

راه سوم!

سخن نخست



انقلاب اسلامی ایران، همچنان در برابر عرصه‌های تجربه‌نشده بسیار قرار دارد؛ عرصه‌هایی سرشار از طرح پرسش‌ها و مسائل متفاوت و مختلف که فقدان ارائه پاسخ‌ها و راه‌حل‌های شایسته و مناسب درباره آنها، می‌تواند سبب‌ساز قرارگیری چالش‌های بسیار در چشم‌انداز بالندگی، رشد و شکوفایی انقلاب اسلامی و نظام دینی برخاسته از آن، یعنی جمهوری اسلامی شود و کارآمدی دین را در اداره امروز و فردای جامعه با علامت سؤال جدی مواجه سازد.

رسانه‌ها و چرایی و چیستی حضور آنها در جامعه و چگونگی به‌کارگیری آنها در اشاعه و گسترش آرمان‌ها و اهداف فرازمانی و فرامکانی انقلاب اسلامی و نظام جمهوری اسلامی که برگرفته از شعار جاودانگی آیین جهانی اسلام است، از جمله چنین عرصه‌های پرسش‌آفرین و مسئله‌ساز است که ضرورت نگاهی دیگر را از سوی دست‌اندرکاران و دوستداران انقلاب و نظام، طلب می‌کند. اگر تا دیروز به هنگام طرح پرسش و مسئله از رسانه‌ها تنها مطبوعات، سینما، رادیو و تلویزیون به منزله خانواده

رسانه‌ها در نظر می‌آمدند، امروز، به هنگام طرح پرسش و مسئله حتی مشابه از رسانه‌ها، رادیوها و تلویزیون‌های ماهواره‌ای، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی اینترنت، پادکست‌ها، وبلاگ‌ها و دیگر دستاوردهای فناورانه به منزله خانواده گسترده رسانه‌ها در نظر می‌آیند. بگذریم از آن که رسانه‌هایی حاصل از همگرایی دیگر رسانه‌ها چون تلفن همراه و امکانات متعدد جانبی آن، چنین حیطه‌ای گسترده را گسترده‌تر می‌سازند و عرصه‌ای سرشارتر از طرح پرسش‌ها و مسائل متفاوت و مختلف را در پیش‌روی سیاستگذاران و برنامه‌ریزان نظام، به‌ویژه در عرصه‌های فرهنگی و رسانه‌ای، قرار می‌دهند. اینجاست که باید به پرسشی پاسخ‌نیافته که عمری به درازای تاریخ مطبوعات و رسانه‌ها در ایران دارد، پاسخ گفت: ما در جایگاه سیاستگذاران و برنامه‌ریزان فرهنگی و رسانه‌های جامعه از رسانه چه انتظاری داریم و به کارکردها، مأموریت‌ها و وظایف آنها در تحقق آرمان‌ها و اهداف اصیل انقلاب اسلامی و نظام جمهوری اسلامی، چگونه می‌نگریم؟

چنین پرسشی اساسی که نه از ابتدای حضور مطبوعات و دیگر رسانه‌ها در جامعه ایرانی و نه از پیروزی انقلاب اسلامی و طراحی، اجرا و پیاده‌سازی برنامه‌های پنجساله اول، دوم، سوم و چهارم توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، پاسخ شایسته و مناسب نیافته است، امروز، بیش از هر زمان، به پرسش و مسئله‌ای چالش‌برانگیز در روند بالندگی، رشد و شکوفایی انقلاب و نظام در دهه چهارم حیات خود، دهه عدالت و پیشرفت، تبدیل شده‌است و نیازمند پاسخی شایسته‌تر و مناسب‌تر است؛ پاسخی از سوی سیاستگذاران و برنامه‌ریزان، پژوهشگران و کارشناسان، فرهیختگان و نخبگان فرهنگ و رسانه، و در گستره‌ای وسیع‌تر، جمله آنان که دل و دغدغه در گرو تحقق آرمان‌ها و اهداف بلند انقلاب و نظام دینی برخاسته از آن دارند.

رسانه‌ها با تنیدگی بسیار در زندگی روزمره مردم و با پشت‌سرنهاندن بی‌محابای مرزهای جغرافیایی که کمتر بازدارنده و مانعی را در برابر خود می‌بینند، دیگر در فراسوی ما حضور ندارند.

رسانه‌ها با ما هستند و از مهمترین راه‌های دسترسی به اطلاعات و کسب آگاهی به شمار می‌آیند. توانمندترین، فراگیرترین و عمومی‌ترین سرچشمه‌ها و منابع معرفتی انسان امروز در دستان رسانه و صاحبان پیدا و نهان آنهاست. طراحی، تهیه و پخش برنامه‌های جذاب و متنوع همراه با بهره‌گیری سرشار از استعدادها و ظرفیت‌های احساسی و غریزی مخاطبان آنچنان عرصه‌ای پر رقابت را برای تسلط بر اندیشه مخاطبان و تغییر نگرش و رفتار آنها فراهم آورده است که هر گونه سهل‌انگاری در تشخیص دست‌های پیدا و پنهان دست‌اندرکار و تعیین سیاست‌ها و برنامه‌های بهنگام و متناسب در چگونگی رویارویی با تهدیدهای حاصل از چنین حضور، می‌تواند هزینه‌هایی بسیار

و گاه جبران‌نشدنی را بر پیکر اندیشه، تمدن و فرهنگ گران‌سنگ ایرانی و اسلامی ما وارد سازد و راه را بر پیشروی‌های خاموش در نبردی بی‌شلیک گلوله و ریخته‌شدن خون، فراهم آورد؛ نبردی به نام جنگ نرم و جنگ‌آورانی به نام سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان فرهنگی و رسانه‌ای که به پشتیبانی کانون‌های اندیشه و فکر هجوم می‌آورند و تهاجمی بی‌امان را با برپاساختن صحنه‌ای غبارآلود از امتزاج و درهم‌آمیزی درستی و نادرستی، راستی و ناراستی و حق و باطل، پیگیری می‌کنند تا امکان هرگونه تأمل و توجه را در پنهان و عمق صحنه و چرایی و چیستی برپایی آن از مخاطبان خود سلب کنند و آنها را چون خسی بر دریای اراده و عزم شیطنی خویش روان سازند. باید بهوش بود و «بصیرت» را پیشه خود ساخت. باید نه تنها به این سخن گران‌سنگ رهبر فرزانه انقلاب اسلامی ایمان آورد و اعتقاد یافت، که آن را جانمایه هرگونه حرکت در چنین عرصه‌ای قرار داد: «اگر اعلم علما هم باشید و زمانتان را شناسید و ندانید ترفندهای استکبار و نیز مشکلات جامعه چیست، نمی‌توانید برای جامعه اسلامی‌تان مفید واقع شوید.»

باید پرسش آغازین سخن را دیگربار در نظر آوریم و در راه پاسخ‌گویی به آن، چیستی رسانه‌ها و شیوه‌های به‌کارگیری آنها را در پیام‌رسانی موردنظر دست‌اندرکاران شناخت تا بتوان با بیشترین آگاهی و کمترین آسیب به آثار فرهنگی پیش‌بینی‌شده در جامعه و نزد مخاطبان هدف دست یافت. باید رسانه‌های واقعیت‌ساز، و نه انتقال‌دهنده صرف واقعیت‌ها، را واقع‌بینانه به کار گرفت و نخست، از نسبت آنها با گسترش پیام‌های انقلاب و نظام پرسش کرد. باید دانست که رسانه‌های نوشتاری، شنیداری و دیداری در برقراری چنین نسبتی با آرمان‌ها و اهداف برخاسته از ارزش‌ها، باورها و جهان‌بینی فرهنگی ما، بسیار متفاوت هستند و با دارا بودن مزیت‌ها و معایب، و نقاط ضعف و قوت قابل بررسی و تحلیل، با ارزش‌گذاری‌ها و وزن‌دهی‌های متناسب، شایسته استفاده و بهره‌برداری در تحقق آرمان‌ها و اهداف هستند. گرچه چیستی چنین آرمان‌ها و اهدافی هم به سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان اجازه هر گونه بهره‌گیری بی‌حد و حصری را برای گسترش خود نمی‌دهد؛ چرا که «دین» به منزله جان‌مایه آرمان‌ها و اهداف انقلاب و نظام، نسبت به چگونگی تبلیغ و ترویج خود نظرهای خاص و مشخصی دارد و حتی درباره جایگاه و نقش دست‌اندرکاران در مراحل مختلف طراحی، تولید و پخش پیام‌های منتسب به خود در رسانه‌ها، به ارزیابی و داوری می‌نشیند. «بصیرت» با درنظرگیری جمله چنین الزامات شکل می‌یابد تا در نهایت، آنچنان که در حدیث شریف کافی آمده است، به آشنایی با اوضاع زمانه و شناخت عوامل دست‌اندرکار آن منجر شود و توانایی و قدرت پیش‌بینی را در مقابله با حوادث ناگوار به آنها بدهد تا امکان بهره‌گیری از فرصت‌های مساعدی که دگرگونی‌های زمانه پدید می‌آورد، فراهم شود: «العالم بزمانه لایهجم علیه اللوابس.»

نگاهی کوتاه به تجربه‌های پیشین سیاستگذاری و برنامه‌ریزی در عرصه‌های فرهنگی و رسانه‌ای نشان از آن دارد که جامعه ایرانی و اسلامی ما، همواره از دو نگاه افراطی و تقریبی به رسانه‌ها در جایگاه فرآورده‌های نوین دنیای غرب، دستخوش آسیب‌ها و هزینه‌های درخور تأمل و توجه شده است:

- نگاه نخست؛ که دیدگاهی افراطی را در برابر رسانه‌ها برمی‌گزیند و به تبلیغ و ترویج آن می‌پردازد. از منظر چنین نگاهی، رسانه‌ها برآیند فرهنگ الحادی و ضددینی هستند که در بستر خود، به اشاعه فرهنگی اینچنین دست می‌زنند. باید برخورداری سلبی را در مواجهه با رسانه پیشه کرد و آنها را چون تهدید در نظر آورد و بیشتر بر منع به‌کارگیری رسانه‌ها، مگر در جایگاه اضطرار، تأکید کرد؛ نگاهی که همچنان می‌توان نشانه‌هایی بسیار از آن را در گزینش سیاست‌ها و تدوین برنامه‌ها مشاهده کرد.

- نگاه دوم؛ که از دیدگاه تقریبی در برابر رسانه‌ها سخن می‌گوید و علی‌رغم نگاه بدبینانه نخستین، رسانه‌ها را تنها ابزاری می‌داند که می‌توان به دور از هرگونه دغدغهای به اشاعه محتوای موردنظر در آنها دست زد. تنها کافی است زیرساخت‌های فنی را فراهم کرد و با تعدد ابزارهای اطلاع‌رسانی، آموزشی، تفریحی و سرگرمی در جامعه حضوری موفقیت‌آمیز داشت و به اثرگذاری‌های موردنظر دست یافت.

آسیب‌شناسی، بررسی و نقد چنین نگاه‌هایی افراطی و تقریبی که به سبب شعاع عمل و قدرت گسترده رسانه‌ها دارای امتداد در نهانی‌ترین لایه‌های اندیشه‌ای و ذهنی مخاطبان می‌شوند و نگرش‌ها و رفتارهایی نامتناسب با غایت موردنظر سیاستگذاران و برنامه‌ریزان را نزد آنها فراهم می‌آورند و منجر به ایجاد خانه‌های خالی در جدول رسانه‌های ما می‌شوند که گاه به نفوذ رسانه‌های بیگانه در درون آنها می‌انجامد و در ناآگاهی سیاستگذاران و برنامه‌ریزان، جریان‌سازی‌های متضاد و مغایر با خواست آنها را در جامعه پدید می‌آورند. جنگ نرم دشمنان آرمان‌ها و اهداف انقلاب اسلامی و نظام جمهوری اسلامی از درون چنین آسیب‌ها و کاستی‌ها شکل می‌گیرد و طراحی، اجرا و پیاده‌سازی می‌شود. بصیرت در مقابله با چنین ستیزی متفاوت با ستیزه‌گری‌های پیشین، نیازمند نگاهی دیگر است؛ نگاهی برخاسته از محیط و رسانه‌شناسی امروزی؛ اما برخاسته از بُن‌مایه‌های ارزشی جامعه که بتواند با تکیه بر اصول ثابت، چهره‌هایی امروزی و متغیر را به نمایش بگذارد و در فرجام کار، نتیجه مطلوب و موردنظر را برای دست‌اندرکاران عرصه فرهنگ و رسانه، به ارمغان آورد.

نگاه سوم به چنین عرصه‌ای می‌تواند در این گزاره خلاصه شود که: گرچه رسانه‌ها، فرهنگ خود را به همراه می‌آورند، اما آنچه‌شان نیستند که نتوان از آنها در تبلیغ و ترویج آرمان‌ها و اهداف انقلاب و نظام بهره‌گرفت. می‌توان با شناخت استعدادها و ظرفیت‌های رسانه‌ها به تعامل مناسب با

آنها دست یافت و رسانه‌ها را بسته به برقراری نسبت با فرهنگ ایرانی و اسلامی، در اختیار و به کار گرفت و به انتظار اثربخشی متناسب آنها نشست. اینچنین است که می‌توان منظومه‌ای از رسانه‌ها را از رسانه‌های سنتی چون مسجد، حسینیه و تکاپا تا مطبوعات، سینما، رادیو و تلویزیون و از آن، تا ماهواره، اینترنت و چندرسانه‌ای‌ها را بسته به چگونگی استفاده و بهره‌گیری از آنها طراحی کرد و با مهندسی فرهنگی و رسانه‌ای در شناخت کارکردها و تصحیح آنها، و مدیریت فرهنگی و رسانه‌ای در طراحی و چینی هدفمند که منجر به ساخت یکپارچه رسانه در جامعه شود، به آنچه باید، دسترسی یافت و آرایش رسانه‌ای شکل داد و در برابر دیگران به صف‌آرایی پرداخت و برخوردی فعالانه را به جای دفاعی انفعالی برگزید و به کار بست.

سیاست‌های کلان ابلاغی رهبری فرزانه در تدوین برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی و ارائه برنامه پنجم از سوی دولت دهم به مجلس شورای اسلامی، بهترین فرصت را در اتخاذ عملی چنین نگاهی فراهم آورده است؛ نگاهی که سال ۱۳۸۹ ایستگاه آغازین رهروی دست‌اندرکاران در تحقق عملی آن است. صدای جمهوری اسلامی ایران و ایستگاه‌های مختلف عمومی، اختصاصی و تخصصی آن، بیش از دیگر رسانه‌ها، می‌توانند پیشتاز و پیشگام در چنین عرصه‌ای باشند. ویژگی‌های ذاتی رسانه جمعی رادیو به‌گونه‌ای است که می‌توان قرابتی نزدیک‌تر از دیگر رسانه‌ها را با فرهنگ بومی ما از آن سراغ گرفت. **مجله رادیو** با توجه به اهمیت و ضرورت چنین نگاهی که خود را بیشتر در جنبه آگاهی‌بخشی به افکار عمومی به نمایش می‌گذارد و ارائه مناسب پیام‌های متناسب با آرمان و اهداف انقلاب اسلامی و نظام دینی برخاسته از آن را در رسانه‌های ما انتظار می‌کشد و در پی مقابله با تهدیدهای حاصل از حضور رسانه‌های بیگانگان برمی‌آید، در پی آن برآمده است تا از «رادیو و آگاهی» سخن به میان آورد و جنبه‌های مختلف آن را بررسی و واکاوی کند و در پیشگاه خوانندگان گرامی که به طور عمده در زمره برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان خانواده بزرگ رادیو به شمار می‌آیند، قرار دهد. امید که چنین کوششی چون همیشه در نظر نکته‌سنج شما گرامیان قرارگیرد! گرچه نیک می‌دانیم:

ما بدان مقصد عالی نتوانیم رسید

هم مگر پیش نهد لطف شما گامی چند

سردبیر