



پروژه نگاه علوم انسانی به مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

# تولید محتوای مفید و پاک را جدی بگیریم

گزیده‌ای از سخنان رئیس رسانه

ملی در جمع اعضای ABU



شرکت شما شخصیت‌های علمی، فرهنگی و رسانه‌ای از چهارگوشه عالم در کشور ایران، برداشتی سمبلیک و خاطراتی تاریخی را در ذهن و اندیشه من احیا می‌کند و آن اینکه این سرزمین در پیشینه تاریخی خود همواره بستری برای تعامل و ترابط فرهنگ‌ها و افکار و اندیشه‌های غنی بشری بوده است. این سرزمین که خود خاستگاه اندیشه‌های ناب و متعالی انسانی و مهد پرورش متفکران و ادبای بزرگی نظیر: ابن‌سینا، مولوی، حافظ و سعدی بوده است، به صورت کریدوری ارتباطی میان دانشمندان و متفکران دیگر ملل، زمینه‌ساز گفت‌وگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌های شرق و غرب بوده است.

... ما در شرایطی سال‌های پایانی قرن بیستم را پشت سر گذاشتیم که نگرانی‌های فراوانی در استقبال از قرن جدید در میان اندیشمندان و صاحبان رأی و نظر نسبت به تحولات محیط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بشر امروز برانگیخته شده بود. بیانیه هزاره سوم سازمان ملل متحد و اهداف آن، حاوی دغدغه‌های فراوانی است که باید تا سال ۲۰۱۵ برای دستیابی به این اهداف، تلاش سخت و همه‌جانبه‌ای صورت پذیرد. همچنین دو اجلاس مهم ژنو

و تونس درباره جامعه جهانی اطلاعات و تونس دربارہ جامعه جهانی اطلاعات (WSIS) تحولات سریع، پیچیده و ذوابعاد در سپهر ارتباطات جهانی و رسانه‌ها در کانون توجه اندیشمندان جهان قرار گرفت و بر مباحثی از قبیل بروز نابرابری‌های جدید در میان کشورهای شمال و جنوب نظیر شکاف دیجیتالی (Digital Divide) تأکید شد. در این میان سازمان علمی، فرهنگی و آموزشی یونسکو به درستی موضوع را فراتر از بحث دسترسی به اطلاعات قلمداد نمود و بحث جوامع معرفتی (Knowledge Societies) را مطرح ساخت و بر چالش مهم‌تر یعنی شکاف و گسست معرفتی (Knowledge Divide) در



**رسانه‌ها در دنیای  
امروز مهم‌ترین  
عامل ارتباطی  
و اطلاع‌رسانی  
در میان جوامع  
محسوب می‌شوند  
و در تعاملی  
دوسویه با  
مخاطب، به نوعی  
شکل‌دهنده افکار  
و فرهنگ عمومی  
جوامع هستند.**

جهان امروز انگشت تأکید نهاد. از نگاه یونسکو آنچه مهم است صرف داشتن اطلاعات و یا دسترسی به آن نیست، بلکه مهم‌تر از آن کسب دانش و معرفت (Knowledge) از موضوعات مختلف است. با این نگاه نابرابری‌ها در جهان امروز خود را بسیار عمیق‌تر و ژرف‌تر نشان می‌دهد. این همه حکایت از آن دارد که عصر جدید با چالش‌هایی جدی و نوین روبه‌رو است که مواجهه با آنها نیازمند تدابیر ویژه و ابتکارات و خلاقیت‌های بدیع است.

در مواجهه با چنین چالش‌هایی، رسانه‌ها دارای اهمیت و نقش بی‌نظیری هستند. رسانه‌ها در دنیای امروز مهم‌ترین عامل ارتباطی و اطلاع‌رسانی در میان جوامع محسوب می‌شوند و در تعاملی دوسویه با مخاطب، به نوعی شکل‌دهنده افکار و فرهنگ عمومی جوامع هستند. با توجه به اینکه جوامع امروز باید در تراز جوامع اطلاعاتی و دانش‌بنیاد حرکت نمایند، نقش سازمان‌های رسانه‌ای در ایجاد بسترهای اطلاعاتی، فکری و فرهنگی مناسب برای حل مشکلات بشر امروز و تحقق اهداف هزاره، غیرقابل تردید است. مبارزه با بی‌عدالتی، فقر، بی‌سوادی، خشونت، تروریسم، ناهنجاری‌های اجتماعی، سست شدن بنیان خانوادگی، بردگی نوین و قاچاق انسان، تبعیض علیه زنان، نقض حقوق کودکان، تخریب محیط زیست و مبارزه با جنگ و منازعات محلی و منطقه‌ای، همگی از مسائلی هستند که به تغییر در نگرش و نگاه آحاد جامعه بین‌المللی نیاز دارد و این تغییر بیش و پیش از هر چیز یک نوع نگاه فرهنگی نوین را می‌طلبد و همه ما به خوبی آگاهیم که تحقق چنین امری در گرو اقدام مؤثر همبستگی و عزم جمعی، همه‌جانبه و هوشمندانه رسانه‌ها و سازمان‌های رسانه‌ای است.

ABU به‌عنوان مجموعه‌ای غنی از سازمان‌های رادیویی و تلویزیونی آسیا و اقیانوسیه دارای

ظرفیت‌های بی‌بديل در سپهر رسانه‌ای جهان است. ABU شامل کشورهایی است که در عمل دو سوم جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند. این کشورها حامل میراث کهن و ارزشمند تاریخی، تمدنی و فرهنگی هستند که ما از آن به‌عنوان «فرهنگ و تمدن شرقی» یاد می‌کنیم؛ فرهنگی غنی از آموزه‌های پیامبران الهی و مصلحان بزرگ بشری که دارای بنیادهای لازم برای مواجهه با مشکلات فوق و چالش‌های پیش روی جوامع بشری است. این اتحادیه باید نقش پیشگام را در ارائه راه‌حل‌های رسانه‌ای مبتکرانه و نوآورانه با تکیه بر بنیادهای فرهنگ شرقی ایفا کند.

از آنجا که در میان ما اصحاب رسانه بحث محتوا (Content) دارای اهمیت فراوانی است و چنانکه مشهور است محتوا فرمانرواست (Content is King)، اجازه دهید در این فراز از سخن به برخی از موضوعات مهم در حوزه محتوا، که لازم است در کانون توجه اصحاب رسانه قرار گیرد، اشارات کوتاهی داشته باشم.

در فرهنگ شرقی ما، نهاد خانواده به‌عنوان سنگ‌بنای اجتماع، بسیار مورد احترام و توجه است. تمامی آداب و رسوم و سبک زندگی شرقی بر پایه حفظ حریم این نهاد و جلوگیری از آسیب، فروپاشی و اضمحلال آن است. به همین ترتیب جایگاه زن و قدر و منزلت او در کانون خانواده و اجتماع کاملاً شناخته‌شده و موردحمایت است.

به‌عنوان نمونه، امام خمینی (ره) بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین فیلسوفان و عرفای عصر ما سخن معروفی در این زمینه دارند، ایشان می‌فرمودند: از دامان زن است که مرد به معراج می‌رود.

توضیح این بیان رمزی و سمبلیک به‌طور خلاصه این است که زن در نگاه فیلسوف شرقی، به واسطه روح لطیف و احساسات و عواطف والایی که خداوند متعال در وجود او به ودیعه نهاده است، مهم‌ترین عامل تربیت انسان‌ها و ترقی، پیشرفت و کمال جامعه است. این نگاه با نگاه ماتریالیستی که امروزه متأسفانه در برخی جوامع شایع است، بسیار فاصله دارد. در نگاه ماتریالیستی به زن که با تأسف بسیار هم اینک در برخی رادیو تلویزیون‌ها نیز تبلیغ می‌شود، زن از ارزش انسانی خود تنزل داده شده و صرفاً به وسیله‌ای برای هوسرانی و ابزاری در دست تبلیغات تجاری بنگاه‌ها تبدیل شده است. این نگاه غیرانسانی به زن و جایگاه والایی او موجب بروز پدیده‌های زشتی از قبیل قاچاق انسان و بردگی جنسی به‌عنوان نمادی از بردگی نوین انسان‌ها در عصر فراصنعتی، سست‌شدن نهاد خانواده، بی‌سرپرست‌شدن تعداد زیادی از کودکان معصوم، و زیرپا گذاشته‌شدن هنجارهای اخلاقی در جوامع انسانی شده است.

از نگاه اینجانب، ABU به‌عنوان اتحادیه‌ای از کشورهای مختلف که برخوردار از فرهنگ و تمدن غنی انسانی و الهی هستند و مجموعه این کشورها میراث‌دار روح فرهنگ شرقی به‌شمار می‌روند، باید در صدر راهبردهای رسانه‌ای خود در بخش محتوا (Content) نسبت به اتخاذ راهبرد مهم تقویت ارزش‌ها و سنن اخلاقی (Code of Ethics) در تولید محتوای رسانه‌ای خود دست بزنند. پیشنهاد مشخص رادیو و تلویزیون جمهوری اسلامی ایران به سازمان‌های رادیو تلویزیونی همکار در اتحادیه ABU این است که با اتخاذ چنین راهبردی به موضوعات مهمی که زمینه‌ساز تحقق این راهبرد است از قبیل ارتقاء نقش، جایگاه و منزلت زن در جامعه و پرهیز از هر نوع نگاه ابزاری به وی، تحکیم بنیان خانواده و حمایت از حقوق کودکان اهتمام ورزند.

اتخاذ چنین راهبردی مستلزم یک مبارزه (Campaign) بین‌المللی در برابر انتشار هرزه‌نگاری (Pornography) و سوءاستفاده از کودکان (Child Abuse) است و پیشنهاد می‌کنم اتحادیه ABU با همکاری کشورهای عضو، در خط مقدم این مبارزه بین‌المللی قرار گیرد و از طریق

برقراری ارتباط فعال با دیگر اتحادیه‌ها و سازمان‌های رادیویی و تلویزیونی بر حامیان این مبارزه و گستره و عمق آن بیفزاید.

صداوسیما جمهوری اسلامی ایران در طول چند دهه گذشته در تعقیب این استراتژی به تجارب ارزشمندی دست یافته و آماده است این تجارب را در اختیار همه کشورهای عضو قرار دهد و متقابلاً از تجارب سودمند آنان نیز در این زمینه بهره‌بردار. ما در عصر فراصنعتی و با توجه به چالش‌های تهدیدکننده پیش‌رو، نیازمند گفتمان و «تولید محتوای مفید و پاک» (Clean Media) به عنوان گفتمان مسلط در کنار سایر کارکردهای طبیعی رسانه هستیم.

در این صورت است که می‌توان به تحقق بسیاری از اهداف ارزشمند «بیانیه هزاره» و نیز جامعه جهانی اطلاعات (WSIS) و جامعه جهانی معرفتی مورد اشاره یونسکو دست یافت. رسانه‌های عصر ما به دلیل نقش بی‌بدیلی که در شکل‌دهی به فکر و فرهنگ جوامع دارند،

در فرهنگ شرقی ما،  
نهاد خانواده به عنوان  
سنگ بنای اجتماع، بسیار  
مورد احترام و توجه است.  
تمامی آداب و رسوم و  
سبک زندگی شرقی بر  
پایه حفظ حریم این نهاد  
و جلوگیری از آسیب،  
فروپاشی و اضمحلال  
آن است. به همین ترتیب  
جایگاه زن و قدر و منزلت  
او در کانون خانواده و  
اجتماع کاملاً شناخته شده  
و مورد حمایت است.



با بهره‌مندی از ظرفیت‌های مخاطبان هوشمند، متفکر و صاحب‌نظر خود و با مشارکت آنها بر جنبه‌های آموزشی برنامه‌های خود بیفزایند و با استفاده از فرهنگ غنی معنوی و الهی شرق، به آموزش مهارت‌های زندگی، مبارزه با خشونت، احترام به تنوع فرهنگی، ترویج ارزش‌های صلح و نوع‌دوستی و تقویت فرهنگ احترام به میراث فرهنگی انبیا و مصلحان بزرگ بشری همت گمارند. از نگاه ما بروز پدیده‌هایی نظیر اسلام‌هراسی (Islamophobia) در برخی رسانه‌های عصر ما تنها مبارزه و ستیز با یک دین و آیین نیست، بلکه مبارزه و عدم رواداری (Tolerance) نسبت به ارزش‌ها و میراث معنوی جهانی است. رسانه‌های ما در حوزه محتوا (Content) باید با بهره‌گیری از انواع ظرفیت‌های هنری و جنبه‌های زیبایی‌شناختی به تولید محتواهای فاخر نمایشی در زمینه احترام به ادیان و میراث معنوی جهانی دست بزنند و از این طریق بسترهای لازم برای گفت‌وگو میان ادیان، فرهنگ‌ها و تمدن‌ها را فراهم آورند.

صداوسیما جمهوری اسلامی ایران با تجربه‌ای گرانسنگ در تولید برنامه‌های فاخر و تاریخ معنوی بشری و همچنین به‌کارگیری مضامین و محتوای متعالی دینی در عمق‌بخشی به مجموعه‌های پرمخاطب نمایشی آمادگی دارد تا در این زمینه به همکاری‌های مشترک جمعی در درون اتحادیه اهتمام ورزد.



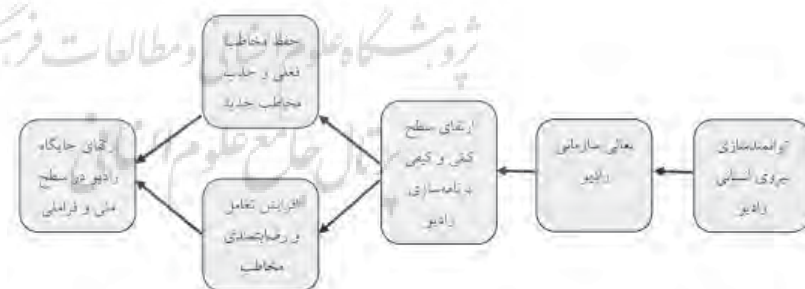


## اشاره

معاون صدای رسانه ملی در نشست با برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان رادیو به تشریح شعار صدای جمهوری اسلامی در سال ۱۳۹۰ پرداختند. از نگاه ایشان، دستیافتن به جذب مخاطب بیشتر در رادیو مستلزم توانمندسازی نیروی انسانی است و این توانمندسازی در نهایت موجب تعالی سازمانی می‌شود و با تحقق تعالی سازمانی می‌توان انتظار داشت که مخاطب بیشتری جذب شود.



تعالی سازمانی را باید در دو بخش ارتقای سطح کیفی و سطح کمی برنامه‌های رادیو جست‌وجو کرد. به اعتقاد ایشان، در صورتی که هر دو جنبه با جدیت و تلاش برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان پیگیری شود، آنگاه علاوه بر «حفظ» مخاطب فعلی و «جذب» مخاطب جدید شاهد افزایش تعامل و رضایتمندی مخاطبان نیز خواهیم بود و در نهایت، رادیو به جایگاه و موقعیتی مناسب در سطح ملی و فراملی دست خواهد یافت.



ارزیابی وضعیت موجود رادیو نشان می‌دهد که تلاش جمعی همکاران ایستگاه‌های مختلف رادیویی در این زمینه تاکنون منشأ تحولات مثبتی بوده و توجه دقیق به هر یک از اجزای این طرح و اجرایی شدن کامل آنها، روند دستیابی رادیو به جایگاه مطلوب و مورد انتظار را سرعت می‌بخشد.

**الف) توانمندسازی نیروی انسانی،**

یعنی:

- ایجاد ظرفیت‌های لازم در کارکنان برای ایفای مؤثر نقش و وظایفی که به آنها واگذار شده است.

- گسترش قابلیت‌های ادراکی، ارتباطی و فنی کارکنان به منظور حل مسئله و اتخاذ

ایشان ضمن تشریح نقش و اهمیت توانمندسازی نیروی انسانی به این نکته اشاره کرده‌اند که منابع انسانی مهم‌ترین و حیاتی‌ترین دارایی هر سازمان است و رادیو در حال حاضر دارای نیروهای خلاق، توانمند و کوشاست که در طول سه دهه پس از پیروزی انقلاب اسلامی و در برهه‌های حساس این قابلیت را به‌خوبی نشان داده است. برای آشنایی هر چه بیشتر با موضوعات این نشست در ادامه این نوشتار اهم موارد تأکیدشده از سوی معاون محترم صدا به‌صورت خلاصه مطرح می‌شود.

محمد مهدی لیبی  
مدیرکل پژوهش‌های رادیو