

در طراز فضیلتها!

❖ گفت‌وگو از: محمدرضا مانی‌فر
تدوین و تنظیم: اکرم امامی

اشاره

انتقال و نهادینه‌سازی ارزش‌ها، باورها و جهان‌بینی فرهنگی جامعه در مخاطبان، از جمله کارکردهای مورد انتظار از رسانه‌ها در نزد اندیشمندان، صاحب‌نظران و افکار عمومی جامعه است. به دیگر سخن، رسانه‌های مختلف با دامنه‌ای از مأموریت‌ها و وظایف خود، دارای جایگاه و نقشی مناسب در شناساندن، انتقال و درونی‌سازی هنجارهای جامعه در نزد مخاطبان هستند تا با جامعه‌پذیری متناسب به مشارکت‌کنندگانی فعال در این عرصه تبدیل شوند و بتوانند به بسط و گسترش آن ارزش‌ها و هنجارها در عرصه اجتماعی و فرهنگی جامعه بپردازند.

رادیو به منزله رسانه‌ای فراگیر و حاضر در هر مکان و اخلاق به منزله سرچشمه ارزش‌سازی‌ها و باورآفرینی‌های فرهنگی در جامعه، می‌تواند در بستگی و پیوند با یکدیگر به تأثیر و تأثیری متقابل دست یابد؛ از یک سو، رادیو می‌تواند از پوشش گسترده و فراگیر و بیان ساده و صمیمانه خود در انتقال و اشاعه ارزش‌ها و هنجارهای مطلوب بهره‌گیر و به اثرگذاری شایسته بر جامعه و مخاطبان دست یابد و از سوی دیگر، متولیان و مسئولان دست‌اندرکار می‌توانند با درک و دریافت درخور از ظرفیت‌های پیدای و پنهان رسانه‌ای چون رادیو و پشتیبانی محتوایی از روند برنامه‌ریزی‌ها و برنامه‌سازی‌ها به تحقق آمال و اهداف موردنظر خود بپردازند.

چگونگی تعامل میان دو حوزه تأثیرگذار و هویت‌آفرین رسانه‌ای «رادیو» و «اخلاق» و آموزه‌های آن، آنچنان‌که اخلاق به‌عنوان «نمود» فعالیت‌های رسانه‌ای صدای جمهوری اسلامی و ایستگاه‌های رادیویی مختلف آن به‌شمار رود، از جمله دغدغه‌های دست‌اندرکاران سیاستگذار و برنامه‌ریز است تا از رهگذر آن، حضوری اعتمادساز و فعالیتی پرثمر در طراحی، تدوین و ارائه پیام‌های رادیویی متناسب به‌دست‌آید و با «حفظ مخاطبان فعلی و جذب مخاطبان جدید»، سرآمدی و تشخیص در حیطه انجام فعالیت‌ها نصیب آنها شود. میزگرد پیش‌رو در چنین راستایی برگزار شده است و می‌کوشد به طرح دغدغه‌های برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان در چنین عرصه‌ای بپردازد:

● نشست «بررسی اخلاق در پرتو افق رسانه» را آغاز و در ابتدا از حضور دوستان تشکر می‌کنم.

همانگونه که دوستان و همکاران واقفند، رسانه‌ها در جامعه با کارکردهایی مختلف شناخته می‌شوند؛ گرچه کارکردهای اصلی رسانه‌ها که دیگر کارکردها از دل آنها برمی‌خیزند، کارکردهای اطلاع‌رسانی و خبری، آموزشی، تفریحی و سرگرمی است. البته رسانه‌های مختلف در پرتو مأموریت‌ها و وظایف خود کارکردهای دیگری بر مبنای این کارکردها تعریف می‌کنند. سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران هم به منزله رسانه‌ای ایدئولوژیک از این اصل و قاعده مستثنی نیست. از این روست که همگام با دوره جدید فعالیت‌های رسانه ملی که براساس رهنمودهای رهبر فرزانه انقلاب اسلامی، به منزله سیاستگذار عالی، می‌کوشد بر پایه کارکردهای مشخص خود به دستیابی به این هدف بیندیشد که «دین، اخلاق، امید و آگاهی» را نمود فعالیت‌های گسترده خود سازد. در این میان، مسئله اخلاق، به‌ویژه در نظامی که نظامی دینی است و بر پایه ارزش‌ها، باورها و جهان‌بینی فرهنگی بومی خود می‌خواهد به فعالیت بپردازد، دارای اهمیت بسیاری است.

گرچه همگان درباره چنین اهمیت و ضرورتی سخن می‌گویند، اما شاید بتوان گفت در این باره به صورتی مشخص در عرصه رسانه اظهار نظر کرده، سخن گفته‌اند. از این‌رو، در این نشست تصمیم گرفتیم درباره جایگاه و نقش رادیو در ارائه و نهادینه‌سازی شاخص‌ها و معیارهای اخلاقی مشخص که مورد تأکید سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان ارشد رسانه ملی است، در جامعه سخن گوئیم. پرسش نخستین را از علیرضا دباغ می‌پرسم که آیا فکر می‌کنید رسانه‌ها به‌ویژه رادیو در روزگار ما تا چه اندازه می‌توانند به بسط، گسترش و نهادینه‌سازی ارزش‌های اخلاقی در جامعه بپردازند؟

■ علیرضا دباغ: بهتر بود بحث را از دیگر دوستان آغاز می‌کردید، چون من درباره این موضوع دارای موضع انتقادی هستم. بنابراین، ترجیح می‌دهم ابتدا دوستان صحبت کنند و بعد من درباره این مسئله صحبت کنم. من از زمانی که شما از من دعوت کردید که در این نشست شرکت کنم، در این باره فکر بسیار کردم و علی‌رغم آنکه خیلی فرصت مطالعه زیادی ندارم، اما تلاش کردم به منابعی هرچند اندک دسترسی پیدا کنم. واقعیت آن است که، ما در مباحث اصلی و دانشگاهی که در حوزه رسانه‌ها مطرح می‌شوند، کارکردهای اخلاقی را جزء کارکردهای رسانه‌ها در نظر نمی‌گیریم.

شاید ما بتوانیم اخلاق را به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از مباحث اطلاع‌رسانی بنگریم. اما از بُعد کارکردگرایی که مدنظر شماست، واقعاً مبحث جدیدی است. البته در این سه دهه‌ای که از پیروزی انقلاب گذشته و با تغییر نامی که «رادیو و تلویزیون ملی ایران» به «صداوسیما جمهوری اسلامی ایران» یافته است، طبیعی است که انتظار ما از سطح فعالیت‌های معمول رسانه ملی بسیار بالا رفته است؛ چون وقتی پسوند «جمهوری اسلامی ایران» اضافه می‌شود، با تأکید بر اسلامی بودن نظام مقدس جمهوری اسلامی توقعی بحق است که دیگر موارد غیردینی و غیراخلاقی، به‌ویژه در ایستگاه‌های رادیویی مختلف پخش نشود. با وجود آنکه به دنبال آن هستیم که به چنین تعالی دست یابیم، الان بعد از سه دهه که از پیروزی انقلاب اسلامی گذشته است، همچنان جزء اهداف ما آمده است که باید بیش از پیش در پی تحقق دین، اخلاق، امید و آگاهی در پرتو کارکردهای برنامه‌سازی خود در رسانه ملی باشیم.

بنابراین، کاری دشوار در پیش روست؛ به این دلیل که هیچ‌کس تا کنون چنین آرمان‌ها و اهدافی را تئوریزه نکرده است. الان اگر شما می‌خواهید به جمع‌بندی مناسب در این باره دست پیدا کنید، باید نظرات موافقان، مخالفان و منتقدان را هم مدنظر قرار دهید. جمع‌بندی در این باره کاری دشوار است. از این‌رو من ترجیح می‌دهم صحبت‌های دیگر دوستان را هم بشنوم.

● آقای محمدی‌خانی! آقای دباغ به نکته‌ای اشاره کردند که شاید بتوان از آن به‌عنوان یکی از آسیب‌ها و کاستی‌های

فعالیت‌های رسانه‌ای یاد کرد که همانا فقر منابع مطالعاتی برای تدوین یک چارچوب نظری منسجم است. طبیعی است وقتی انسان در چنین هنگامه‌ای گرفتار می‌شود، نیازمند بهره‌گیری از اندیشه‌ها، نظرها و تجربه‌های دیگران در عرصه برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی است.

شما که نزدیک به دو دهه در رادیوهای ما دارای پیشینه و تجربه فعالیت حرفه‌ای هستید، فکر می‌کنید اگر بخواهیم تغییرات و تحولاتی را که در عرصه‌های سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی رادیوهای ما در سال‌های گذشته رخ داده است، در نظر بیاوریم، تا چه اندازه توانسته‌ایم اخلاق را به‌درستی بشناسیم و سپس بسط و گسترش و در نهایت، نهادینه‌سازی آن را در اندیشه، ذهن و رفتار مخاطبان هدف خود پیگیری کنیم؟

■ اکبر محمدی‌خانی: من می‌خواهم موضوع را از پیش از طرح موضوع رسانه و اخلاق آغاز کنم. ما در مباحث خود در جلسات رسمی از چهار واژه «دین، اخلاق، امید و آگاهی» به‌عنوان موضوع و گاهی به‌عنوان محور یاد می‌کنیم. البته باید به تعریفی مشترک از این واژگان دست یابیم و از خود بپرسیم که آیا این واژگان، محور یا مسئله هستند؟ گرچه تعریف مسئله از نگاه علمی ممکن است دارای تعریف‌های گوناگون باشد. اگر ساده‌ترین تعریف را بپذیریم، مسئله اعم از امری است که از ترتیب و نظم عادی خود خارج شده است. هرچه شدت مسئله بالاتر رود، به بحران نزدیک‌تر می‌شود و هرچه پایین‌تر باشد، مسئله می‌ماند. مسئله اگر در حوزه فردی باشد، می‌گوییم مشکل فردی است و اگر در حوزه گروهی باشد، می‌گوییم مشکل گروهی یا صنفی است. اگر در سطح ملی باشد، ملی و اگر جهانی باشد، جهانی است. من معتقدم اخلاق، مسئله است و موضوع نیست. حتی محور هم نیست؛ چراکه رهبر فرزانه انقلاب اسلامی به گونه‌ای مسائل اساسی جامعه ایران را در زمان و مکانی مشخص که ایران دهه هشتاد و نود شمسی است، مطرح کرده‌اند.

طرح چهار موضوع «دین، اخلاق، امید و آگاهی» به طور حتم مستظهر به پیشینه قبلی است و کارشناسی‌هایی صورت گرفته است که در



واقعیت آن است که من اخلاق را مسئله امروز جامعه نمی‌دانم. به نظر من، اخلاق پدیده‌ای است که متعلق به زندگی روزمره ماست. مثل آنکه ما خرید می‌کنیم؛ نفس می‌کشیم؛ و سلام می‌کنیم؛ و علیک می‌کنیم؛ اخلاق هم همان اندازه برای زندگی ما لازم و عادی است و مسئله نیست.

این اتفاق خواهد افتاد. بستگی دارد به عملکرد مجموعه دستگاه‌های فرهنگی کشور که در این امر متولی هستند: نهادهای خانواده و آموزش و پرورش، و دیگر دستگاه‌های فرهنگی جامعه.

● **به خانم عادلین می‌رسیم. محمدی‌خانی در صحبت‌های خود به چند نکته به تصریح و تلویح اشاره کردند.**

نخست آنکه اشاره کردند که ما باید با مقوله‌های اخلاق، دین، امید و آگاهی به‌عنوان مسئله روبه‌رو شویم؛ یعنی پدیده‌ای که کارکرد طبیعی و منظم یک سیستم اجتماعی را مختل کرده‌است و دوم آنکه به تلویح اشاره کردند ما باید درباره جایگاه و نقش رسانه‌ها واقع‌بین باشیم و به‌گونه‌ای فعالانه با این مسائل برخورد کنیم. نه اینکه به‌قول ایشان تنها مین‌های کاشته‌شده را خنثی کنیم. شما سردبیر رادیو ایران هستید. رادیو ایران، ایستگاهی است که درحقیقت سراسر ایران را به‌عنوان یک رادیوی عمومی زیر پوشش قرار می‌دهد. برای اینکه به آن خطای بوم‌شناختی که آقای محمدی‌خانی اشاره کردند دچار نشویم و فقط آسیب‌ها و کاستی‌ها را در اطراف و محیط نزدیک خود نبینیم، شما به‌عنوان سردبیر گروه ایران و خانواده رادیو ایران تا چه اندازه اخلاق را مسئله امروز جامعه ایرانی می‌بینید؟

ناهدید عادلین: حقیقت را بخواهید، من فکر می‌کنم که اخلاق مسئله همیشگی بشر بوده است. هر کسی به نحوی در هر جامعه‌ای، اخلاق را به‌گونه‌ای تعریف می‌کند. گاهی اوقات معنای اخلاق عوض می‌شود و در هر جامعه‌ای یک معنای خاص پیدا می‌کند. واقعیت آن است که من اخلاق را مسئله امروز جامعه نمی‌دانم. به نظر من، اخلاق پدیده‌ای است که متعلق به زندگی روزمره ماست. مثل آنکه ما خرید می‌کنیم؛ نفس می‌کشیم؛ و سلام و علیک می‌کنیم؛ اخلاق هم همان اندازه برای زندگی ما لازم و عادی است و مسئله نیست. حتی اگر دارای ناهنجاری‌های اجتماعی هم باشیم، این ناهنجاری اجتماعی در همه دوران بشر هم بوده است: قتل، دزدی و دروغ، همواره وجود داشته است. اینکه آن قدر این بی‌اخلاقی زیاد شده باشد که روند عادی زندگی

چنین برداشت و نامگذاری‌هایی تأثیرگذار بوده‌اند. البته باید پرسید که آیا «اخلاق» متغیری مستقل است یا وابسته؟ باید دانست که اگر بر فرض، اخلاق متغیری وابسته است، چه متغیرهایی در آن تأثیرگذار و دخیل هستند؟ در اینجا است که می‌توانیم به جایگاه و نقش رسانه‌ها بپردازیم. داوری درباره اینکه آیا اخلاق هنجار مسلط جامعه ماست یا نه، نباید ما را به خطای بوم‌شناختی در این زمینه دچار سازد. اینکه ما و تنها دور و بر خود را ببینیم و براساس آن به داوری و قضاوت درباره مسائل اجتماعی بپردازیم، ممکن است ما را به یک جمع‌بندی برساند، که مثلاً، دزدی در جامعه زیاد شده است.

گرچه ممکن است برخی بی‌اخلاقی‌ها در حوزه‌های شهری اتفاق افتاده باشند، اما ممکن است در حوزه‌های روستایی نمودی نداشته باشند. چنین بی‌اخلاقی‌هایی چگونه باید در تولید رسانه بازتاب پیدا کنند؟ وضعیت موجود ما شاید نتیجه ناگزیر توسعه‌یافتگی در جامعه ما باشد. کارکرد رسانه‌ها در این میان چه می‌تواند باشد؟ کارکرد رسانه‌ها می‌تواند تولید و نشر اخلاق یا پوشش اطلاع‌رسانی یا پوشش تفریحی و سرگرمی باشد. اهداف رسانه‌ها می‌تواند در سه عنوان خلاصه شود: یا ایجاد رفتار باشد یا حذف رفتار و یا تقویت رفتار.

همان‌طور که آقای دباغ فرمودند، تاکنون چون کار مطالعاتی در این زمینه به اندازه‌ای وجود ندارد که برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان به یک نتیجه برسند، ممکن است چنین جلساتی کمک کند به اینکه برون‌دادی داشته باشد که ما بتوانیم در حوزه نظری هم وارد شویم. پژوهش‌های بنیادی و کاربردی می‌تواند به کمک رادیو بیاید و می‌توان از نتایج آن برنامه‌های رادیویی را استوارتر، محکم‌تر و راسخ‌تر به پیش برد. اگر بخواهیم بگوییم که رسانه نمی‌تواند تأثیرگذار باشد، آن موقع خود رسانه و فلسفه رسانه زیر سؤال می‌رود. رسانه ملی صداوسیما جزئی است از پیکره دستگاه‌های فرهنگی جامعه که رهبر فرزانه انقلاب بارها تأکید فرموده‌اند که دستگاه‌های فرهنگی باید با همدیگر هم‌افزایی داشته و همسو و هم‌محور باشند. اگر قانون توجه رسانه بر این باشد که تنها بمب‌های کاشته‌شده را خنثی کند، توانش گرفته می‌شود و احتمالاً به نتیجه مطلوب و مورد انتظار نخواهیم رسید. ولی اگر نه، همه دستگاه‌های فرهنگی هم‌سو باشند،



ما را برهم زده باشد، آن وقت است که تبدیل به مسئله می‌شود. من فکر می‌کنم که جامعه ایرانی جامعه‌ای ارزشی است و آن قدر پایه‌های اخلاق در آن قوی است که هنوز اخلاق برای آن، مسئله نشده است. معتقدان به نظریه استحکام بر این عقیده‌اند که رسانه‌ها به این زودی‌ها نمی‌توانند خلقی را ایجاد کنند، یا از بین ببرند. من فکر می‌کنم جای نگرانی در این باره وجود ندارد. جامعه ایرانی جامعه‌ای اخلاقی است؛ حتی دخترها و پسرهای جوان دارای پایه‌ها و ریشه‌های اخلاقی عمیقی هستند. آن چیزی که باید در حال حاضر نگران آن باشیم، آن است که ما در حوزه اخلاق خوب کار نمی‌کنیم. مجموعه‌ای از آسیب‌ها در این میان وجود دارد که یکی از آن آسیب‌ها این است که ما از بالا مخاطب را نصیحت می‌کنیم. گویندگان و مجریان رادیوهای ما عادت کرده‌اند که نصیحت کنند؛ گرچه اخیراً مد شده است که می‌آییم و می‌گوییم که بیاییم با یکدیگر این کار خیر را انجام دهیم. خودمان را با شنوندگان جمع می‌بندیم، برای آنکه زهر نصیحت را بگیریم. ولی واقعیت آن است که ما همیشه اغلب اوقات به‌گونه‌ای از رسانه حرف می‌زنیم که انگار از مخاطب بالاتر هستیم. اما واقعیت آن است که بینندگان و شنوندگان ما در بسیاری از موارد دارای تحصیلات بالاتر از ما هستند. حتی اگر تحصیلات آنها از ما بیشتر هم نباشد، در بسیاری اوقات پدیده‌های مختلف اجتماعی را از دیدگاه‌هایی می‌بینند که ما نمی‌بینیم؛ چرا که دارای افکار و اندیشه‌های مختلف هستند. به نظر من، آن چیزی که باید نگران آن باشیم، اکنون اخلاق نیست؛ آموزش‌های ماست که از طریق رسانه ارائه می‌شود.

◎ آقای دباغ! دو نظر و دو نگاه متفاوت بیان شد. حالا از شما می‌خواهم در این باره با توجه به تجربه‌هایی که هم در عرصه‌های برنامه‌سازی و برنامه‌ریزی در رادیو و هم در حوزه آموزش سازمان داشته‌اید، سخن بگویید و به این پرسش‌ها پاسخ دهید که آیا اخلاق را مسئله امروز جامعه ایرانی می‌دانید؟ دوم آنکه فکر می‌کنید آیا آنچنان که خانم عادلپان هم بیان کردند رسانه‌ها و به‌ویژه رادیوهای ما تنها می‌توانند جایگاه و نقش تقویت‌کننده ارزش‌های

ما در حال حاضر دچار وضعیت اخلاقی بسامانی نیستیم. اگر جامعه ما، اخلاقی، مطلوب و ارزشی بود، نیازی به آن نبود که مأموریت کنونی رسانه ملی در حوزه اخلاق تعریف شود.



نظام عملیاتی برنامه‌ریزی و اینکه همه ایستگاه‌های رادیویی، برنامه‌های آینده خود را پیش‌بینی کنند و در سطح معاونت صدا ارائه دهند و معاونت صدا هم در سطح سازمان به ارائه برنامه‌های کلان خود بپردازد، بسیار مفید و مؤثر است. البته هنگامی می‌تواند کارساز باشد که نظارت هم همه را به یک چشم ببینند.

موجود را دارا باشند؟ و سوم آنکه آیا شما هم معتقد به آن هستید که ما در تحقق کارکرد آموزشی رسانه‌ها نتوانسته‌ایم آنچنان که باید و شاید، فعالیت کنیم؟

■ **علیرضا دباغ:** این که اخلاق مسئله امروز جامعه ماست، سخنی کاملاً بدیهی است، اما خانم عادلین گفتند، اخلاق مسئله همیشگی بشریت بوده است. پیغمبر ما مبعوث شدند برای آنکه مکارم اخلاقی را ترویج کنند. بنابراین، اخلاق مسئله هر روزه ماست. این خیلی بدیهی است. اخلاق تنها مسئله رسانه ما نیست، بلکه برای ما یک تکلیف است. چون رهبر فرزانه انقلاب اسلامی گفته‌اند که حتماً درباره اخلاق در رسانه کار شود. تا اینجا مسلم است که اخلاق مسئله امروز جامعه ماست. اخلاق مسئله امروز رسانه ما هم هست. مسئله از اینجا به بعد آغاز می‌شود که در گام اول، آیا ما می‌توانیم باعث تحکیم یا تضعیف ارزش‌های اخلاقی شویم؟ و دوم اینکه آیا کارکرد آموزشی رسانه‌ها در این زمینه موفقیت‌آمیز بوده است یا نه؟

برای اینکه به این دو پرسش، پاسخ بدهیم، من مجبور هستم که مقداری بحث را بشکافم: اول بگویم من برای رسانه پرستیژی خاص قائل هستم و احساس می‌کنم آن کسانی که پایه‌گذار علوم ارتباطات بوده‌اند و رسانه‌های امروز را به‌وجود آورده‌اند، خود قائل به این امر هستند. در گام دوم، رسانه‌ها تابع مخاطب خود هستند و می‌توانند تأثیر بگذارند و تأثیر پذیرند. فرایند ارتباط اینگونه است که هم تأثیر می‌گذارند و هم تأثیر می‌پذیرند. اگر از این زاویه به قضیه نگاه کنیم، احساس من این است که در شرایط فعلی اصلاً لازم نیست که ما آموزش اخلاق بدهیم. برخی دوستان در سال‌های پیش، نظریه «مناسک رسانه‌ای» را پیاده‌سازی و عنوان کرده‌اند؛ نظریه‌ای که در این باره نامی زیبا یافت، اما در عمل، به آن پختگی لازم دست نیافت؛ چرا که اگر می‌خواست به آن پختگی لازم برسد، حداقل باید منتقدان و نظریه‌پردازان دیگری هم وارد عرصه شوند. باید دیالوگ دوسویه صورت بگیرد تا این نظریه بتواند پخته و آماده ارائه در یک مجمع علمی شود و بعد بیاید در کنار بقیه نظریه‌های ارتباطی و رسانه‌ای قرار بگیرد و محک بخورد تا ببینیم چه اتفاقی می‌افتد.

من فکر می‌کنم اگر در شرایط فعلی، سعی

کنیم خود ما هنجارهای اخلاقی را برهم نزنیم، کفایت می‌کند. در حد وظیفه رسانه لازم نیست که ما برویم و اخلاق بسازیم و یا اخلاق را به مردم آموزش بدهیم؛ آن هم از بعدی که اکنون در برنامه‌سازی‌های رادیوهای ما معمول است و رواج دارد. این به معنای آن نیست که ما آدم‌های دست و پا بسته‌ای هستیم که نباید به اصطلاح معروف وارد عرصه آموزش بشویم و یا رسانه نمی‌تواند کارکرد آموزشی داشته باشد. نه، اصلاً به این معنا نیست. رسانه هم می‌تواند کارکرد آموزشی داشته باشد و هم کارکرد اطلاع‌رسانی. منتها پیچیدگی مسائل اخلاقی منجر به آن می‌شود که من بگویم ما باید با احتیاط بسیار بسیار زیاد وارد این عرصه بشویم.

ما اخلاق را همان‌طور که آقای محمدی‌خانی هم اشاره کردند، باید در هر دو شکل آن در نظر بگیریم: هم اخلاق فردی و هم اخلاق اجتماعی. به اعتقاد شخصی من، رسانه‌ها اصلاً نباید وارد عرصه اخلاق فردی شوند. اگر به عرصه اخلاق اسلامی نگاه کنیم، درمی‌یابیم که در بُعد فردی همیشه تابع مجموعه‌ای از ضوابط هستیم. مجموعه‌ای از معیارها وجود دارد که دقیقاً به روحیات فردی هر شخص برمی‌گردد. بنابراین، بُعد فردی تابع شرایط روحی افراد است. به نظر من رسانه اصلاً نباید وارد چنین عرصه‌ای شود. متأسفانه رسانه‌های ما خیلی زیاد وارد این عرصه می‌شوند. این امر، پاشنه آشیل رسانه‌های ما در آینده خواهد بود. اگر لازم باشد، من بیشتر چنین آسیبی را بسط می‌دهم.

● پس شما معتقد به آن هستید که رسانه باید به اخلاق اجتماعی بپردازد تا آنکه بیشتر به اخلاق فردی تأکید ورزد.....

■ **علیرضا دباغ:** نمی‌گویم حالا بیشتر به این تأکید ورزد. من می‌گویم که اگر تأکید رسانه‌ها به سمت مسائل اخلاق فردی برود، اشتباه است که در حال حاضر اینگونه است. اما آن چیزی که مغفول مانده و کمتر به آن پرداخته شده است و اتفاقاً شاید رسانه در آن زمینه بتواند بیشتر وارد گود شود، عرصه اخلاق اجتماعی است. من می‌خواستم در این باره دو مثال بزنم: فرض بفرمایید که ما در احادیث، روایات و تعالیم علما و عرفا داریم که اگر شما می‌خواهید گرهی از زندگی شما باز بشود، فلان ذکر را بخوانید.

اینجاست که باید ببینید این را چه کسی به چه کسی می‌گوید. همین تسبیحات عام حضرت زهرا (سلام‌الله علیها) که همه به آن توجه می‌کنند و بر آن تأکید می‌ورزند، اگر شما به صورت کلی به آن نگاه کنید، ذکر خوبی است که آثار معنوی خاص خود را هم دارد. اما من اعتقاد دارم که براساس تعالیم اخلاقی اگر انسان صاحب‌نفسی هم به شما تکلیف کند که شما این ذکر را بگو، به این منظور خاص، مسئله کاملاً فرق می‌کند. در تعالیم اسلامی، ما اینها را به صورت کامل داریم. حتی ذکرهای عام‌تر، ذکر لاله‌الله ذکر خیلی بزرگی است و خیلی راحت در رادیو یا تلویزیون می‌گویند و می‌گویم که آقا امروز مثلاً ۱۰۰ مرتبه بگو لاله‌الله. شما خیلی راحت می‌بینید که یک گوینده نشسته است و می‌گوید، امروز ۱۰۰۰ صلوات نذر کنید تا کار شما درست بشود. اما در مقابل، مجموعه‌ای از مسائل اخلاقی اجتماعی وجود دارد که رسانه‌ها باید به آن بپردازند و اگر به آن نپردازند، غفلت کرده‌اند؛ مانند: رعایت حقوق دیگران. رعایت حقوق دیگران که در مباحث فقهی به عنوان حق‌الناس به آن پرداخته می‌شود، کاملاً بعد اجتماعی دارد. ما باید حقوق دیگران را بشناسیم و به آن احترام بگذاریم و روی آن کار بکنیم. در رسانه هم می‌توانیم اینها را به اطلاع مردم برسانیم و روی آن کار بکنیم و مردم را تشویق و ترغیب کنیم. بنابراین، خواهش من این است که دوستان درباره این قضیه اظهارنظر کنند که آیا ما بعد اخلاق فردی را در آموزش‌های رسانه‌ای از اخلاق اجتماعی جدا بکنیم یا نه؟ و دوم اینکه آیا در همان بحث اخلاق، آیا ما باید آموزش بدهیم یا اینکه باید از آن احتراز بکنیم که شاید آموزش غلط بدهیم؟ این هم بحثی جدی است.

● **آقای محمدی‌خانی!** آقای دباغ به اخلاق فردی و اجتماعی تأکید کردند و اشاره‌ای به جایگاه و نقش رادیو در فرایند آموزش داشتند. جالب آن است که در اولویت‌بندی‌هایی که سازمان صداوسیما هم درباره رهنمودهای رهبر فرزانه انقلاب انجام داده است، پنج اولویت را در عرصه اخلاق برشمردند که به نظر می‌رسد به دیدگاه آقای دباغ نزدیک‌تر است. چون در اولویت‌های پنجگانه‌ای که بیان شده است، ادب،

ساده‌زیستی و قناعت، احترام به والدین و بزرگ‌ترها و رعایت حق‌الناس و برنامه‌سازی درباره تعاون و همکاری و اهتمام به حل مشکلات دیگران به‌عنوان سرفصل‌های اولویت‌های اخلاق در نظر گرفته شده است. من می‌خواهم رفته‌رفته وارد عرصه فعالیت‌های اکنون شما در رادیو ورزش بشوم.

ما امروزه در عرصه ورزش این مرز و بوم، به ویژه عرصه ورزشی پرطرفدار مانند فوتبال دچار مجموعه‌ای از چالش‌های اخلاقی شده‌ایم. خود شما بهتر می‌دانید از وضعیت ورزشگاه‌ها گرفته تا وضعیت چگونگی برخورد دست‌اندرکاران، هر روز خبرهایی از رسانه‌های ما پخش می‌شود که نشان‌دهنده آن است که مسئله اخلاقی حداقل در عرصه ورزش در کشور ما به‌وجود آمده است. حتی کار به جایی رسیده که نسبت دروغ‌گویی و اتهام‌هایی از این دست میان دست‌اندرکاران رد و بدل می‌شود. فکر می‌کنید در چنین شرایط و فضایی، رادیویی مانند رادیو ورزش با مأموریت‌ها و وظایف تخصصی در عرصه ورزش اگر بخواهد به آنچه گفته شد، وارد شود و لااقل اولویت اول، یعنی ادب را در این عرصه ترویج و گسترش دهد، چه جایگاه و نقشی می‌تواند در عرصه تخصصی خود داشته باشد؟ خود شما به عنوان یک دست‌اندرکار و برنامه‌ریز آیا تاکنون به چنین ضرورتی اندیشیده‌اید؟

■ **اکبر محمدی‌خانی:** ما در حال حاضر دچار وضعیت اخلاقی بسامانی نیستیم. اگر جامعه ما، اخلاقی، مطلوب و ارزشی بود، نیازی به آن نبود که مأموریت کنونی رسانه ملی در حوزه اخلاق تعریف شود. اما ورزش به معنای امروزی، پدیده‌ای وارداتی است. وقتی پدیده‌ای وارداتی است، مانند الگوهای توسعه، همه خوبی‌ها و عوارض خود را به همراه می‌آورد. گرچه الگوهای توسعه، جلگی در جامعه‌ای خاص، جواب داده‌اند و با فرهنگ و نظام ارزشی و هنجاری مکانی خاص سازگار بوده‌اند، اما وقتی به اینجا می‌آیند، دچار تغییر می‌شوند. کسب سود و منفعت در ورزش حرفه‌ای ما

ارزش مسلط است. می‌گویند هدف، وسیله را توجیه می‌کند. حالا ما باید بگوییم اسم شما، قهرمان و رسم شما، پهلوانی است. ورزش باید بوی محلی به‌خود بگیرد. باید بگوییم که در نظام ارزشی ما اینگونه هم نیست که شما هرکاری خواستید، انجام دهید. مثلاً وقتی فوتبالیستی در سال گذشته در تیم فجر مقاومت شهید سپاسی یک موقعیت نصف و نیمه را به دلیل آسیب‌دیدگی بازیکن تیم مقابل، گل نکرد، باید می‌پرسیدیم که علت آن چه بود یا نه؟ اما رسانه چنان آن را در بوق کرد که انگار پدیده‌ای بی‌نظیر بود. اما ممکن بود همان بازیکن برای کسب سود این کار را کرده باشد.

می‌توانست گل نزند، اما شاید برای کسب پرستیژ این کار را کرده باشد؛ گل زده است تا قهرمان ملی شود. البته، همه تقدیر و تشکر کردند و موجی رسانه‌ای به راه افتاد. تأکید می‌کنم که ظرف و مظهرمان یکی نیست. چیزی را وارد کرده‌ایم، اما آن بستر و فرهنگی که باید بر آن مسلط باشد و آن را در داخل خود هضم و بومی کند، هنوز اتفاق نیفتاده است. اسم آن را هم گذاشته‌ایم لیگ حرفه‌ای و مدام آن را مقایسه می‌کنیم با لیگ حرفه‌ای انگلستان. این را هم برای خودمان یک ارزش می‌دانیم که ما هم لیگ حرفه‌ای داریم. اتفاقاً می‌گویند که در اروپا هم اینگونه اتفاق‌ها می‌افتد. آخر اروپا با ایران تفاوت دارد. نظام ارزشی و نظام هنجاری آنجا با قاعده بازی ما تفاوت دارد.

زمانی من، برنامه‌ساز بودم. همیشه در عرصه ورزش می‌گفتند و اکنون هم می‌گویند که سرمربی خارجی بهترین گزینه برای سرمربیگری تیم‌های ملی است.

من به مجری گفتم، بگو که اگر خارجی‌ها تا این اندازه خوب هستند، ما بیاییم به‌جای سرمربی خارجی، چند تا مدیر خارجی بیاوریم. آن چیزی که کانون توجه ما در **رادیو ورزش** است و گزارش‌های نظارتی و گاه نظرسنجی‌های مختلف هم بر آن تأکید دارد، نشان‌دهنده آن است که علی‌رغم اینکه مخاطب ما به حاشیه‌های زرد بسیار علاقه‌مند است، اما ما تا آنجایی که ممکن است دروازه‌بانی خبر می‌کنیم؛ یعنی ما هر خبر زردی را به صرف آنکه مخاطب بیسندد، برجسته نمی‌کنیم. حتی اگر بخواهیم طرح کنیم، حتماً در کنار آن تحلیلی هم می‌آوریم؛ فضایی ایجاد می‌کنیم و در تقبیح و نادرستی آن حاشیه

می‌کشیم. این رویکرد مجموعه رادیو ورزش است.

■ **خانم عادلین!** در میان اولویت‌های اخلاقی برشمرده‌شده از سوی رهبر فرزانه انقلاب اسلامی که از سوی رئیس رسانه ملی ارائه شده است، احترام به والدین و بزرگ‌ترها و حرمت پدر و مادر در نهاد خانواده به منزله اولویت مطرح شده است. به نظر می‌رسد شما که در گروه ایران و خانواده رادیو ایران حضور دارید، بیش از دیگر دست‌اندرکاران حاضر در این عرصه می‌توانید دارای جایگاه و نقشی مؤثر باشید. فکر می‌کنید خانواده با آن مفهومی که حداقل در دهه گذشته داشته است، همچنان در جامعه امروز ایرانی معنا و مفهوم دارد؟ و دوم آنکه فکر می‌کنید رسانه‌های ما اگر تغییری در عرصه خانواده رخ داده است، چگونه باید با این مسئله ابتدا روبه‌رو شوند تا بتوانند در عرصه نهادینه‌کردن ارزش‌هایی چون: ادب و احترام در خانواده، به‌ویژه از سوی فرزندان به پدر و مادر و در کوتاه سخن، کوچک‌ترها به بزرگ‌ترها فعالیت کنند؟

■ **ناهد عادلین:** درباره آنکه آیا اخلاق مسئله امروز جامعه ماست یا نه، لازم است که توضیحی کوتاه بدهم. به آن سبب که وقتی ما درباره مسئله بودن یا نبودن چیزی حرف می‌زنیم، رویکرد برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان هم قاعده‌تاً نسبت به آن متفاوت می‌شود. من معتقدم همان‌طور که آقای دباغ فرمودند مسئله اخلاق در حال حاضر از جنس وظیفه برای رسانه ملی است، نه از جنس مسئله و مشکل. به همین خاطر هم هست که رهبری فرزانه در رهنمودهای خود فرموده‌اند که اخلاق باید جزء وظایف رسانه ملی قرار گیرد. در واقع، به آن سبب که ایشان ۱۰ تا ۲۰ سال آینده را می‌بینند، ما نباید در تحقق چنین وظیفه‌ای تنها به خنثی کردن مین‌ها اکتفا کنیم و حالتی انفعالی داشته باشیم. جامعه ما به حوزه‌های جدید وارد می‌شود و در نتیجه، وظایف جدیدی هم برای رسانه‌ها تعریف می‌شود. اینگونه است که مسئله اخلاق مطرح شده است.

■ **اکبر محمدی‌خانی:** اما اخلاق الان در حال تبدیل شدن به مسئله است...
■ **ناهد عادلین:** من هم با این نظر موافقم.

به همین خاطر است که در گفته‌های خود از واژه «مسئله» استفاده می‌کنیم...

● **من پرسشی از شما در این میان دارم: آیا شما به عنوان کارشناس ارشد ارتباطات و سردبیر گروه ایران و خانواده رادیو ایران، با مسئله‌ای به نام بی‌اخلاقی در جامعه امروز ایران مواجه شده‌اید و آن را در بازخوردهای تلفنی و پیامکی مخاطبان و شنوندگان برنامه مشاهده می‌کنید؟**

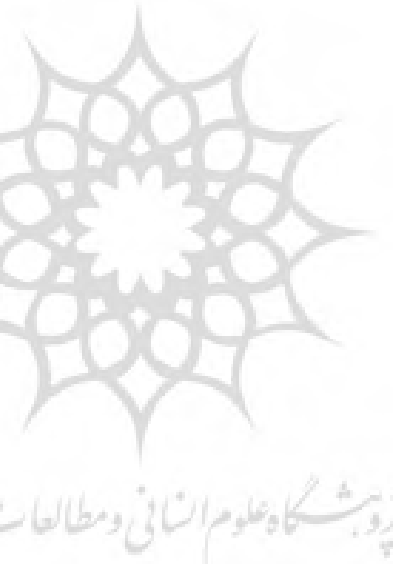
■ **ناهِید عادلین:** عرض من آن است که در همه جوامع، بی‌اخلاقی وجود دارد. به نظر من، جامعه ایرانی جامعه‌ای ارزشی است و بی‌اخلاقی در آن، خیلی کمتر از دیگر جوامع است. شاید وقتی ما به خارج از کشور برویم، خیلی از چیزهایی را که در آنجاست، نتوانیم تحمل کنیم...

■ **اکبر محمدی‌خانی:** آیا وضعیت موجود ما همچنان همین برداشت و تصویری را ایجاد می‌کند که شما از اخلاق و بی‌اخلاقی در جامعه امروز ما نسبت به جوامع دیگر ارائه دادید؟

■ **ناهِید عادلین:** به طور حتم تغییر یافته است؛ چراکه به حوزه‌های جدید وارد شده‌ایم. در دهه گذشته، خانم‌ها تا این اندازه به حوزه‌های ورزش - به‌ویژه فوتبال - وارد نشده بودند. حتی تا این اندازه به حوزه‌های اجتماع و سیاست هم ورود نکرده بودند. اما در حال حاضر وضعیت به‌گونه‌ای است که خانم‌ها بر سر رنگ‌های آبی و قرمز با یکدیگر رقابت می‌کنند. ما به آن سبب که وارد حوزه‌های جدید شده‌ایم، به نظر می‌رسد که با بی‌اخلاقی‌های بیشتری هم مواجه شده‌ایم، اما واقعیت آن است که آن‌قدر این ارزش‌ها در درون ما نهادینه شده است که صدها سال طول می‌کشد تا تغییر یابد؛ چرا که از سال‌های بسیار قبل و از قرن‌های پیش، جامعه ایرانی جامعه‌ای دینی بوده است. دین، اخلاق و معنویت در جامعه ایرانی بسیار به هم پیوسته‌اند.

● **حال در جایگاه مقایسه خانواده امروز ایرانی با خانواده دیروز چگونه به مسئله می‌نگرید؟**

■ **ناهِید عادلین:** درباره خانواده امروز ایرانی آن‌قدر مسائل و مشکلات زیاد است که به‌خاطر آن در حال حاضر، سن جوان‌های مجرد ما بالا رفته است. کسانی که می‌خواهند یا تمایل دارند در خانه‌های مجردی زندگی کنند، زیاد شده‌اند. پس مسئله ازدواج موقت بسیار مطرح می‌شود. اما



در مباحث اخلاقی، اخلاق به هیچ عنوان از دین جدا نیست. دین هم از اخلاق جدا نیست. حالا جایی است که ما احساس می‌کنیم که خیلی متدین هستیم و دیگران اینگونه نیستند و به تبع آن، ما بسیار متخلق به اخلاق هستیم و دیگران اینگونه نیستند. این آسیبی است که متأسفانه گاه کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد.

آیا درباره مسئله ازدواج موقت و خانه مجردی یا مسائلی از این دست، می‌توانیم بگوییم جوانی که به‌صورت مجردی زندگی می‌کند، یک جایی دچار بی‌اخلاقی شده است یا در معرض بی‌اخلاقی قرار دارد؟ درباره چنین تهدیدها و مسائلی باید صحبت و درباره آنها فرهنگ‌سازی شود؛ یعنی جامعه باید آن‌قدر درباره آنها فکر کند و حرف بزند تا جامعه‌ای که به حوزه‌های جدید وارد می‌شود و از مرحله گذار عبور می‌کند، با مسائلی جدید روبه‌رو می‌شود و احتیاج به آن دارد که درباره مسائل مرتبط با آن حرف بزند و سخن بگوید. شاید مسئله اخلاق برای رسانه ملی از این دید است که در حوزه خانواده دارای اهمیت و ضرورت است. واقعیت آن است که مسائلی در جامعه امروز ما وجود دارد که اگر درباره آن صحبت نکنیم، مانند آن است که زخمی بماند و نادیده گرفته شود. در این حالت، ممکن است زخم عفونت کرده، جسم را بیمار کند و آن فرد بمیرد. این به‌خاطر آن است که جامعه به حوزه‌های جدیدی وارد شده است. باید مدام درباره چالش‌های موجود در حوزه‌های جدید صحبت و گفت‌وگو شود. باید مدام مباحث فکری در داخل دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و میان خانواده‌ها مطرح و آن‌قدر درباره آن گفت‌وگو شود که جامعه به برابری فکری مشترکی دست یابد.

● **در حال حاضر فکر می‌کنید مسئله‌ای که ما در برنامه‌های رادیو کمتر درباره آن صحبت می‌کنیم، اما در جامعه امروز ما وجود دارد و به نظر می‌رسد رفته‌رفته به صورت مسئله درمی‌آید، چیست؟ لاقلاً برای مخاطبان هدف رادیو ایران چه مسئله‌ای در این حوزه وجود دارد؟**

■ **ناهِید عادلین:** به نظر من، در حوزه خانواده آن چیزی که در حال حاضر نادیده گرفته می‌شود آن است که اخلاق از کودکی در افراد درونی می‌شود. رسانه ملی ما باید خیلی به حوزه کودک توجه کند. به‌ویژه رادیوهای ما باید به حوزه کودک توجه بسیار کنند. کسانی که در کار کودک، برنامه‌ساز حرفه‌ای هستند، نباید کنار گذاشته شوند. نباید هرکسی فکر کند که می‌تواند به حوزه کودک وارد بشود؛ در حالی که با زبان کودک حرف‌زدن و چیزهایی را برای او نهادینه کردن، کار بسیار سختی است. به‌حقیقت کار متخصص رسانه‌ای است که باید در حوزه کودک سال‌های سال کار کرده و دارای تجربه

باشد. آزمون‌ها و خطاهای خود را در جای دیگر انجام داده باشد، نه اینکه بیاید و در حوزه حساس کودک در رسانه به کسب تجربه بپردازد. من تأکید می‌کنم در حوزه اخلاق خانواده، چیزی که گاه بسیار نادیده گرفته می‌شود، درونی شدن اخلاق از دوران کودکی است. ما می‌ایم مجموعه‌ای از کارتون‌ها و فیلم‌های خارجی را به فارسی دوبله می‌کنیم و برای کودکان بخش می‌کنیم و در این میان، خیلی اوقات اخلاق و به قول معروف، آن چیزی که مورد نظر کشورهای سازنده است و عرف جامعه آنها به‌شمار می‌آید، در کودکان ما درونی می‌شود و آنچه عرف جامعه خود ماست، در کودکان ما درونی نمی‌شود.

● **پیش از آنکه به سراغ آقای دباغ برویم و از ایشان پرسش کنیم، می‌خواهم بدانم آیا شما همچنان معتقد هستید که رسانه جمعی رادیو می‌تواند در عرصه طرح ارزش‌های اخلاقی و نهادینه‌سازی آن در میان کودکان دارای کاربردی نتیجه‌بخش باشد؟**

■ **ناهد عادلین:** به‌طور حتم رسانه‌ها می‌توانند در حوزه اخلاق خیلی کارها انجام دهند، اما به شرط آنکه ظرفیت‌های خود را به درستی بشناسند و به کار گیرند. اگر نگاه کنید، می‌بینید در دنیا رادیوهای کودک، فراوان ایجاد شده‌اند؛ حتی «رادیو اینترنتی کودک» هم ایجاد شده است. وقتی کودک ما به‌راحتی با اینترنت ارتباط برقرار می‌کند، درباره خیلی چیزها می‌تواند حرف بزند و بفهمد که والدینش متوجه آن نیستند.

مسلم اینکه این کودک آن قدر باهوش و تیز است که رادیو می‌تواند خیلی حرف‌ها برای گفتن داشته باشد و کودک می‌تواند از رسانه رادیو بسیاری از حرف‌های خود را بیان کند.

● **آقای دباغ به پرسشی که پیشتر مطرح کردم دوباره بازمی‌گردم: صحبت‌هایی که دیگر دوستان؛ به‌ویژه خانم عادلین بیان کردند ما را به آنجا رساند که گاهی اوقات عرف در جامعه به‌گونه‌ای سخن می‌گوید و دین به‌گونه‌ای دیگر. مجموعه مسائلی که در جامعه وجود دارد، گاهی اوقات راه‌حل‌های خوبی در متن دین دارد، اما عرف جامعه آن را نمی‌پسندد. اشاره کردند به مسئله ازدواج موقت به‌عنوان یک نمونه. شما**

به عنوان برنامه‌سازی که تجربه فعالیت در این عرصه دارید و زمانی در رادیو تهران به اینگونه مسائل می‌پرداختید، فکر می‌کنید که در این میان رسانه‌ای مانند رادیو چه کاری می‌تواند انجام دهد؟ آیا باید جانب عرف را بگیرد و آن چیزی که در دین است حداقل با اندکی خودسانسوری یا پرهیز از طرح مستقیم مطرح سازد یا نه، باید جانب دین را بگیرد و ارزش‌ها را بدون رودربایستی مطرح کند و گاهی اوقات مقابل عرف بایستد؟

■ **علیرضا دباغ:** در مباحث اخلاقی، اخلاق به هیچ عنوان از دین جدا نیست. دین هم از اخلاق جدا نیست. حالا جایی است که ما احساس می‌کنیم که خیلی متدین هستیم و دیگران اینگونه نیستند و به تبع آن، ما بسیار متخلق به اخلاق هستیم و دیگران اینگونه نیستند. این آسیبی است که متأسفانه گاه از سطح مدیریت سازمانی تا سطح برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد. ما نباید به سمت چنین ورطه‌ای حرکت کنیم و حتی به آن نزدیک شویم؛ اینکه ما عقل کل هستیم؛ ما معلم اخلاق هستیم؛ و ما هستیم که باید به دیگران اخلاق را آموزش بدهیم. از این بعد است که اعتقاد دارم ما به هیچ وجه نباید وارد حیطه آموزش اخلاقی به مردم بشویم. سطحی‌ترین آن همان است که خانم عادلین گفتند که گویند و مجری می‌آید و می‌نشیند و می‌گوید که شما را نصیحت می‌کنم به اینکه این کار را انجام دهید، چون کار خیلی بدی است یا می‌آید بحث احترام به والدین را مطرح می‌کند؛ بحثی که بسیار آن را در قرآن خواندیم؛ در حدیث خواندیم؛ و در کتاب‌های آموزشی هم خواندیم و یا در دین و منبر و مدرسه یا در خانه از پدر بزرگ و ... شنیدیم تا بفهمیم که چه کسی عاقبت به شر شده است. همه اینها را شنیده‌ایم و باز هم می‌بینیم که جوان ما بعضی اوقات به والدین احترام نمی‌گذارد. حالا بیایید فرض بفرمایید رسانه ملی ما در این زمینه بیاید بنشیند و مجری آن بگوید که بچه‌های خوب به پدر و مادر خود احترام می‌گذارند یا جوان‌ترها اگر می‌خواهند عاقبت به‌خیر شوند، به پدر و مادر خود احترام بگذارند. خیلی هم داریم این حرف‌ها را در رادیو می‌زنیم؛ حرف‌هایی که به نظر من تأثیر کافی ندارند. در دوران تحصیلمان، حکایتی

قشنگ از لقمان برای ما بیان می‌شد که می‌گفت: ادب از که آموختی؟ گفت: از بی‌ادبان! هرچه از ایشان در نظرم ناپسند آمد، از آن پرهیز کردم. دو آسیب اساسی ما را در این میان تهدید می‌کند: یکی اینکه ما در حقیقت خود را متخلق به اخلاق بدانیم و احساس کنیم چون میکروفون رادیو در اختیار ما قرار گرفته است و سازمان تشخیص داده است که من پشت آن بنشینم، پس من از مردم برتر هستم. بنابراین، من می‌توانم به مردم درس بدهم. این تهدیدی جدی است که کاملاً با مبانی اخلاقی ما هم ناسازگار است. آسیب دوم بحث ریاست است. این دو آسیب دارد ما را در رسانه آسیب‌پذیر می‌سازد و کمتر کسی به آن توجه دارد. در بُعد فردی تأکید می‌کنم که رسانه نمی‌تواند وارد حوزه اخلاق شود، چرا؟ به این سبب که اگر کسی خود مذهب نشده باشد، الگویی برای تهذیب باشد. اگر رسالت رسانه ملی ایجاب می‌کند که به مسائل اخلاقی بپردازد، نباید وارد حوزه مسائل اخلاق فردی شود، بلکه باید به مسائل و حوزه‌های عمومی‌تر مانند احترام به والدین بپردازد. من الان اشاره می‌کنم به مسئله رسانه‌های بیگانه فارسی‌زبان. اگر دقت کنید، آنها نمی‌آیند بگویند که دین در ظاهر بلاست؛ کاری به دین ندارند. شاید اگر روز عاشورا هم باشد، برای شما نوای عاشورایی هم پخش کنند. نمی‌آیند بگویند اخلاق بد است و دین هم بد است. چه کار می‌کنند؟ کاری می‌کنند که قبح مسائل اخلاقی در عمل بریزد. به‌عنوان نمونه در فیلم‌ها و مجموعه‌های تلویزیونی خود ممکن است رابطه یک زن شوهردار را با یک مرد زن‌دار نشان دهند. اینگونه کار خود را به‌طور غیرمستقیم انجام می‌دهند. فعل شراب‌خوردن را آن قدر تکرار می‌کنند که خیلی راحت بچه‌هایی که دارند با هم بازی می‌کنند استکان‌هایشان را به هم می‌زنند و به همدیگر می‌گویند: به سلامتی! اینها نمی‌آیند بگویند که ای دوستان! ای مسلمانان! ای آدم‌های متخلق به اخلاق، بروید و به شوهرانتان خیانت بکنید. ای متخلقان، شراب‌خوردن بد نیست. شراب بخورید. نه! اینها را نمی‌گویند، اما در عمل دارند اینها را انجام می‌دهند. وقتی قبح مسئله‌ای شکست، استمرار این حرکت چندان دشوار نیست. نوع استفاده از ابزار هنر در برقراری ارتباط با مخاطب رفته‌رفته کار را به جایی می‌رساند که مردم اصلاً به این توجه نمی‌کنند که دارند کاری غیراخلاقی انجام می‌دهند. آهسته‌آهسته

ممکن است خود را هماهنگ کنند با وضعیت جدیدی که رسانه دارد به آنها تحمیل می‌کند. رسانه ملی ما تا چه اندازه اینگونه به این قضیه پرداخته است؟ رسانه ما هر وقت بخواهد درباره احترام به والدین حرف بزند، یک مجری یا یک کارشناس را می‌نشانند و می‌گویند آقا یا خانم! شما بنشینید درباره احترام به والدین حرف بزنید. اما در مجموعه‌های تلویزیونی چه اتفاقی می‌افتد؟ به مجموعه‌های تلویزیونی نگاه کنید، فرزند به پدر بی‌احترامی می‌کند و در برابر امر مادرش نافرمانی می‌کند. مادرش را به سگته می‌اندازد و پدرش را علیل می‌کند. همه کار می‌کند و بعد هم می‌گوید این فرزند را دوست داریم... فردا و پس فردا هم آن بازیگر، بازیگر ستاره و سوپرستار ماست، ولو اینکه نقش منفی داشته باشد. شما کجا دیده‌اید که به اصطلاح بازیگر نقش منفی را سوپرستار کنند؟

● آقای محمدی‌خانی! آقای دباغ چند انتقاد درخور تأمل بیان کردند که به حقیقت به حوزه مهندسی و مدیریت پیام در رسانه ملی بازمی‌گشت. اینکه ما باید بسته‌های ابلاغی کلان‌سیاستی سازمان را در قالبی جذاب و هنرمندانه به مخاطب هدف رادیوهای خود ارائه دهیم، واقعیتی است که درباره ضرورت آن بسیار صحبت شده است. من می‌خواهم نظر شما را در این باره جویا شوم. به نظر شما مشکل اساسی ما در کجاست که گاه به‌نظر می‌رسد دیگران می‌توانند و ما نمی‌توانیم؟

■ اکبر محمدی‌خانی: این داستانی است که مدام اتفاق می‌افتد. اینکه آقای دباغ فرمودند درست است. شیوه و نحوه پرداخت به مسائل، مشکل اساسی ماست. در شیوه پرداخت هم رهبر فرزانه انقلاب بارها فرموده‌اند که به‌جای مستقیم‌گویی‌های مرسوم، از بیان و پرداخت غیرمستقیم استفاده کنید. من داشتم دیدارهای چندسال اخیر مسئولان رسانه‌ها را با ایشان بررسی می‌کردم، دیدم تأکید همواره ایشان بر این بوده است: غیرمستقیم‌گویی هیچ‌گاه به شما نمی‌گوید که بروید یک نفر را بیاورید و فلان شعار یا موضوع را مدام تکرار کنید. نه، می‌گوید شما موضوع‌ها و شعارها را نرم‌نرم در قالب روایت و داستان بیان کنید و ارائه دهید. همین کاری که دیگران انجام می‌دهند. نه اینکه بیایید بگویید که

این ارزش ماست که دروغ‌گویی بد است. اینکه من معتقدم ما دائماً بمب‌های همدیگر را خنثی می‌کنیم، به همین‌جا بازمی‌گردد. الآن ممکن است رادیو جوان یک چیزی بگوید: رادیو ایران یک چیز دیگر و رادیو ورزش هم تأثیر پیام هر دو را خنثی کند. بالاخره مخاطب ما در نهایت، مخاطب واحدی است. ممکن است کانال‌های دریافتی و مرجع او متفاوت باشند، اما وقتی می‌بیند همه اینها متناقض هستند، سردرگم می‌شود. در این حالت هیچ‌گاه رسانه نمی‌تواند رسانه مرجع باشد. نظام عملیاتی برنامه‌ریزی و اینکه همه ایستگاه‌های رادیویی، برنامه‌های آینده خود را پیش‌بینی کنند و در سطح معاونت صدا ارائه دهند و معاونت صدا هم در سطح سازمان به ارائه برنامه‌های کلان خود بپردازد، بسیار مفید و مؤثر است. البته هنگامی می‌تواند کارساز باشد که نظارت هم همه را به یک چشم ببینند.

● آقای محمدی‌خانی! ما در مجموعه صدای جمهوری اسلامی، شاهد حضور رادیوهای اختصاصی و تخصصی هستیم. چگونه شاخص‌ها و مقیاس‌های نظارت همه آنها می‌تواند یکسان باشد؟ آیا این به نظر شما درست است؟

■ اکبر محمدی‌خانی: البته معیارها یکی است؛ یعنی اگر ما بخواهیم به‌عنوان نمونه، احترام به بزرگ‌ترها را در جامعه ترویج کنیم و آن را گسترش دهیم، گرچه ممکن است در رادیو ایران از آن با مفهوم احترام به بزرگ‌تر و یا در رادیو جوان از آن با مفهوم ارشد و مرشد یاد شود، اما این اختلاف در مصادیق آن است و نه در معیارها. ما در خود معیارها مشکلی نداریم. ممیزی آنجا دچار خطا می‌شود که معیار را نادیده می‌گیرد، نه مصداق را. وقتی می‌گوییم که عبور از چراغ قرمز تخلف و مستوجب جریمه است، دیگر چه فرقی می‌کند که چه کسی از آنجا رد می‌شود. اما وقتی آمدیم استتیا قائل شدیم، مسئله آغاز می‌شود و مشکل ایجاد می‌شود.

● به نکاتی جالب و درخور توجه اشاره کردید. اما خانم عادلین، اگر آقایان دباغ و محمدی‌خانی، بیشتر در زمره برنامه‌ریزان رادیو هستند، شما از جمله برنامه‌سازان رادیو به‌شمار می‌آیید. دوستان بیشتر از نگاه برنامه‌ریزی به نقد حوزه برنامه‌سازی پرداختند و مدعی شدند که ما در برخی زمینه‌ها

نتوانسته‌ایم آنچنان که باید و شاید، فعالیت‌های متمرکز ارائه دهیم. شما خود در صف مقدم برنامه‌سازی هستید. به نظر شما مسئله چیست که آنچه مدنظر دوستان است و بر آن تأکید می‌ورزند، رخ نمی‌دهد؟

■ ناهید عادلین: در حوزه اخلاق، آسیب‌های اساسی وجود دارد که به نظر من در حوزه برنامه‌سازی رخ می‌دهد. یکی اینکه ما همیشه از بالا با مخاطب صحبت می‌کنیم و دیگر آنکه در اغلب اوقات، بیشتر بر جنبه‌های احساسی اخلاق تأکید می‌ورزیم و جنبه‌های عقلانی اخلاق را کم‌رنگ می‌بینیم. جنبه عقلی اخلاق آن است که به‌عنوان مثال بگوییم اگر از چراغ قرمز رد بشویم و حق دیگران را ضایع کنیم، به ضرر زندگی اجتماعی ماست. مسئله دیگر آن است که آستانه تحمل مخاطب را معمولاً در نظر نمی‌گیریم. شاید دلیل آن به این بازمی‌گردد که بیشتر لازم است برنامه‌سازان و برنامه‌ریزان با هم هماهنگ باشند؛ یعنی تعاملی بیشتر با یکدیگر داشته باشند.

فرض کنید که امروز تولد حضرت علی (علیه‌السلام) است. به ناگاه تمام ایستگاه‌های رادیویی و تلویزیونی پر می‌شود از پیام‌هایی که درباره موضوع است؛ آن هم به شکل و شیوه‌ای یکسان. هیچگاه هم نظارت، سیاستگذاران و برنامه‌ریزان از این آسیب ایراد نمی‌گیرند. اغلب پیام‌ها مشابه یکدیگر می‌شوند و مخاطب در یک روز واحد بمباران می‌شود. من بعید می‌دانم که در چنین روزهایی تعداد شنوندگان ما و بینندگان ما بیشتر از روزهای دیگر باشد؛ حتی ممکن است کمتر هم باشد. اما من بعید می‌دانم که بیشتر هم باشد. در چنین روزهایی، این دو آسیب (یکی مسئله عقلانی بودن و دیگری مسئله آستانه تحمل مخاطب) برجسته می‌شود.

فرض کنید قرآن کریم و نهج البلاغه که از آنها، تفسیر لفظ به لفظ زیادی داریم، اما وقتی می‌خواهیم از آن در رادیو استفاده کنیم، به‌راحتی این ترجمه لفظ به لفظ ما را به مشکل می‌اندازد. در آن به لغاتی برخورد می‌کنیم که درواقع برای ما مسئله می‌شود؛ یعنی از جمله دیگر مشکلاتی که ما داریم، آسیبی به نام کمبود منابع به روز و عوام‌فهم است.

● بفرمایید مسئله کجاست؟ شما برنامه‌سازان اگر بخواهید ارزش‌های اخلاقی را به شیوه‌ای به کار بگیرید

که در حقیقت، مقابله با آن شیوه‌های مسموم تبلیغات رسانه‌های غربی باشد و به صورت غیرمستقیم و برخاسته از ویژگی‌های رادیو، برنامه‌ای مناسب و مؤثر برای مخاطبان هدف ساخته شود، نیاز به تحقق چه الزامات و ضرورت‌هایی دارید؟

■ **ناهدید عادلین:** من فکر می‌کنم همان باشد که فرمودند که ما بمب‌های همدیگر را خنثی می‌کنیم. علت آن هم این است که ما اصلاً به فکر آن نیستیم؛ یعنی همان قدر که ما در جامعه به اختلافات فکری مختلف در حوزه‌های اخلاق، زندگی اجتماعی، فردی یا خانوادگی دچار و با آن مواجه شده‌ایم، از رسانه‌های مختلف هم ما را تحت تأثیر خود قرار داده‌اند. این اتفاق در حوزه رسانه هم رخ داده است. به هر حال ما هم جزئی از این جامعه هستیم.

○ **آیا ارائه و بیان فکرهاي مختلف برای رسانه فرصت نیست؟**

■ **ناهدید عادلین:** به همین خاطر است از این موضوعی که هم می‌تواند فرصت باشد و هم تهدید، اگر به نحو احسن استفاده کنیم، موفق می‌شویم. بهترین استفاده‌ای که می‌توانیم از آن کنیم، همان است که رهبری فرزانه فرمودند و بر آن تأکید دارند که ما باید برنامه‌های گفت‌وگومحور را زیاد کنیم. من فکر می‌کنم یکی از دلایل مهم آن هم این است که ما دارای افکاری مختلف در جامعه هستیم. وجود افکار مختلف و چالش‌های فکری می‌تواند فرصت خوبی باشد برای برنامه‌های گفت‌وگومحور خوب، جذاب و مؤثر. اگر این گفت‌وگوها صورت بگیرد، اندیشه‌ها و فکرهاي مختلف با هم تعامل پیدا می‌کنند. فکر مشترک رفتار مشترک ایجاد می‌کند.

○ **پرسشی مشترک از دوستان دارم.**
می‌خواهم پرسسم که از دیدگاه دوستان چند گام لازم و ضروری برای حداقل حرکت در چنین فضایی وجود دارد؛ فضایی که در آن بتوانیم به بسط و گسترش ارزش‌های اخلاقی در جامعه پردازیم و ارزش‌های اخلاقی را در آن نهادینه کنیم؟ فکر می‌کنید چه گام‌هایی باید در رادیوهای امروز ما برداشته شود تا به چنین آرمانی دست یابیم؟
■ **علیرضا دباغ:** من فکر می‌کنم ما در درجه

اول نیازمند تئوریزه کردن برخی ایده‌های خود در این عرصه هستیم. ما هنوز درباره تحقق ایده‌های خوب خود در عرصه ترویج اخلاق از سوی رسانه ملی و عمومی، تئوری دقیق و مشخصی نداریم. به نظر من، عملی‌ترین راه آن است که ما طی یک پروژه پژوهشی دقیق، نه با افراد خارج از رسانه، بلکه با کسانی که واقعاً در رسانه حضور و فعالیت دارند یک پروژه پژوهشی درست کنیم و درباره این مسئله فکر کرده، آنها را پیاده‌سازی کنیم و در مجامع علمی و حوزوی آنها را مطرح بکنیم. ما به یک تئوری قوی و دستورات عملی صحیح نیازمندیم. البته دستورات عمل به این معنا که ما به یک مجموعه عملیاتی و مجموعه‌ای از تئوری‌ها نزدیک بشویم که بتواند ما را در عملیات رسانه‌ای خودمان کمک کند. محقق چنین آرمانی نیاز به پژوهش دارد؛ همچنین نیاز به حمایت‌های جدی مادی و معنوی از پژوهشگرانی که واقعاً در این زمینه کار می‌کنند.

پیشنهاد من آن است که ما به شدت از بیان مستقیم مسائل اخلاقی پرهیز کنیم و بیابیم به صورت غیرمستقیم به بیان آموزه‌های اخلاقی پردازیم.

■ **اکبر محمدی‌خانی:** عرض من هم همین است که بیان خود را شعاری نکنیم. به نظر من، تفاوت ما با رسانه‌هایی که فکر می‌کنیم دارای تأثیرگذاری بیشتر در جامعه هستند، در مسئله آموزش است. آنها نیروهای آموزش‌دیده و متخصص را می‌آورند و به کار می‌گیرند و کمتر نیاز به دستورات عمل نوشتن دارند.

■ **ناهدید عادلین:** ما می‌توانیم بیشتر معنویت را لحاظ کنیم، به جای آنکه بیشتر بر اخلاق تأکید بورزیم. چون گاهی اوقات به نظر می‌رسد که به خاطر پیامدهای حاصل از مستقیم‌گویی و نصیحت‌گویی، مقداری مقاومت در مخاطبان ایجاد شده است. من پیشنهاد می‌کنم به جای تأکید بر اخلاق که به بایدها و نبایدها می‌پردازد، به معنویت پردازیم. معنویت بیشتر به جنبه لذت‌درونی افراد از انجام خوبی‌ها می‌پردازد و در ذات همه آدمها وجود دارد. اگر معنویت در آدمها تقویت شود، دیگر رعایت اخلاق برای افراد کار سختی نیست و بایدها و نبایدها به‌خودی‌خود اجرا می‌شوند.

○ **از حضور صمیمانه شما بزرگواران در این گفت‌وگو سپاسگزارم.**



علیرضا دباغ مدیر طرح و برنامه رادیو ایران

کارشناس ارشد تحقیق در ارتباطات است و از سال‌های پایانی دهه شصت شمسی در عرصه تهیه‌کنندگی و سردبیری برنامه‌های مختلف رادیویی و تلویزیونی حضوری فعال داشته است. وی که تجربه فعالیت در رادیوهای **شیراز، سراسری و تهران** را دارد، پیش از این در مرکز آموزش سازمان صداوسیما به‌عنوان مدیر گروه علمی و آموزشی رادیو مشغول فعالیت در عرصه‌های آموزشی و حرفه‌ای رادیو بوده است.



اکبر محمدی‌خانی مدیر طرح و برنامه رادیو ورزش

کارشناس پژوهشگری علوم اجتماعی است و از سال ۱۳۷۲ در رادیوهای **سراسری، تهران و ورزش** به‌عنوان تهیه‌کننده و سردبیر مشغول به فعالیت بوده است. مدیر طرح و تأمین برنامه و دبیر شورای طرح و برنامه **رادیو ورزش** و عضو کمیته طرح، ارزیابی و نظارت معاونت صدا از سال ۱۳۸۲ و در کنار آن، دبیری و داوری چندین جشنواره داخلی از جمله فعالیت‌های پیشین او تاکنون در رادیو به‌شمار می‌آید.



ناهید عادلیان سردبیر رادیو ایران

کارشناس ارشد تحقیق در ارتباطات است و از سال ۱۳۸۷ به‌عنوان پژوهشگر و سردبیر برنامه‌های گروه ایران و خانواده به فعالیت حرفه‌ای مشغول است. حضور مستمر در عرصه مطبوعات به‌عنوان پژوهشگر، دبیر سرویس و گزارشگر، از جمله پیشینه‌های فعالیت وی در یک دهه گذشته به‌شمار می‌آید.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی