



انعطاف پذیری در صداوسیما

رسانه ملی و رادیو ایران صدا

● ناصر عابدینی

مدیر طرح و برنامه رادیو جوان

است؛ بازتعریفی که می‌تواند منطبق با نیازهای مخاطبان بومی و جهانی بوده، اهداف کلان نظام کشور را نیز در خود داشته باشد. این نام دیگر همان، «رسانه ملی» است. برخلاف گفتمان دهه اول انقلاب اسلامی که اصرار بر تغییر بسیاری از نام‌ها و نشان‌ها داشت، هم‌اکنون وضعیت جدید که نتیجه تحولات گسترده داخلی و خارجی است، ایجاب کرده با گفتمانی دیگر به دنبال تثبیت و تقویت ارزش‌های انقلاب اسلامی باشیم. در توصیف شخصیت امیرکبیر، مردی که هنگامی نامش برده شود، جز عشق به ایرانیان، در ذهن متبادر نمی‌شود، گفته شده، بسیار سخت‌گیر و پای‌بند اصول بود، اما نه آن اندازه که انعطاف‌پذیری را از او سلب کند و منافع ملی کشورش را به خطر اندازد و در نهایت همان منافع نیز مورد بی‌اعتنایی

از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی تاکنون شاهد چندین گفتمان (discourse) در فضاها فرهنگی سیاسی کشور بوده‌ایم. هر یک از این گفتمان‌ها، به ضرورت وضعیت داخلی و یا خارجی پدید آمدند. سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران که از سال ۱۳۵۷ در اختیار نیروهای پیروزمند انقلاب اسلامی قرار گرفت، برحسب وضعیت‌های مختلفی که با آن مواجه شد گفتمانی خاص و اهداف و برنامه‌ریزی‌ها و برنامه‌سازی‌های متناسب با آن را پیش گرفت. هم‌اکنون مدیران ارشد کشور و از جمله مدیریت و مدیران سازمان صداوسیما به این نتیجه رسیده‌اند که در کنار نام رسمی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران از نام دیگری نیز استفاده کنند که بیانگر بازتعریف آنان از وضعیت جهانی، منطقه‌ای و کشوری

قرار گیرد. بنابراین مهم‌ترین هدف برای ما همچون همه کشورهای دیگر منافع ملی ماست و این هدف مهم است که درجه سخت‌گیری و انعطاف‌پذیری ما را تعیین می‌کند. به نظر می‌رسد «چرخش‌های گفتمانی» که طی این سه دهه شاهد آن بوده‌ایم کم‌وبیش توانسته‌اند در جهت حفظ و تقویت منافع ملی کشور عمل کنند. یکی از این مفاهیم مهم که در گفتمان کنونی وجود دارد، مفهوم «عصر ملی» است. در اینجاست که باید بازتعریفی از واژه و مفهوم «ملی» داشته باشیم؛ واژه‌ای که دستخوش بسیاری از طوفان‌های سیاسی شد. در حال حاضر با استفاده بجا و درست از مفهوم «ملی» توانسته‌ایم ظرفیت‌های گوناگون خود را برای حفظ منافع اساسی کشور بسیج کنیم: افتخار ملی، زبان ملی، جشن ملی، سرمایه ملی، روز ملی، منافع ملی، رسانه ملی، اتحاد ملی، اعتمادبه‌نفس ملی و...

هم اکنون درک مردم، اندیشمندان و مدیران نظام در این جهت است. در این میان استفاده از مفهوم ملی، منافع ملی و ایران، مفاهیمی‌اند که همه حیطه‌های تاریخی، فرهنگی، دینی، هنری، ادبی، علمی، اقتصادی و سیاسی ما را دربرمی‌گیرند. هنگامی‌که از واژگان «ملی» و «ایران» سخن گفته می‌شود، دیگر کسی درصدد جست‌وجوی معنای مخالفی برای آنها نیست و آنها را در ضدیت با چیزی تعریف نمی‌کند. در واقع متفکران و مدیران جامعه ایران به این نتیجه رسیده‌اند که باید از کیان فرهنگی ایران که مقوم هویت ملی ماست پاسداری کرد و عناصر و مؤلفه‌های سازنده آن را بیش از پیش به نسل امروزی و نسل‌های آینده شناساند.

می‌دانید که ایران جزء معدود کشورهای جهان است که تاریخی طولانی را در حیات فرهنگی و اجتماعی دارا بوده و هنوز آن را حفظ کرده است. زبان فارسی که دوره‌های متعددی را پشت سر گذاشته نزدیک ۳۰ قرن است که استمرار خود را در جامعه ایران حفظ کرده است. کمتر کشوری را در جهان می‌توان یافت که چنین قدمت و استمراری را در حوزه فرهنگی - زبانی داشته باشد. این زبان قدیمی، پربار و پویا در دل خود والاترین ذخایر دینی، عرفانی، ادبی، هنری، فرهنگی و اجتماعی را دارد به گونه‌ای که در چند سده اخیر مستشرقان زیادی را شیفته خود ساخته است. محمدتقی بهار می‌نویسد: «تاریخ زبان ایران تا هفتصد سال پیش از میلاد مسیح، روشن و در دست است و (در سرزمین پهناور آن روزگاران) مردم به زبانی که ریشه و اصل زبان امروز ماست سخن می‌گفته‌اند» (بهار، ۱۳۸۰: ۳)

به هر روی صداوسیما با توجه به فضاهای جدید در حوزه رسانه‌ها به عنوان بازوی رسمی فرهنگی نظام جمهوری اسلامی ایران باید در شبکه‌های فعلی و یا تازه تأسیس خود بتواند ضمن تعامل مثبت با تحولات دنیای مدرن و درک و تعریف صحیح از آنها به معرفی شخصیت‌های برجسته گذشته و کنونی، جریان‌های فکری مختلف، زبان و ادب فارسی، عناصر و آموزه‌های دینی، هنر ایرانی و تاریخ پرفراز و نشیب و اثرگذار و ماندگار آن بپردازد؛ مجموعه‌ای که هویت ملی ما را شکل می‌دهند.

دیگر کمتر کسی در مقطع کنونی فکر می‌کند که اگر بر روی ایران و ایرانی بودن و یا مفهوم ملی تأکید شود به معنی نفی مؤلفه‌ها و عناصر دیگر است. تأکید بر ایران و تاریخ آن به معنای تأکید بر دین، ملیت، فرهنگ، زبان و حکمت ایرانی است.

همچنان که گفتیم، استفاده از نام «رسانه ملی» نشان‌دهنده تحولی در گفتمان حاکم بر سازمان صداوسیماست. می‌توان چنین

استنباط کرد که رسانه صداوسیما درصدد است در جغرافیای ایران، هم مبلغ «ایران فرهنگی» باشد (ایرانی که چندبرابر گستره جغرافیایی آن است) و هم در تعامل با دنیای مدرن، جایگاهی را در سپهر رسانه‌ای جهان با حفظ هویت ملی، برای خود یافته باشد.

در حوزه رادیو تغییر نام شبکه سراسری جمهوری اسلامی ایران به رادیو ایران و بالاخره راه‌اندازی شبکه ایران صدا (رادیو اینترنتی) با قابلیت‌های بسیار گوناگون آن، همه دال بر چنین تغییرات مثبتی در سازمان صداوسیماست.

این اهتمام در ریاست سازمان صداوسیما و مدیران آن وجود دارد که با توجه به رقابت‌های سخت و تنگ رسانه‌ای باید با تغییرات سریع اما حساب‌شده، مخاطبان خود را حفظ کرده، درصدد افزایش آنان باشیم تا در نهایت بتوانیم در حد وظیفه صداوسیما در جهت منافع ملی کشور حرکت کنیم.

در این میان، تأسیس و راه‌اندازی شبکه ایران صدا در حوزه معاونت صدا که استفاده از نام ایران در آن بیانگر دیدگاهی است که قبلاً ذکر کردیم به معنی استفاده از فرصت‌هایی است که می‌توان از دنیای مجازی برای ارتباط گسترده و چندجانبه با فارسی‌زبانان داشت. فارسی‌زبانانی که یقیناً به ایران و سرنوشت و تاریخش عشق می‌ورزند و علاقه‌مندند که در فضای ایرانی زندگی کنند. شبکه ایران

صداوسیما با توجه به فضاهای جدید در حوزه رسانه‌ها به عنوان بازوی رسمی فرهنگی نظام جمهوری اسلامی ایران باید در شبکه‌های فعلی و یا تازه تأسیس خود بتواند ضمن تعامل مثبت با تحولات دنیای مدرن و درک و تعریف صحیح از آنها به معرفی شخصیت‌های برجسته گذشته و کنونی، جریان‌های فکری مختلف، زبان و ادب فارسی، عناصر و آموزه‌های دینی، هنر ایرانی و تاریخ پرفراز و نشیب و اثرگذار و ماندگار آن بپردازد؛ مجموعه‌ای که هویت ملی ما را شکل می‌دهند.

صدا نیز باید بتواند به معنی واقعی کلمه در امر مخاطب‌شناسی فارسی‌زبانان جهان موفق عمل کند و با تعیین راهکارهای مناسب و علمی شناخت نسبی از آنان داشته، بتواند در حد توان خود نیازهای این گروه را که از فضاهای سایبری بهره‌می‌برند پاسخگو باشد. مسلم چنین شبکه در جهت تقویت هرچه بیشتر درک مخاطبان از مبانی شکل‌دهنده به فرهنگ و هویت ایرانی خواهد بود؛ فرهنگ و هویتی که ما را در فضای جهانی شدن فرهنگی - اقتصادی کنونی می‌تواند معنا بخشد و حس عزت‌نفس فردی و اجتماعی تک‌تک ایرانیان را در برابر امواج گوناگون فرهنگی حفظ سازد، امواجی که بسیاری از آنها ویران‌سازند. بدین وسیله در این فضای جدید، به جای مجذوب یا مغلوب شدن می‌توانیم به کمک من دیگری، من فرهنگی خود را بهتر درک کنیم و بهتر شناسانیم.

منبع:

بهار، محمدتقی (۱۳۸۰)، سبک‌شناسی، تهران: امیرکبیر

