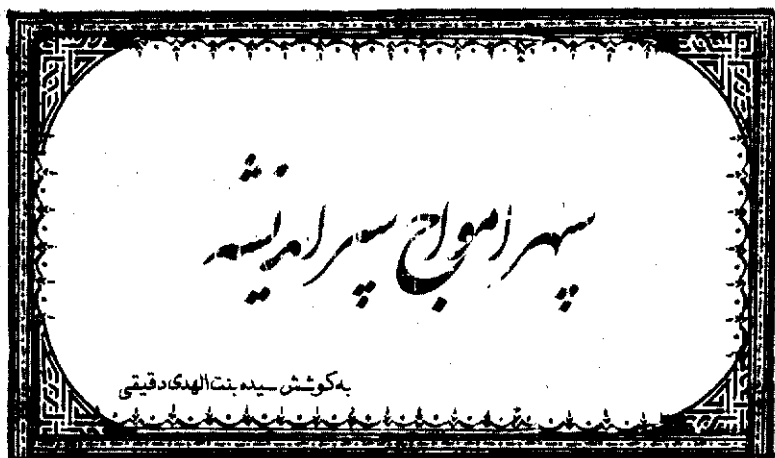


پرویش، موم انسانی، کتابت فریخی
سال بیایع علوم ار



سپهر امواج سپهر آریه

به کوشش سیده بنت الهدی دقیتی

روز یکشنبه، اول دی ماه در فرهنگسرای رسانه جلسه‌ای به بهانه رونمایی از پایگاه اینترنتی مرکز مطالعات رسانه مؤسسه همشهری تشکیل شد تا ساعتی را اساتید ارتباطات و اهالی رسانه گرد هم آیند و از دغدغه‌های شان درباره رسانه در ایران سخن گویند.

در آغاز دکتر عبدالله گیویان مدیر مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای همشهری و پدیدآورنده سایت مؤسسه همشهری از دکتر حسین انتظامی یاد کرد که تلاش‌های بسیاری برای گسترش دانش ارتباطات و نیز راه‌اندازی سایت مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای همشهری انجام داده بود. وی سپس درباره اهداف راه‌اندازی این سایت چنین گفت:

ایجاد ارتباط میان اهالی فرهنگ، ارتباطات و جامعه‌شناسی ایران، تولید دانش بومی و ایرانی در عرصه ارتباطات و همچنین کمک توأمان به دانش ارتباطات و ارتباطات دانش از اهداف اساسی این سایت بوده است.

در ادامه دکتر حسن نجسته معاونت صدای رسانه ملی به بیان و تبیین پرسش‌های اساسی در حوزه رسانه پرداخت و گفت:

امروز سازمان صدا و سیما وارد عرصه رقابتی سنگینی شده است که حتی بقای آن را تهدید می‌کند.

او پاسخ به این پرسش‌های اساسی و تجزیه و تحلیل روشن و بدون ابهام از محیط را اولین قدم برای رقابت و بقا در سپهر رسانه‌ای بسیار رقابتی حاضر دانست.

مدیر کل صدا اولین پرسش را تعیین ملاک‌های کارآمدی رسانه دانست و هشت ملاک را جهت بررسی برشمرد:

میزان مخاطب، دستیابی به اهداف، هزینه‌فایده، میزان درآمد و پایداری، مؤثر بودن، مفید بودن، کیفیت نیروی انسانی و فرهنگ سازمانی.

نایب‌رییس اتحادیهٔ رادیو - تلویزیونی آسیا و اقیانوسیه (ABU) دومین پرسش را تعیین رویکرد سازمان به فعالیت‌های رسانه‌ای دانست و در پاسخ سه رویکرد را برشمرد:

۱. رویکرد تجویزی ۲. رویکرد نیاز محور ۳. رویکرد نیاز-مصلحت‌محور.

خجسته رویکرد سازمان صدا و سیما را رویکرد سوم اعلام کرد و گفت:

در رویکرد دوم اغلب به نام نیاز، به سمت شهوت و هوس متمایل می‌شوند و از همین رو رویکرد نیاز-مصلحت نسبت به آن ارجحیت دارد.

دکتر حسن خجسته عضو هیات‌علمی دانشکدهٔ صدا و سیما، جمهوری اسلامی پرسش سوم را تعیین رابطهٔ سازمان با مخاطب یا مشتری دانست و گفت:

در رویکرد مصلحت‌گرا که رابطهٔ یک‌سویه و بر اساس مصلحت است، در مقابل رسانه مخاطب قرار دارد و در رابطهٔ مبتنی بر سود، این مشتری است که پای رسانه نشسته است. ولی در سازمان صدا و سیما که رابطه، رابطهٔ مبتنی بر سود و مصلحت با یکدیگر است، باید نام دیگری برای مخاطب یا مشتری در نظر گرفت و من آن را دوست می‌نامم.

دکتر خجسته پرسش‌های بعدی را در تبیین رابطهٔ رسانه با دین و اخلاق، جایگاه رسانه در اعیاد و وقایع و مناسک مذهبی، تعیین نسبت موسیقی با رسانه‌های مدرن و در نهایت تبیین رابطهٔ رسانه با نهادهای اصلی جامعه از جمله خانواده دانست.

پرسش بعدی مؤلف کتاب جامعه‌شناسی رادیو و رسانه این بود که نظام مطلوب کنترل و ارزشیابی در رسانه ملی چگونه باید باشد؟ او در این رابطه گفت شاخص‌های ارزیابی و ارزشیابی باید دارای اعتبار باشد و بتواند هم‌زمان اثربخشی و مفید بودن برنامه‌ها را در میان مخاطبان بررسی کند.

خجسته آخرین پرسش را راهبردی‌ترین پرسش خواند و پرسید:

تئوری هنجاری رسانه ملی چیست؟

وی ادامه داد:

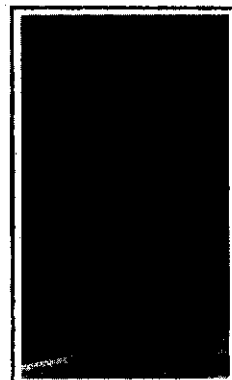
در حال حاضر از شش تئوری هنجاری بحث می‌شود. ولی هیچ‌کدام نمی‌توانند مبین و تفسیرکنندهٔ فعالیت‌های ما در رسانه ملی باشند.

ایشان دربارهٔ چهارچوب تئوریک رسانه ملی ایران گفت:

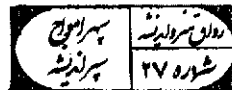
شاید بتوان ادعا کرد که اگر پاسخ این پرسش روشن شود، بسیاری از پرسش‌های پیشین پاسخ خود را خواهند یافت و بسیاری از ابهام‌ها در درون و بیرون رسانه حداقل برای مدیران و پژوهشگران رسانه ملی روشن خواهد شد.

در پایان حجت‌الاسلام دکتر سیدسعیدرضا عاملی با اشاره به توسعهٔ جهان مجازی، پایان دوران جامعه‌شناسی را اعلام کرد و دوران حاضر را دوران غلبهٔ دانش ارتباطات دانست. او دربارهٔ علت این تحول دانشی گفت:

امروز جهان مجازی به موازات جهان فیزیکی توسعه یافته است و دانش‌هایی مانند جامعه‌شناسی ابزار لازم را برای شناخت این جهان ندارند.



● دکتر عبدالله گویان



دکتر عاملی مدرس و پژوهشگر حوزه‌های ارتباطات در توضیح این مطلب افزود:
 جهان فیزیکی در جهان مجازی بازتولید می‌شود و رابطه‌ای را میان این دو جهان شکل
 می‌دهد که گاهی از جنس رابطه تکاملی است و جهان مجازی به عنوان مکمل جهان
 فیزیکی عمل می‌کند. گاهی نیز به عکس و در رابطه‌ای رقابتی، جهان مجازی زیر پای جهان
 فیزیکی را خالی می‌کند. البته گاهی نیز جهان سایبر تبدیل به فضایی برای کنترل و مدیریت
 جهان مجازی فیزیکی شده و به مدیریت بهینه این جهان کمک می‌کند.
 سید سعیدرضا عاملی در ادامه گفت:

فضای رسانه‌ای تا دوره‌های صنعت بازنمایی بوده است و اخبار وضعیت می‌کرده است.
 وی سپس با اشاره به نفوذ بی‌حد فرآیندهای رایانه‌ای در زندگی مردم و ایجاد پیوند میان صنعت
 رسانه و صنعت دیجیتال، این پرسش را مطرح کرد که آیا هنوز هم رسانه وسیله اطلاع‌رسانی و تحلیل
 اطلاعات است؟

عاملی گفت امروز دیگر با وجود فرآیندهای پیچیده simulation باید به کارکرد اطلاع‌رسانی
 رسانه با تردید نگاه کرد.

این نشست که با بهانه‌ای ساده و کوچک آغاز شده بود، در حالی که خیابان‌های شهر خیس باران
 می‌شدند و خانه‌ها خیس امواج رسانه، به سادگی هرچه تمام‌تر به کار خود پایان داد تا شاید در
 هیاهوی رسانه‌های مدرن شهری در حال گذار، فضایی برای تأمل و لحظه‌ای برای مکث و اندیشه
 پدید آمده باشد.



● حجت الاسلام دکتر سعید رضا عاملی



● دکتر حسن خجسته

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 پرتال جامع علوم انسانی

