستره فرهنگ یک ملت با فرهنگی جهانی مواجه می‌شود، می‌باید بیانگر ارزش‌های نهفته و

دیرین فرهنگ آن ملت باشد و فرهنگ مردم ایران مشحون از ارزش‌های شایسته عرضه به صحنه دیالوگ‌های جهانی است، مثل جشن‌های مذهبی و ملی ایرانی با هزاران شگفتی در مراسم و ادعیه معنوی که همراه با معنای واقعی، شادابی و مسرت و سرزندگی یک ملت را طی قرون پاس داشته‌اند.

پس اگر در آن سوی زمین، پدیده‌ای زشت و ضد فرهنگی، در گذر زمان و تغییرات فرهنگی - اجتماعی مثبت و ارزشی یا حداقل عادی و عرفی قلمداد می‌گردد، پذیرفتنی نیست که در برابر آن در این سوی زمین به انگیزه هم‌آوایی، قالب‌های تقلیدی به جبر و تحمیل ارائه گردد. در قلمرو فرهنگ ایران اسلامی که تکیه بر مفاهیم عمیق اعتقادی نهفته در فرهنگ مردم دارد، عناصر ارزشی ارجمندی وجود دارند که مبین تمدنی دیرین و شگفت و جایگاهی رفیع از تقدسات و رسوم معنوی است و شایستگی حضور در مناظره‌های فرهنگی و مبادله‌های فرهنگی و گفتگوهای تمدن‌ها را داراست. اساساً همین موقف باید از طریق رسانه‌ها گفته شود. فرهنگ ایران برای جهانیان سخن دارد و همین علوم‌مقام آن است که باعث می‌شود دعوت به گفتگوی تمدن‌ها را ارائه کند، چرا که خود فی‌الذمه کاستی و کژی ندارد.

بنابراین این شتاب‌زدگی قابل بخشش نیست که به هر نحو و بی‌هیچ مذاقه و بی‌هیچ جستار علمی و گزینش آگاهانه‌ای از هراس بعضی جنبه‌های خرافی که برخی در جای خود قابل تجلیل و تصحیح نیز هستند، کلیت ارزش فرهنگ عامه را نادیده انگاریم. چگونه است که از قصه «سیندرلا» ده‌ها کتاب، نمایش، فیلم و کارتون مکرراً به جهان توزیع می‌شود<sup>۱</sup>، اما قصه شگفت «سنگ صبور» ایرانی و قصه شایسته «ماه‌پیشونی» و ... به شکل فیلم، نمایش، کارتون و ... پرداخت نشده‌اند؟ در حالی که می‌دانیم طی مهاجرت عناصر فولکلوریک بخصوص قصه‌ها و باورهای عامیانه، بسیاری از آنچه که به شکل نمایش‌ها و کلیپ‌های خارجی ظهور می‌کند، از همان جلوه‌های ارزشی فرهنگ مردم ایران برخاسته است. مثلاً «در هزارویک شب، در جوار قصه‌های

۱. اخیراً برای بعضی از فیلم‌ها، نمایش‌ها و قصه‌ها که دارای بار عاطفی و حاوی قصه‌های تراژیک هستند، از سوی منتقدان هنری، عنوان تم یا موضوع «سیندرایی» آورده می‌شود.

نوول عربی و سامی، افسانه‌های ایرانی و هندی و ژرمنی مشاهده می‌شود که در قالب نوع مخصوص قصه‌های ایرانی ریخته شده‌اند و در مجموعه‌های گردآوری شده قصه‌ها و چاپ‌های گوناگون و ترجمه‌های اروپایی، مقدار زیادی از داستان‌ها و قصص مستقل به چشم می‌خورد که به اصل کتاب اضافه شده، از جمله هفت وزیر یا (سندباد نامه ایرانی) و ده وزیر (بختیارنامه ایرانی). این قصه‌ها خصایص و ویژگی‌های ناب ایرانی را دارند و مسلماً در بنیاد و اساس ایرانی بوده‌اند.» (کریستین سن، ۱۳۵۵: ۴۵)

ما از ترس درافتادن به حیطة خرافات و عناصری مانند ساحره‌ها، فال‌بین‌ها، غول‌ها و ارواح کوه و دشت و دریا یا ستاره‌های اقبال و شانس و انتظار، جاهلانه از فرهنگ مردم خود گریخته‌ایم و چنان واهمه‌ای بر ما مستولی شده که حاضر نیستیم به ژرفایی، هدمندی و تأثیرگذاری قصه‌های عامیانه خود، توجه کنیم و اهمیتی نمی‌شود که در بطن آنها عزتمندی سالیان پیشین و نسل‌های گذشته ملت خود را به تماشا بنشینیم. همین‌طور به اعماق معانی دعا‌های شگفت و مؤثر در مراسم، جشن‌ها و اعیاد سنتی و دیرین، توجه نمی‌کنیم و حاضر نیستیم به عظمت مفاهیم متعدد در پس زمینه و موقف ظهور بسیاری از ضرب‌المثل‌های اصیل ایرانی که دریایی از حکمت و پند و هشدار اجتماعی و فرهنگی را مستتر دارند، نگاه کنیم.

به بازشناسی اشعار فولکلوریک، زمزمه‌ها، ترانه‌های کار و سرگذشت و روح زنده دخترکان قالیباف که در آثار فرهنگی‌شان، متجلی است، اهتمام جدی نمی‌شود؛ آنان که سالیان دور با ترانه‌های کار و هنر قالیبافی، بخشی از حیات ارزشی و حماسی ما را رقم زده‌اند و هنوز... .

ما نشسته‌ایم و همچون عروسک‌انی که فقط نگاه می‌کنند، نظاره‌گر تاراج فرهنگی و امحای جلوه‌های ارزشی خویشیم. اینک بازی‌های کامپیوتری و کارتون‌های گوناگون، خرافات عصر نوین را به خورد کودکان ما می‌دهند. دیگر انتقال سلسله‌ای و سینه به سینه ارزش‌ها، وانهاده شده و رسانه‌های ملی هم، چنین رویکردی را بر نمی‌تابند و والدین در کنار کودکانشان، سوپرمن‌ها، مردان بالدار و شاخدار و قوی و ... را که در طرفه‌العین تغییر حالت، قدرت و ماهیت می‌دهند، به نظاره می‌نشینند.

اسطوره‌های جایگزین، همین پدیده‌های عجیب و غریب دنیای پر سر و صدای

امروزند. در واقع روزگار اساطیر اصیل به سر آمده است. دیگر میترا، رستم، ونوس، سیمرغ و الهه‌های باران و عشق و امید و فداکاری و ... از مسیر انتقال معانی و سینه به سینه خویش خارج شده و نقش‌هایی کلیشه‌ای در آثار مکتوب پیشینیان شده‌اند. امروز مردان و زنانی با چهره‌های خفاش‌گونه، اجزا و اندام الکترونیکی و هیأت‌های نامأنوس، مکرراً ظهور می‌کنند و خیال و ذهن و دل کودکان ما را به سوی وادی‌های ابهام برانگیز جدیدی سوق می‌دهند که عملاً اثرات آنها را در رفتار، گفتار و منش آنان می‌توان مشاهده کرد.

### مستندسازی، فرصت ثبت ارزش‌ها

به همان سان که می‌توان با افتخار به سابقه علمی دانشمندان پیشین ایرانی در زمینه‌های معماری، پل‌سازی، سدسازی، کشاورزی، ساختمان‌سازی و ... با نگاهی تفسیری توجه داشت و با تأکید، قدرت معماری و مهندسی و جایگاه شامخ هنرمندان ایرانی و اسلامی را تکریم کرد و برشمرد و با تصویر، مراتب مباهات به عظمت پل‌های معروف اصفهان، پل دختر، بَندامیر، مساجد و ابنیه مختلف را منعکس کرد، بی‌تردید افتخار به بخش مادی فرهنگ، نشان از عظمت ارزش‌های نهفته در بخش معنوی آن دارد.

همان مردمان، همان نیاکان، همان پدران و مادران و فرزندان بوده‌اند که هزاران قصه‌های دلنشین، هزاران ضرب‌المثل معنوی و حکمت‌آموز و هزاران چیستان و لطیفه و ترانه و تمثیل و مثل خلق کرده‌اند و حامل هزاران شگفتی در نذر و نیاز و عشق و امید بوده‌اند.

همانها بوده‌اند که همواره رسوم گرانبه‌تر جشن‌ها و مراسم اعیاد و نیایش‌ها، رمضان و فطره، محرم و ایثار، نوروز و بازآفرینی، مهرگان و محبت، و آداب ویژه ماه‌های مقدس و فصول زیبای سال را هماهنگ با هارمونی محض طبیعت پاس داشته‌اند. اساساً تحلیل و تفسیر بخش‌های مادی فرهنگ، بدون توجه به بعد روحی و معنوی آن، کار ناقصی است. در واقع در کلیت فرهنگ عامه و دانش مردم، ظهور و تجلی همان ارزش‌های مشترک بوده است که می‌توان از ایرانی سرافراز سخن گفت و به

پشتوانه همان فرهنگ شکوهمند است که این ایرانی سرافراز امروز برای جهانیان پیام دارد.

مستندسازی که خود قلمروی جدی، علمی و پژوهشی در مسیر انتقال مفاهیم و پیام‌های رسانه‌ای است، برای انتقال و انعکاس فرهنگ عامه ایران، و مخصوص حیطة گسترده مراسم، مناسک، رسوم و آداب معنایی ایرانیان، در باب موضوعات، سوژه‌ها و زمینه‌های کار، هیچ کم ندارد. می‌توان با برنامه‌ریزی مبتنی بر پژوهش‌های تحلیلی فولکلورشناسانه و شناختی همه‌جانبه به لحاظ تاریخی-اجتماعی و شرایط روز و با رویکرد احترام به ارزش‌های دیرین یک ملت، به سراغ پهنشدن ایران زمین رفت؛ سرزمینی که اقوام مختلف، شگفت‌انگیزترین وجوه وفاق اجتماعی را در سطح ملی، به طور روشن، مفهوم و قابل ارائه در ظرایف فرهنگ عامه خود جای داده‌اند. اگر مستندسازی با راهبرد انعکاس وفاق جمعی و طرح خطوط اصلی و معرفی مبانی اشتراک معانی در آداب، رسوم و ادبیات شفاهی اقوام کرد، لر، بلوچ، عرب، ترک و فارس پردازد، دستمایه‌های گرانقدری را برای برنامه‌های سلسله‌ای در اختیار خواهد داشت که می‌توان از رهگذر آن، هزار نکته ظریف و شریف را همچون مرواریدهای گرانقدر از دریای بی‌انتهای فرهنگ عامه برگرفت و باپرداختی مستند و محکم و به معنای واقعی کلمه واقعی، ارائه نمود. این ارائه در دو وجه متمایز قابل استفاده و تأثیرگذار خواهد بود:

الف- یادآوری ارزش‌ها و بیان ادبیات شفاهی و شگفتی‌های فولکلوریک ایران برای خود ایرانیان که هم اینک، نسل نوین ایستاده در آستانه حیرت و بی‌هویتی، سخت بدان محتاج است و هیچ رسالتی گرانقدرتر از این نیست که جوان مستأصل امروز را در برابر تقدسات، توانمندی‌ها و زیبایی‌های فرهنگ جامعه خودش قرار دهیم تا ضمن احترام به نیاکانش و احترام به مسیر ساده و مردمی سینه به سینه آمدن ارزش‌ها، حال خود را در مقطع زمان و مکان امروزی تعریف کند و از عارضه دردناک بی‌هویتی برون آید.

ب- تهیه برنامه‌های مستند با پشتوانه‌های پژوهشی و تحلیلی که عمیق‌ترین جلوه‌های مادی و معنوی در فرهنگ مردم ایران را در جهان منعکس می‌سازد. این امر در واقع عرضه نموده‌های گرانقدر فرهنگ، با رویکرد معرفی و ایجاد زمینه‌ای برای بیان



بالندگی‌های فرهنگی ایران خواهد بود.

همان گونه که ارگ بم، تخت جمشید، طاق بستان، قلعه فلک‌الافلاک، سی‌وسه‌پل، مسجد شیخ لطف‌الله، مسجد گوهرشاد، منارجنبان و هر پدیده شگرف باستانی به عنوان توانایی‌های ارزشمند مهندسان و معماران و هنرمندان ایرانی و اسلامی معرفی می‌شود، می‌توان جشن‌ها، مراسم، سنت‌ها، آداب و رسوم و بسیاری از مفاهیم مربوط به حوزه ادبیات شفاهی را که هر یک به تنهایی حامل دریایی از ارزش‌ها و در مجموع مبین اشتراک‌های روشن در باورها و رفتارهای جمعی مردم ایران‌اند منعکس کرد تا عوامل مؤثر در وحدت کلام و همبستگی اجتماعی اقوام ایران متجلی گردد.

### فیلم و سریال، کانال‌های پرداخت‌های سلسله‌ای و تأثیرگذار

در سریال‌های اجتماعی - فرهنگی تلویزیون، طی دو دهه گذشته و بخصوص در دهه اخیر، محوریت اکثریت نمایش‌های تلویزیون موضوع ازدواج بوده است و سازندگان آنها تلاش کرده‌اند که با عنایت به شرایط روز و مشکلات موجود ازدواج جوانان را مورد اشاره قرار دهند. گاه، مشکل در امکانات مالی رخ نموده است؛ گاه قضاوت‌ها و مداخله‌های فامیل و خانواده و گاه خصایص و ویژگی‌های فکری و رفتاری دختر و پسر، محور داستان شده است و گاه تلفیقی از همه آنها بار دراماتیک قصه را رقم زده‌اند و در اکثریت آنها پرداخت‌ها بسیار کشدار، تکراری و کم‌رهنمود بوده است.

اگر همین موضوع را با عنایت به خصایص و چگونگی ازدواج‌ها و مراسم عروسی، به نحوی که در آئینه فرهنگ عامه ایران دیده می‌شود، مورد توجه قرار دهیم، به راحتی دریافته می‌شود که چگونه در سال‌های اخیر نگاه پیام‌سازان رسانه‌ای نسبت به مقوله ازدواج تغییر کرده است و کمتر بر باورها، سنت‌ها، سادگی‌ها و عناصر اصیل ازدواج و تحکیم و دوام آن نظر افکنده می‌شود. در گذشته نیز در متن و بطن سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی فارسی، به امر خطیر ازدواج به عنوان یک ضرورت محض زندگی اجتماعی و نیاز انسانی، نگاه درستی نمی‌شد و صرفاً تلاش آن بود که با به تصویر کشیدن موقعیت و تفاوت طبقاتی و اقتصادی یک زوج، ماجراهای حاشیه‌ای را دنبال کنند و سرانجام

برای اقناع مخاطب، تصویر وصال را در پایانی‌ترین نقطه سریال یا فیلم ارائه دهند. در نمایش‌ها که پرجاذبه‌ترین قالب از دیدگاه مخاطبان است، کمتر از منظر شناخت ویژگی‌های فرهنگی عامه مردم نگاه شده است و کمتر با رویکرد جامعه‌شناختی و انگیزه تحلیل روابط و ارائه رهنمودهای منطقی که دارای وجوه اشتراک برای اکثریت مخاطبان باشد، به آنها پرداخته شده است و گاه آن قدر به مراتب و مواضع منحصر به فرد و اختصاصی پرداخته می‌شود که کمتر بار هدایت و انتقال پیام رهگشا را برای اکثریت جوان جامعه دربردارد.

به همین دلیل می‌توان گفت که نگاهی پژوهشگرانه به مقوله فرهنگ مردم ایران بخصوص در حوزه کار سریال‌سازی و فیلم‌های سینمایی اخیر در حدی که تأثیرگذار باشد، وجود ندارد. وگرنه با مراجعه به اسناد و مدارک کثیر و مستند فرهنگ مردم ایران، خصوصاً در امر ازدواج می‌توان به راحتی با تم روشن و بدیهی موقعیت ایرانی، همه مراتب حصول شرایط ازدواج برای طرفین، موافقت‌های خانوادگی، توأم با نهایت احترام و عزت و کرامت و ملاک‌های ساده مالی، شکوهمندترین عناصر ازدواج یعنی عشق و تعهد را مجدداً به جامعه یادآوری کرد و حتی در قالب داستان، سنت‌های دیرین و زیبای ازدواج را با تأکید بر وجوه مشترک و شاخص‌های ملی آن در بین اقوام مختلف ایران به تصویر آورد.

بر این امر سه خاصیت مترتب است:

۱. باورها و احترام‌ها و رهنمودهای سنتی و رهگشای ازدواج را منعکس می‌سازد.
  ۲. وجوه اشتراک عمیق را در بین اقوام ایران نمایانگر می‌شود.
  ۳. رمز و راز دیگری از عناصر کلیدی وفاق اجتماعی را متجلی خواهد ساخت.
- حوزه سیال فیلم و سریال، نه تنها به دلیل سنت دیرین، بلکه به دلیل تداوم قصه و اشراف بر جنبه‌های مختلف مادی و معنوی زندگی انسان‌ها، می‌تواند منعکس‌کننده جذاب از انواع ویژگی‌های فرهنگی مردم ایران از جشن‌ها، اعیاد، مراسم سوگواری، نیایش‌های جمعی، مراسم خاص فصول و ایام مبارک و همه ظرایف زندگی ایرانی باشد.

اساساً از نظر تخصصی در امر نمایش، یکی از کاربردی‌ترین نکات، فهم منطقی از

موضوع زمینه‌ای یا «تم» داستان است، و این نکته زمانی اثر مطلوب در نمایش دارد که:

۱. درباره مسائل مهم زندگی باشد.
۲. درک آن برای بیشتر مخاطبان ممکن باشد.
۳. در ارتباط با سؤال‌های درونی، عاطفی و احساسی بشر مطرح شده باشد.

(خزائلی، ۱۳۷۵: ۲۶۷)

بهترین تم‌ها آنهایی هستند که توانایی برقراری ارتباط با احساس عمیق مخاطبان را دارا هستند؛ یعنی پرداختی موشکافانه و محسوس از متن زندگی مردم و آنچه که برای مخاطبان یادآور و هشداردهنده است و باورها، تقدسات، گرایش‌ها، اخلاقیات و... را شامل می‌شود.

نکته بارز دیگری که در باب فیلم و سریال و جایگاه فرهنگ مردم در آنها باید یادآوری کنیم، بخش ادبیات شفاهی است که بالقوه و بالفعل می‌تواند موجب اعتلای دیالوگ‌ها و زمینه انتقال معانی باشند.

ادبیات شفاهی مردم ایران، سینه به سینه و پایدار مانده است. دلیل شایسته این همه عزت و پایداری همان انتقال سینه به سینه و صمیمانه بوده است؛ یعنی تداوم مهرورزی، دوست داشتن و اعتمادهای قلبی بین نسل‌های پیشین و آیندگان و اینک رسانه‌ها، مسئول معرفی و انعکاس و تداوم این کرامت انسانی هستند.

متأسفانه قصه‌های ایرانی، اشعار و دو بیتی‌ها، ترانه‌ها و آوازا و لالایی‌ها، از ساحت جامعه ایرانی دور می‌مانند؛ چرا که دست‌اندرکاران امور نمایشی قصه‌ها، آنها را از حیطه کلام و گویش و ارتباط بین بازیگران نمایش‌ها، دور می‌سازند و این در حالی است که می‌توان به جرئت گفت، یکی از ادله اصلی ماندگاری رمان‌های جاودان، تأمل

نویسندگان آنها در متن واقعی زندگی مردم، توجه به فرهنگ مردم و انعکاس طبیعی باورهای خالص مردم بوده است و حتی می‌توان گفت که شاهکارهای سینمایی جهان نیز یکی از رموز موفقیتشان، پرداخت صمیمانه به جلوه‌هایی از فرهنگ و ادبیات شفاهی ملت‌ها بوده و مجموعه‌های تلویزیونی ممتاز نیز، چنین ویژگی‌هایی داشته‌اند.

به‌راستی آیا نمی‌توان در متن نمایش‌های ایرانی که هر یک از چندین شبکه به طور پیوسته و با مضمون‌های مشابه و گاه متفاوت، پخش می‌گردد، شاخص‌هایی از فرهنگ

عامه ایران نمود داشته باشد؛ نکاتی مانند احترام به بزرگان و سالمندان، تمثیل و مثل، نیایش‌ها و قسم‌ها، نذر و نیاز، رقص و موسیقی‌های محلی، بازی‌های نمایشی، زندگی هنرمندان، صنایع دستی، استفاده از گیاهان طبی، غذاهای سنتی ایران، مراسم فصل‌های پاییز، زمستان، بهار و تابستان با جلوه‌های شگفتی که در روستاهای مختلف ایران داشته‌اند، جشن‌ها و اعیاد، رسوم ویژه ماه‌های رجب و شعبان و رمضان، تلاش‌های شگفت‌انگیزی که پیشینیان با وجود مشکلاتشان برای تحصیل و درس و فحوص داشته‌اند، مراسم سنتی عروسی و آداب اجتماعی و رابطه احترام‌آمیز مردم در محله‌ها، پندها و حکمت‌ها، مهمان و مهمان‌نوازی‌های صادقانه و بی‌پیرایه و نمودهای روشن تعاون و همیاری‌های جمعی مثل عنصر متعالی.<sup>۱</sup>

### پویانمایی و برنامه‌های کودک و نوجوان

خصایص دنیای پویانمایی به گونه‌ای است که در حد اعجاب‌انگیزی کودکان، نوجوانان و حتی بزرگترها را جذب می‌کند. بسیاری از آرمان‌ها، خواسته‌ها و رخدادهای نشدنی در عالم واقع، به صورت حیرت‌انگیزی در نمایش نقاشی‌های متحرک، محقق می‌گردند و همین معنا، عنصر اصلی جذابیت کار است.

حال که چنین امکانی وجود دارد و برای انتقال مفاهیم و پیام‌های سازنده به نسل‌های نوین، چنین ابزار شگفتی در اختیار است و کودکان و نوجوانان، سراپاگوش و همه تن چشم، در تمامی دقایق نمایش آن را به تماشا می‌نشینند، چرا از این معبر، راه به زیباترین قصه‌های عامیانه ایرانی نبریم؛ قصه‌هایی که از متن زندگی و دنیای آرزوهای

۱. در فصل زایش دام‌ها، زنان عشایر و روستایی پس از تولد بره‌ها، با ظرف‌هایی در دست به همسایگان خود سر می‌زنند و در واقع از وضعیت دام‌های آن‌ها و حجم شیر موجودشان با خبر می‌گردند. اگر به هر دلیل دام‌های کسی فاقد شیر باشد، با دریافت پیام که قرار گرفتن هدیه‌ای در ظرف‌ها است، به مشارکت و معاضدت همگانی قیام می‌کنند و با مخلوط کردن شیر چند خانوار و تقسیم با کسی که شیرکافی در اختیار ندارد، او را برای امکانات و مواد لبنی مورد نیاز آینده‌اش، مساعدت و راهنمایی می‌کنند.

بچه‌ها آمده است و پیشتر با بیان شیرین پدربزرگ و مادربزرگ کانون خانواده به مؤانستی شگرف دعوت می‌شده است.

اینک در دنیای جدید، در محفل خانواده‌ها، آن ویژگی‌های سنتی دورهم نشستن‌ها کم رنگ شده و شرایط پر تنش زندگی اجتماعی و احوال و گذراندن امور روزانه و به چندین و چند نوع کار و تلاش تن دادن، احوال آدمی را در خانواده رقم نمی‌زند. حتی آن نشستن‌های احترام‌آمیز در کانون‌های خانواده‌ها و خانوارها دستخوش تغییر شده است. اینک تلویزیون و اینکه این جعبه جادویی در کجای اتاق و محل سکونت قرار گرفته باشد، قطعاً بر آرایش و نحوه دور هم نشستن خانوادگی هم اثر می‌گذارد و ای بسا در بعضی مواقع نیز با عتاب، سخن مادر، پدر، پدربزرگ و خواهر و برادر قطع می‌شود و همه به تماشا و دقت بیشتر دعوت می‌شوند. در این میان کارتون‌ها و برنامه‌های عروسکی تلویزیونی برای کم سن و سال‌ها، حکم سکوت و دقت را در منزل دارند.

این فرصت مغتنم و مستمر، می‌تواند جایگاهی برای انتقال تصویری صمیمانه‌ترین قصه‌های عامیانه، قصه‌های ویژه کودکان، قصه‌های گیاهان، قصه‌های حیوانات، افسانه‌ها، اسطوره‌ها و بیان آرمان‌های دیرین کودکان نسل‌های پیشین باشد؛ منعکس کننده مثل‌ها یا قصه‌های آهنگین و شیرین با سابقه‌های طولانی و دیرین و دلنوازی‌های همچنان پا برجا.

همان‌گونه که فوتبال، بازی مسحور کننده در دنیای جدید می‌تواند، محور سلسله نمایش‌های پویانمایی قرارگیرد و مکرر پخش گردد، بازی‌های سنتی و نمایشی که ویژگی‌های بسیاری از آنها حکایت از ارتباط با متن زندگی اجتماعی ایران دارد، قابلیت پرداخت پویانمایی خواهند داشت؛ بازی‌هایی که در گذشته جمع خانواده‌ها و بزرگترها را فراهم می‌آورد؛ حلقه می‌زدند و از نزدیک مشوق کودکان، نوجوانان و جوانان خود بودند. بازی‌های سنتی گذشته، تظاهراتی از زندگی روانی انسان‌ها بوده‌اند و چون عواملی که به شدت تنش‌ها را کاهش می‌دهند، نوعی از اشکال هنر جمعی و مردمی به حساب می‌آمدند.

جوامع قدیمی طبیعتاً بازی‌های جمعی را به عنوان شکلی از محفوظات هستی یا

نمایش سماوی از آنچه که خارج از این جهان وجود دارد، می‌دیدند، به طور مثال بازی‌های المپیک نمادی مستقیم از مسابقات اساطیری است. دوندگان در میدانی می‌دوند که به وسیله تصاویری از صور فلکی تزیین شده‌اند.

بازی‌ها درست مانند زبان‌های مادری، وسایل ارتباطی بین خودی محسوب می‌شوند که موجودیت و مفهومشان، صرفاً برخاسته از امتدادهای زندگی درونی و لحظه‌ای افراد است. می‌دانیم که در ایران با سابقه درخشان فرهنگی، صدها بازی لطیف، انسانی پرمعنا و سنتی وجود دارد که بخشی از رسالت رسانه تلویزیون، بازشناسی، بازسازی و معرفی دقیق و تحلیلی و تصویری آنهاست.

### جنگ تلویزیونی و تنوع موضوعات فرهنگ مردم

در ایران، رادیو به عنوان عامل ارتباط صمیمانه و همیشگی برای پرداختن به برنامه‌های فولکلوریک، جایگاهی دقیق داشته است و از سال ۱۳۴۱ که برنامه «فرهنگ مردم» با اهتمام مرحوم انجوی شیرازی، راه‌اندازی شد، تلاش برای بهره‌گیری از این ارتباط معنوی آغاز شده است. در واقع رادیو در انجام رسالت و مأموریت خود، برای جمع‌آوری و تدوین گنجینه فرهنگ مردم ایران و ایجاد ارتباط تنگاتنگ، بسیار ممتاز و موفق بوده است. اما امروز دنیای تصویر، برد تأثیرگذاری خود را با قهریتی انکارناشدنی به اثبات رسانده است و پویایی فرهنگ‌ها هم در گرو بهره‌مندی از ابزار نوین انتقال پیام‌ها و مشارکت‌های نوین فرهنگی است. اگر با تأملی مسئولانه و از منظر ارتباط‌شناسی، رسانه‌شناسی، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی و روانشناسی به ظرایف فرهنگ عامه ایران نظر افکنده شود، مشاهده خواهد شد که جز قابلیت‌های معنایی شگفت و امکانات تصویرسازی شایسته، عنصر دیگری وجود ندارد و شبهه اینکه گرایش به فرهنگ مردم ایران، گرایش به قلمروهای خرافه و خرافه‌پردازی است، از رهگذر گزینش و تأملی منطقی، از بین خواهد رفت و در عوض، امکان به تصویر کشیدن جلوه‌های عظیمی از باورها، سنت‌ها، مراسم و مناسک، اعیاد و جشن‌ها که هر یک حامل و بیانگر دنیایی از ارزش‌های خاص متن زندگی ایرانی است، قابلیت عرضه می‌یابد و جنگ تلویزیونی به دلیل قابلیت‌های این قالب خاص، ظرف بسیار ارزشمندی

برای پوشش دادن به تنوع موضوعی و معنایی پهنه فرهنگ مردم ایران است. در مجموعه‌های سلسله‌ای جنگ‌های تلویزیونی با توجه به گستردگی دامنه و پوشش مخاطبان بعضی شبکه‌ها، می‌توان عناصر ارزشی را در قلمروهای مادی و معنوی فرهنگ گوشه گوشه ایران با استناد به اسناد محکم موجود، بازشناسی و بازآفرینی کرده، تداوم بخشید؛ البته نه به شکل جنبی و بی‌روح و در ساعات مرده پخش‌های تلویزیونی، بلکه با ممتازترین شکل و با سرمایه‌گذاری‌های جدی برای پشتوانه‌های پژوهشی و دقت مسئولانه در کیفیت پرداخت تا مردمان شهرنشین ایران و جهان به مهمانی زیبایی‌های محرز فرهنگ دیرین ایران دعوت شوند. به طور قطع، تنوع آیت‌های جنگ تلویزیونی، می‌تواند با تنوع موضوعی فرهنگ مردم، سازگاری محرز داشته باشد.

### میزگرد تلویزیونی و بررسی تحلیل مباحث فرهنگ عامه ایران

یکی از موفق‌ترین اقدامات برنامه‌سازی در رسانه‌ها، نشست‌های رادیویی و تلویزیونی و برگزارکردن میزگردهای کارشناسی در خصوص موضوعات مختلف علوم انسانی است. تأثیر این‌گونه برنامه‌ها را می‌باید در بین مخاطبان اصلی و ویژه این‌گونه برنامه‌ها جستجو کرد. معمولاً برای دانشجویان و علاقه‌مندان به مباحث مختلف در برنامه‌های تحلیلی و کارشناسی نکات قابل توجهی، محور مباحث قرار می‌گیرند که معمولاً می‌توانند مکمل فراگرفته‌ها و مفاد درسی و تحصیلی قلمداد گردند.

بحث فرهنگ با زیرمجموعه‌هایی نظیر میراث فرهنگی (cultural heritage)، انطباق فرهنگی (cultural adaptation) مدل‌های فرهنگی (cultural-models)، انگاره فرهنگی (cultural-pattern)، فرهنگ‌مداری (culturalism)، فرهنگ‌پذیری (acculturation)، فرهنگ توسعه (culture of development) فرهنگ‌زدایی (deculturation) و بسیاری از مفاهیم دیگری شبیه «بی‌فرهنگ» (inculture)، خرده‌فرهنگ (subculture) و سیاست فرهنگی (cultural politics)، فرهنگ توده (mass culture) و (popular

(culture) و در نهایت فرهنگ عامه<sup>۱</sup> (folklore) و حقوق فرهنگ عامه، جزء ضروری ترین مباحث قابل طرح خواهد آمد.

در بحث «فرهنگ مردم»، بخش مادی فرهنگ و ادبیات شفاهی محورهای کلیدی مباحثات هستند که مخاطبان دریابند چه ارتباطی بین دو بخش مادی و معنوی فرهنگ مردم وجود دارد؛ شگفتی های علمی در کاریزسازی، قنات ها، پل ها، معابر، سدها و ابنیه مختلف چه ارتباطی با توانمندی های مشهود در باورها، قنات ها، سنت ها، مراسم و مناسک دارد و چگونه رفتار جمعی نسل های پیشین صمیمانه بوده و زندگی به دور از دغدغه های هزاررنگ امروزی سپری می شده است. برای آنکه با دنیای جدید هماهنگی و هم آوایی صورت گیرد، چه عناصری از فرهنگ عامه، ضرورت های معرفی و احیا را دارند یا کدام یک نقش های اجتماعی خود را از دست داده و لاجرم رسانه ها در قبال کدام یک از مفاهیم گسترده فولکلور ایران مسئولیت پرداخت تحلیلی برای معرفی، زنده کردن و انتقال به نسل های نوین را به عهده دارند.

فرهنگ مردم ایران، شاخص قابل توجهی در هویت ملی است و خصلت انتقال سینه به سینه و نسل به نسل آن، حکایت از ریشه های تنومندی در اعماق تاریخ و فرهنگ ایران دارد. بنابراین بحث در این قلمرو برای شبکه های رادیویی و تلویزیونی ضروری است و بخصوص برای مسئولین واحدهای تولیدی که عنوان «فرهنگ» را نیز با خود همراه دارند.

میزگردهای تحلیل و بررسی، زمینه ای مقبول برای مخاطبانی است که می خواهند تعریف های علمی از مفاهیم فرهنگ عامه دریافت کنند و تمایز حوزه های فرهنگی و وجوه مشترک یا تمایز عناصر فرهنگی در اقوام مختلف ایران را بازشناسند. به راستی در

۱. آنچه که امروزه محافل فرهنگی جهان بویژه سازمان جهانی یونسکو به آن معترف و در جهت استیفای آن کوشا هستند، موضوع «حقوق فرهنگ عامه» است، به این معنا که فرهنگ عامه یا دانش عامیانه (فولکلور) و خرده فرهنگ های اقوام مختلف، چون در کلیت فرهنگ جامعه مؤثرند و در مجموع فرهنگ عامه را در سطح ملی رقم می زنند بازشناسی، احیای جنبه های ارزشی و مؤثر آنها و انتقال به نسل های بعدی ضروری است و حتی در صورت داشتن قابلیت های لازم می توان آنها را اشاعه داد.



تغییرات روزافزون دنیای نوین، فرهنگ‌های منطقه‌ای چگونه و تا چه حد دستخوش تغییر خواهند بود؟ چه رابطه‌ای میان سیاست‌گذاری‌های دولتی و تحولات فرهنگی وجود دارد؟ آیا فرهنگ عامه ایران، اسیر یک امحای قهری و جبری است؟ آیا فرهنگ بیگانه، تهاجمی است یا آنکه تغییرات و تحولات و استحاله‌ها در حال انجام است اما حرکت کند تغییرات فرهنگی، به کسی هشدار نمی‌دهد؟ در این میان رسانه‌های خودی چه مسئولیت و رسالتی در باب حراست از عناصر فرهنگ عامه ایران به عهده دارند؟ تاکنون چه کرده‌اند و چه محصولی عاید شده است؟ بعد از این چه خواهند کرد و آیا حیثاً جنبه‌های مثبت و روشن فرهنگ عامه در برابر تهاجم فرهنگی فراهم می‌آید؟ رها ساختن یکباره آن چه تخریب‌هایی را در پی خواهد داشت؟

آنچه جای تردید نیست، ضرورت حفظ کیان و ارزش‌های سنتی و دیرین فرهنگی است؛ یعنی حراست از آن مفاهیمی که امروزه انسان مسلمان ایران بدان هویت یافته و بر آن سوابق آبرومند تکیه زده است. بنابراین برای مصون ماندن این میراث ارزشی «انسان باید نسبت به هویت خویش، گذشته و تاریخ و مسیر تحولات و مسیر جنبه‌های روانی، اخلاقی و اجتماعی خود آگاهی داشته باشد و آن را به عنوان جزیی از وجود خود باور کند. همین شناخت را نیز باید خود افراد جامعه متناسب با سن و سال و وابستگی اجتماعی و طبقاتی خود نسبت به جهان خارج عموماً و فرهنگ مهاجم خصوصاً داشته باشند.

با بهره‌گیری از این دو آگاهی، عوامل حافظ «تعادل جاری» درون انسان شکل می‌گیرد، ولی این امر لازم، به هیچ‌وجه کافی نیست. روش‌های روز به روز نوشونده و سازو برگ‌های تهاجم، آگاهی لازم را که انسان باید روز به روز به آنها دست یابد، ضروری می‌سازد. در این بخش وظیفه سنگین بر دوش مجریان و دست‌اندرکاران رسانه‌های جمعی است.» بنابراین باید گفت حداقل در جلسات میزگردهای تلویزیونی که مخاطبان خاص خود را دارند، این ظرایف مورد مذاقه و تفصیل و رهنمایی قرار گیرند.

علاوه بر موضوعات کلان، نکات ظریف‌تری برای بررسی وجود دارد که به درونمایه و توانمندی‌های برنامه‌سازان مرتبط است؛ از آن جمله اینکه تفاوت‌های عمده

برنامه‌ای که به صورت عامیانه و عوام‌زده ساخته می‌شود با برنامه‌هایی که از ارزش‌های فرهنگ عامه بهره می‌گیرد، کدام‌اند.

این بحث به سوی جایگاه جدی‌تری با عنوان تفاوت‌های برنامه‌های فرهنگی و ضد فرهنگی را می‌جوید که خود ضرورت روشن رسالت‌مندی رسانه را در باب مباحثه و مفاهیم عناصر فرهنگی نشان می‌دهد.

انسان امروز بیش از پیش محتاج شناخت پیشینه، تاریخ و احوال گذشتگان خود است، (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۱۴۸) زیرا امروز بشر در معرض هجوم و تازش بحران‌های متنوع و متعددی قرار گرفته است. این بحران‌ها از شش جهت او را محاصره کرده‌اند. «بحران معرفت» اولین و سخت‌ترین بحران‌هاست. آدمی امروزه در ورطه نسبیّت و شکاکیت در غلتیده و هیچ یقینی در دل او جز «یقین به عدم یقین» بر جای نمانده است. (رشاد، ۱۳۷۸: ۳۶)

بحران هویت، خطر جدی دیگری است و هولناکی امر در آن است که رسانه‌های محلی و منطقه‌ای این عارضه قابل توجه را، بدان منزلت که شایسته است، مورد بحث و فحص و تحلیل و رهگشایی قرار نمی‌دهند. چگونه بوده است که پیشتر نیاکان مردمان امروز، عناصر دانش، اخلاق، صفا و حسن همزیستی را بهتر در اختیار داشته‌اند؟ «هیچ یک از تمدن‌ها و فرهنگ‌های پیشین چنین مفرطانه دچار این بحران‌ها نبوده‌اند. نباید با متهم کردن بشر گذشته به جهل و غفلت، خود را راحت کنیم، زیرا با وارد کردن این اتهام به گذشتگان، هیچ چیز عوض نمی‌شود. بشر در گذشته بر بسیاری از معارف و دانش‌ها، دردها و درمان‌ها مشرف و مطلع بوده است.» (همان: ۳۸)

امروز نه تنها نباید آنها را تحقیر و استهزا کرد، بلکه با شناسایی و گزینش منطقی آنها، باید پشتوانه‌های هویتی و معرفتی انسان امروز را استحکام بیشتری بخشید.

بحث را با سخن شایسته مولانا جلال‌الدین به پایان می‌بریم؛ او که با بهره‌جویی از عناصر فرهنگ عامه و متن ساده زندگی مردم عادی، گرانسنگ‌ترین مفاهیم را به تجلی آورد و با روح و توان و احساس شایسته خود و با ثبت منظوم ادبیات شفاهی ایران، جایگاهی رفیع برای ادبیات رسمی و مکتوب این سرزمین رقم زد. داستان پیرمرد و زرگر، سه عنصر را همزمان به یاد می‌آورد:

الف- گذشتگان چه شایسته مردمان بافرهنگی بوده‌اند.

ب- امروزیان چه عجول و سهل‌انگارند.

ج- آیندگان چه دستمایه‌های اندکی از فرهنگ خود دارند.

پیرمردی قدری خرده طلا را نزد زرگری می‌برد که وزن کند. زرگر می‌گوید: جارو ندارم. پیرمرد متعجب می‌پرسد: من ترازو خواستم! زرگر می‌گوید: غربال ندارم. سرانجام پس از ابراز ناراحتی پیرمرد، زرگر اظهار می‌دارد که دست‌های لرزان تو خرده‌ریزه‌های طلا را نگه نمی‌دارد. آنها بر زمین خواهند ریخت. پس جارو لازم است که آنها را جمع کنیم و غربال لازم است تا که از خاک جداایشان کنیم. من نه استهزا کرده‌ام و نه تحقیر فقط از ابتدا، آخر را دیده‌ام.

آن یکی آمد به پیش زرگری که ترازو ده که بر سنجم زری گفت خواجه رو مرا غربال نیست گفت: میزان ده برین تسخرمه ایست گفت جارویی ندارم در دکان گفت: بس بس، این مضاحک را بمان من ترازویی که می‌خواهم بده خویشتن را کر مکن، هر سو مچه گفت بشنیدم سخن، کر نیستم تا نپنداری که بی معنیستم وان زر تو هم قراضه خرد و مُرد دست لِرزد، پس بریزد زر خرد پس بگویی، خواجه جارویی بیار تا بجویم زر خود را در غبار چون بروبی خاک را جمع آوری گوییم غلبیر خواهیم ای جری من ز اول دیدم آخر تمام جای دیگر رو از این جا والسلام

(مولانا)

بنابراین رسانه‌های فرهنگی امروز ما، در قبال آنچه میراث فرهنگی است، مسئول هستند و به فراموشی سپردن مبانی هویت ملی مردم و سکوت در برابر بحران هویت نسل نوجوان و بی هیچ استدلالی، منفعل در انتظار قهری و جبری تغییرات ناخواسته فرهنگی نشستن، عوارض و مخاطراتی جدی محسوب می‌گردند که توجه امروز را پیش از حادثه فردا خاطر نشان می‌سازد.

## منابع

### الف) کتاب

۱. خزائلی، عذرا ( ۱۳۷۵) نویسنده‌گی برای رادیو و تلویزیون ، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
۲. طباطبایی، صادق ( ۱۳۷۴) طلوع ماهواره وافول فرهنگ ، تهران: انتشارات اطلاعات.
۳. مک لوهان، مارشال (۱۳۷۷) برای درک رسانه‌ها ، ترجمه سعید آذری، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما و سروش.
۴. مولانا، جلال‌الدین محمد بلخی (۱۳۵۵) مثنوی معنوی، تهران: انتشارات امیرکبیر.

### ب) مقاله

۱. [بی‌نا]، «مصاحبه با سردبیر برنامه رادیویی دستها و نقش‌ها»، جام جم ، شماره ۱۴۲، ۲۶ مهر ۱۳۷۹.
۲. رشاد، علی‌اکبر، «اهداف گفتگوی تمدنی»، پژوهشنامه فصلنامه قیاسات، زمستان ۱۳۷۸.
۳. کریستن‌سن، آرتور، «قصه‌های ایرانی»، ترجمه ک. جهان‌داری، مجله سخن ، خرداد ۱۳۵۵.

