



مرکز تحقیقات اسلامی

اصفهان

گامی



الرحمن
علیه صاب

www.ghaemiyeh.com
www.ghaemiyeh.org
www.ghaemiyeh.net
www.ghaemiyeh.ir



فصلنامه علمی-پژوهشی مدیریت بازرگانی

نقش نظام نظارتی در کنترل رفتارهای ناهنجار

دکتر سید علی حسینی، دکتر سید علی حسینی و دکتر سید علی حسینی



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

نقش نظام نظارتی در کنترل رفتارهای نا به هنجار

نویسنده:

محمد مکتبی

ناشر چاپی:

مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتال:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

۵	فهرست
۸	نقش نظام نظارتی در کنترل رفتارهای ناپه‌نچار
۸	مشخصات کتاب
۸	دیباچه
۱۴	دفتر اول: رسانه و رفتارهای ناپه‌نچار
۱۴	اشاره
۱۵	درآمد
۱۶	۱. مفاهیم
۱۶	اشاره
۱۷	الف) رفتار ناپه‌نچار
۱۷	ب) اشاعه ناپه‌نچاری‌ها
۱۹	۲. رسانه و اشاعه ناپه‌نچاری‌ها
۱۹	اشاره
۱۹	الف) عصر ارتباطات و ویژگی‌های عمومی رسانه‌های جمعی
۲۳	ب) توانمندی بالقوه رسانه در اصلاح یا افساد فرد و جامعه
۲۵	۳. تأثیر رسانه در اشاعه ناپه‌نچاری‌ها
۲۵	اشاره
۲۵	قابلیت‌های رسانه در اشاعه فحشا
۳۵	۴. رسانه؛ ابزار غرب برای اشاعه فحشا و فساد اخلاقی
۳۸	۵. صدا و سیما و اشاعه ناپه‌نچاری‌های اخلاقی
۳۸	اشاره
۳۹	الف) پی‌آمدهای ناپه‌نچاری‌ها و گسترش آن
۳۹	اشاره
۴۰	یک - تأثیر مستقیم برنامه‌های صدا و سیما بر اشاعه رفتارهای ناپسند و ناپه‌نچار

- ۴۰ اشاره
- ۴۰ اول _ بددهنی و بدزبانی؛
- ۴۱ دوم _ دروغ‌گویی؛
- ۴۱ سوم _ غیبت؛
- ۴۱ چهارم _ تمسخر و تحقیر؛
- ۴۲ پنجم _ لودگی و بیهودگی؛
- ۴۲ ششم _ تجمل‌گرایی و مصرف‌زدگی؛
- ۴۳ هفتم _ بدحجایی و آرایش‌ناموجه؛
- ۴۳ هشتم _ نامشخص بودن ضوابط ارتباط بین دختر و پسر؛
- ۴۵ دو _ تأثیر غیرمستقیم برنامه‌های صدا و سیما بر اشاعه رفتارهای ناپسند و نابهنجار
- ۴۵ اشاره
- ۴۵ اول _ بی‌تدبیری و عدم دقت کافی در ارائه‌های خوبی‌ها و الگوهای مطلوب؛
- ۴۶ دوم _ ارائه‌های نقش افراد ضعیف، ساده لوح و فرودست توسط شخصیت‌هایی با ظاهر اسلامی؛
- ۴۶ سوم _ استفاده از برنامه‌ها و فیلم‌های خارجی؛
- ۴۸ (ب) پی‌آمدهای اجتماعی کاستی‌های فرهنگی و اخلاقی در برنامه‌های صدا و سیما
- ۴۸ اشاره
- ۴۹ یک _ بحران هویت و عدم خودباوری _
- ۴۹ دو _ خدشه دار شدن موقعیت دین و دین‌داری
- ۵۱ ۶. صدا و سیما و مقابله با ناهنجاری‌ها
- ۵۱ اشاره
- ۵۱ الف) آسیب‌زدایی از برنامه‌های تولیدی
- ۵۱ ب) اتخاذ سیاست‌های صحیح در بازتاب ناهنجاری‌های اخلاقی جامعه
- ۵۲ ج) اطلاع‌رسانی مناسب درباره پیامدهای منفی ناهنجاری‌های فرهنگی و اخلاقی
- ۵۲ د) مقابله اصولی با تهاجم فرهنگی غرب
- ۵۳ چند پیشنهاد
- ۵۳ اشاره

۵۳ نوآوری
۵۵ سازماندهی دوباره مراکز پژوهشی سازمان
۵۵ انجام فعالیت هایی برای رشد اخلاقی و فرهنگی برنامه سازان
۵۷ نظارت و ارزیابی پی گیر برنامه ها
۵۸ کتاب نامه
۵۹ دفتر دوم: درآمدی بر نظام شاخص های نظارت و ارزیابی برنامه های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
۵۹ اشاره
۶۰ درآمد
۶۲ فصل اول: نقدی بر وضعیت موجود نظام نظارت در سازمان صدا و سیما
۶۶ فصل دوم: ترسیم وضعیت مطلوب نظارت در سازمان
۷۱ فصل سوم: ضرورت الگوی نظام مند نظارت در سازمان صدا و سیما
۷۷ فصل چهارم: درآمدی بر الگوی نظام مند نظارت بر سازمان صدا و سیما
۸۶ جمع بندی
۸۷ کتاب نامه
۹۳ درباره مرکز

نقش نظام نظارتی در کنترل رفتارهای نا به هنجار

مشخصات کتاب

سرشناسه : مکتبی، محمد

عنوان و نام پدیدآور : نقش نظام نظارتی در کنترل رفتارهای نا به هنجار/محمد مکتبی، علیرضا پیروزمند، شیده صادقی ؛ تهیه کننده مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما

مشخصات نشر : قم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی، ۱۳۸۴.

مشخصات ظاهری : [۲]، [۷۰] ص.:جدول.

فروست : مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما؛ ۸۵۶.

شابک : ۴۵۰۰ ریال:۹۶۴-۸۶۰۶-۸۰-۳

وضعیت فهرست نویسی : فهرست نویسی توصیفی

یادداشت : کتابنامه.

مندرجات : ص. [۵] - [۴۴]: دفتر اول. رسانه و رفتارهای باهنگار/ محمد مکتبی. -ص. [۴۷] - [۷۰]: دفتر دوم. درآمدی بر نظام شاخص های نظارت ... /علیرضا پیروزمند، شیده صادقی.

شناسه افزوده : پیروزمند، علیرضا، ۱۳۴۴ -

شناسه افزوده : صادقی، شیده

شناسه افزوده : صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهشهای اسلامی

شماره کتابشناسی ملی : ۱۹۴۲۴۳۹

ص: ۱

دیباچه

بی شک، ناهنجاری و انحراف در جامعه، امری ناپسند به شمار می آید و هر اندازه ارزش منفی و زشتی برخی از رفتارها از منظر اجتماعی بیشتر و گسترده تر باشد، قلمرو حضور آن نابه هنجاری ها در جامعه کمتر خواهد بود. در مقابل، گسترش ناهنجاری ها در جامعه نشان دهنده کاهش حساسیت های لازم اجتماعی در برابر آن هاست.

گسترش ناهنجاری خود به عنوان یکی از مهم ترین ها، فرهنگ عمومی جامعه را دچار دگرگونی می کند و رواج ناهنجاری ها را در پی دارد. ضعیف شدن یا نبودن فشار ارزش ها و هنجارها در جامعه، همان حلقه واسطه میان گسترش ناهنجاری و رواج آن در جامعه است. عوامل مختلفی سبب پیدایش این حلقه می شوند. یکی از این عوامل، اشاعه ناهنجاری هاست.

اهمیت این مسئله هنگامی دوچندان می شود که رسانه های ارتباط گروهی همچون رسانه های تصویری و به ویژه، تلویزیون اشاعه دهنده آن باشند. در این مسیر، پرسش هایی از این دست مطرح می شود که: چه ویژگی هایی از رسانه سبب اشاعه رفتارهای نابه هنجار است؟ چه نوع رفتارهای نابه هنجاری از رسانه قابل اشاعه است؟ تلویزیون چه عملکردی در گسترش ناهنجاری ها داشته است؟ پی آمدهای اجتماعی گسترش ناهنجاری ها در برنامه های صدا و سیما چیست؟ برای آسیب زدایی برنامه های فوق چه تدبیرهایی می توان اندیشید؟ آیا امکان طرح یک نظام نظارتی در رسانه وجود دارد؟

در اختیار داشتن شاخصه های نظارت و ارزیابی به این دلیل اهمیت دارد که هر رسانه بدون توجه به دستاوردهای خود و بدون توجه به تأثیرگذاری اش بر مخاطبان، نمی تواند بر عملکرد خود اشراف یافته و از آن اطمینان کافی داشته باشد. پژوهش حاضر در دو دفتر، «اشاعه رفتارهای نابه هنجار در رسانه» و «نظام نظارتی و نقش آن در کنترل رفتارهای نابه هنجار در قلمرو رسانه» را بررسی کرده است. در دفتر اول، پس از مفهوم شناسی، تأثیر رسانه در اشاعه و مقابله با ناهنجاری ها و ابزار بودن رسانه در غرب برای اشاعه فساد اخلاقی بیان شده است. دفتر دوم در چهار فصل، نظام شاخص های نظارت و ارزیابی برنامه های صدا و سیما را بررسی می کند. این چهار فصل، به قرار زیر است: نقدی بر وضعیت موجود نظام نظارت در سازمان صدا و سیما، ترسیم وضعیت مطلوب نظارت در سازمان، ضرورت الگوی نظام مند نظارت در سازمان صدا و سیما، درآمدی بر الگوی نظام مند نظارت بر سازمان صدا و سیما.

در پایان، از پژوهشگران ارجمند جناب حجت الاسلام والمسلمین آقای علیرضا پیروزمند و سرکار خانم شیده صادقی در نگارش «دفتر دوم» و جناب آقای سیدمحمد مکتبی در نگارش «دفتر اول» این پژوهش قدردانی می کنیم و امید داریم این اثر برنامه سازان محترم رسانه ملی را به کار آید.

انَّه وَلِيَّ التَّوْفِيقِ

اداره کل پژوهش

مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما

ص: ۵

دفتر اول: رسانه و رفتارهای ناهنجار

اشاره

دفتر اول: رسانه و رفتارهای ناهنجار

زیر فصل ها

درآمد

۱. مفاهیم

۲. رسانه و اشاعه ناهنجاری ها

۳. تأثیر رسانه در اشاعه ناهنجاری ها

۴. رسانه؛ ابزار غرب برای اشاعه فحشا و فساد اخلاقی

۵. صدا و سیما و اشاعه ناهنجاری های اخلاقی

۶. صدا و سیما و مقابله با ناهنجاری ها

کتاب نامه

ص: ۷

نگاهی به مسئله تحقیق، ضرورت ها و بایسته ها

تحقیق حاضر در پی آن است که دو موضوع را بررسی کند؛ نخست، مسئله اشاعه رفتارهای نابه هنجار در رسانه، به ویژه برنامه های تلویزیونی و دوم، ضرورت ترسیم نظام نظارتی و نقش آن در کنترل رفتارهای نابه هنجار در قلمرو رسانه. هر دو موضوع اهمیت ویژه ای دارند و شایسته تحقیق و تأمل مستقل و مفصل اند ولی مقدمات فعلی مجال چنین بسطی را فراهم نکرده و تنها نگاهی گذرا به ابعاد و زوایای مسئله را به ارمغان آورده است.

بی شک ناهنجاری و انحراف در جامعه، امری مذموم و ناپسند به شمار می آید و چنین نگاهی رفتارهای نابه هنجار را از متن جامعه و روابط اجتماعی به حاشیه آن می کشاند. هر اندازه ارزش منفی و زشتی برخی از رفتارها از منظر اجتماعی بیشتر و گسترده تر باشد، قلمرو حضور آن نابه هنجاری ها در جامعه کمتر خواهد بود؛ زیرا در این صورت، افراد کج رو از جامعه طرد می شوند و رفتارشان، با واکنش عمومی و نفرت اجتماعی روبه رو خواهد شد.

عکس این قاعده هم صادق است، به این بیان که شیوع ناهنجاری ها در جامعه نشان دهنده کاهش حساسیت های لازم اجتماعی در برابر آنهاست. اگر ارزش ها و هنجارهای اجتماعی مطلوبیت خود را از دست بدهند یا مطلوبیت آنها به هر دلیلی کاهش یابد، فشار و کنترلی که از ناحیه آنها بر رفتارها اعمال می شد به سستی می گراید؛ در نتیجه ناهنجاری ها کمتر با واکنش اجتماعی

روبه رو می شود و در اینجاست که موضوع «اشاعه ناهنجاری ها» اهمیت و حساسیت خود را نشان می دهد.

اشاعه ناهنجاری، خود به عنوان یکی از مهم ترین ناهنجاری ها، فرهنگ عمومی جامعه را دچار تغییر و دگرگونی می کند و شیوع ناهنجاری ها را در پی دارد. میان اشاعه ناهنجاری و شیوع آن در جامعه حلقه واسطی وجود دارد. این حلقه، همان ضعف یا فقدان فشار ارزش ها و هنجارها در جامعه است. عوامل مختلفی باعث پیدایش این حلقه می شوند. یکی از این عوامل، اشاعه ناهنجاری هاست.

اهمیت این مسئله هنگامی دو چندان می شود که رسانه های ارتباط جمعی به ویژه رسانه های تصویری و به ویژه، تلویزیون اشاعه دهنده آن باشند. چه ویژگی هایی از رسانه باعث اشاعه رفتارهای نابه هنجار است؟ چه نوع رفتارهای نابه هنجاری از رسانه قابل اشاعه است؟ تلویزیون چه عملکردی در اشاعه ناهنجاری ها داشته است؟ پیامدهای اجتماعی اشاعه ناهنجاری ها در برنامه های صدا و سیما چیست؟ و سرانجام برای آسیب زدایی برنامه های فوق چه تدابیری می توان اندیشید؟ آیا امکان طرح یک نظام نظارتی در رسانه وجود دارد؟ این طرح چه اهمیت و ویژگی هایی دارد؟

اینها مجموعه پرسش هایی است که در این تحقیق به آنها توجه می شود؛ ولی همان گونه که پیداست این مسائل و انبوهی از مسائل دیگر نیازمند تحقیق پردامنه و عمیق علمی و کارشناسی است.

۱. مفاهیم

اشاره

۱. مفاهیم

الف) رفتار نابه هنجار

ب) اشاعه ناهنجاری ها

ص: ۹

ج) نظام نظارتی (در دفتر دوّم به آن خواهیم پرداخت)

الف) رفتار نابه هنجار

الف) رفتار نابه هنجار

از رفتار نابه هنجار به تعبیر مختلفی مثل کج روی و انحراف یاد می شود. به طور معمول کج روی و انحراف را به صورت عام و کلی، رفتاری می دانند که با انتظارات مشترک اعضای یک جامعه ناسازگار باشد و بیشتر افراد آن را ناپسند و نامطلوب به شمار آورند. (۱)

با توجه به اینکه جامعه مورد بحث، جامعه اسلامی است بی گمان مقصود از ناهنجاری، رفتاری است که برخلاف انتظارات و هنجارهای مسلمانان، به ویژه ارزش های شیعی باشد.

ب) اشاعه نابه هنجاری ها

ب) اشاعه نابه هنجاری ها

در لغت نامه دهخدا معانی و استعمالات متعددی برای واژه «اشاعه» مطرح شده است؛ برای نمونه: «اشاعه: اشاعت، تابع دیار گردانیدن چیزی را (منتهی الارب) ... آشکار کردن (غیاث) فاش و آشکار کردن خبر و جز آن (منتهی الارب) ... پاشیدن پراکنده کردن (غیاث) ...

در قرآن کریم نیز تنها در یک مورد اشاعه فحشا، به کار رفته، آنجا که می فرماید: «إِنَّ الَّذِينَ يُجِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ» (نور: ۱۹)

کسانی که دوست دارند که زشت کاری در میان آنها که ایمان آورده اند شیوع پیدا کند، برای آنها در دنیا و آخرت عذابی پردرد خواهد بود و خداست که می داند و شما نمی دانید.

ص: ۱۰

این آیه به احتمال زیاد، مربوط به قضیه معروف به «افک» است که در چند آیه قبل به آن اشاره شده است.^(۱)

از آیات «افک» بر می آید که به بعضی از خانواده رسول خدا صلی الله علیه و آله، نسبت فحشا دادند و نسبت دهندگان چند نفر بودند و داستان را در میانه مردم منتشر کردند و دست به دست گردانند و نیز به دست می آید بعضی از منافقین یا بیماردلان در اشاعه این داستان کمک کرده اند، چون به طور کلی اشاعه فحشا در میان مؤمنین را دوست می داشتند؛ از این رو، خدا این آیات را نازل کرد و از رسول خدا دفاع فرمود.^(۲)

مرحوم علامه طباطبایی پس از این بیان در توضیح آیه مورد بحث می فرماید:

اگر این آیه با آیات راجع به افک نازل شده باشد و متصل به آنها باشد و مربوط به نسبت زنا به مردم دادن و شاهد نیاوردن باشد، قهرا مضمونش تهدید تهمت زندگان است، چون افک از مصادیق فاحشه است و اشاعه آن در مؤمنین به خاطر این بوده که دوست می داشتند عمل زشت و هر فاحشه ای در بین مؤمنین شیوع یابد. پس مقصود از فاحشه، مطلق فاحشه است چون زنا و قذف و امثال آن. و دوست داشتن اینکه قذف در مؤمنین شیوع پیدا کند، خود مستوجب عذاب الیم در دنیا و آخرت برای دوست دارنده است.^(۳)

ص: ۱۱

۱-۱. نور: ۱۱.

۲-۲. محمدحسین طباطبایی، تفسیرالمیزان، ترجمه: سیدمحمدباقر موسوی همدانی، کانون انتشارات محمدی، ۱۳۵۳، چ ۱، ج ۱، ص ۲۹، ۱۳۸.

۳-۳. همان.

نکته ای که باید به آن توجه شود، این است که اشاعه ناهنجاری ها هم از نگاه شرع و هم از نگاه قانون خلاف و جرم محسوب می شود و یکی از مقدمات اصلی و عوامل احراز این عمل مجرمانه و نامشروع، وجود نیت و قصد مجرمانه است که هم در قانون به آن اشاره شده و هم لحن بیان آیه شریفه که می فرماید: اشاعه دهندگان فحشا این عمل خود را دوست دارند، بدان اشعار دارد. توجه به این نکته از این رو اهمیت دارد که گاهی، سخن گفتن از جرایم و ناهنجاری ها به دلیل آگاهی رساندن به مردم و آشنا ساختن آنها با تبعات و عواقب نامطلوب این اعمال و یا موارد موجه دیگر ضرورت می یابد که طبعا در چنین وضعیتی، مقصد و انگیزه ناصواب وجود ندارد و شیوه و طریقه ارائه مطلب نیز چنین قصد و غرضی را به ذهن مخاطب متبادر نمی سازد. همان طور که حتی قرآن کریم نیز خطاها و انحرافات زیادی را در خلال آیات خود تذکر داده و با توجه دادن به عواقب سوء آنها، افراد را از ارتکاب به آنها بر حذر داشته است.

۲. رسانه و اشاعه ناهنجاری ها

اشاره

۲. رسانه و اشاعه ناهنجاری ها

زیر فصل ها

الف) عصر ارتباطات و ویژگی های عمومی رسانه های جمعی

ب) توانمندی بالقوه رسانه در اصلاح یا افساد فرد و جامعه

الف) عصر ارتباطات و ویژگی های عمومی رسانه های جمعی

الف) عصر ارتباطات و ویژگی های عمومی رسانه های جمعی

امروزه وسایل ارتباط جمعی نقش بسیار مهم و انکارناپذیری در زمینه انتقال اطلاعات و مبادله افکار، عقاید و دانسته های بشری یافته اند؛ به طوری که به اعتقاد بسیاری از صاحب نظران، عصر کنونی را باید عصر ارتباطات نامید. اهمیت فراوان ارتباطات جمعی موجب شده است که بحث های فراوان و گوناگونی پیرامون این پدیده مهم در محافل علمی و دانشگاهی جهان، شکل

ص: ۱۲

بگیرد و رشته های جدیدی در حوزه علوم اجتماعی برای بررسی ابعاد گوناگون آن پدید آید و هر ساله نیز بر تنوع و غنای آنها افزوده شود. بدیهی است که بیان حتی کلیاتی درباره مباحث مربوط به وسایل ارتباط جمعی با مجال و هدف این نوشتار ناسازگار است و در اینجا قصد داریم که تنها برخی ویژگی های عمومی وسایل ارتباط جمعی را که مبین اهمیت آنها در جذب و تأثیرگذاری بر مخاطب است برشماریم و تفصیل مطلب را به کتب متعددی که در این زمینه نگاشته شده است وا می گذاریم.

واقعیت این است که وسایل ارتباطات جمعی برای پاسخ دادن به نیازهای افراد در زمینه کسب اطلاعات و معلومات جدید، هر روز بیش از پیش از وسایل مجهزتر، سریع تر و گسترده تر استفاده می کنند. اکنون بر اثر پیشرفت های بزرگ صنعت چاپ، روزنامه ها امکان یافته اند که هر روز چاپ های متعددی منتشر کنند و با استفاده از وسایل حمل و نقل سریع، آن را در کمترین زمان در اختیار خوانندگان خود در دورترین نقاط بگذارند.

افزایش قدرت پخش و سرعت عمل فرستنده های رادیویی و قابلیت تحرک و ارزانی بهای گیرنده های رادیویی نیز سبب شده است که این وسیله ارتباطی در همه کشورهای جهان، از توسعه یافته و توسعه نیافته گسترش بسیاری پیدا کند. تکامل و تجمع تکنیک های جدید سمعی و بصری در تلویزیون، این وسیله نسبتاً نوین را به صورت جذاب ترین ابزار ارتباطی درآورده است به گونه ای که با وجود دشواری های فنی و هزینه های اقتصادی فراوان که تأسیس فرستنده تلویزیونی و گرانی بهای گیرنده های آن، تعداد شبکه های تلویزیونی افزایش تصاعدی پیدا کرده است. و سرانجام اینکه ماهواره،

کامپیوتر و اینترنت در آستانه رسوخ و نفوذ در تمامی شئون فردی، خانوادگی و اجتماعی تمام جوامع اند.

هر چند همین توضیح کوتاه نیز اهمیت به سزا و انکارناپذیر رسانه های گروهی را در دوران معاصر به خوبی نمایان می سازد، بر شمردن ویژگی های عمومی این رسانه ها (نشریات، رادیو، تلویزیون و ...) نیز به درک بهتر این موقعیت ممتاز کمک خواهد کرد.

یکی از مهم ترین خصلت های ارتباطات جمعی معاصر، سرعت انتشار و آنی بودن آن است. در زمان های گذشته هفته ها و حتی ماه ها طول می کشید تا واقعه ای از راه دور به اطلاع افراد برسد، ولی اکنون در ظرف چند دقیقه و حتی چند لحظه، اخبار رویدادهایی که در دورترین نقاط دنیا اتفاق می افتد به وسیله رسانه ها در اختیار همگان گذاشته می شود.

سرعت پخش پیام های ارتباطی از رادیو و تلویزیون، اکنون به اندازه ای پیشرفت کرده است که این وسایل می توانند چگونگی رویدادها را در همان لحظه وقوع پخش کنند و استفاده کنندگان بی شمار خود را از فواصل دور به طور غیرمستقیم در صحنه وقایع شرکت دهند؛ بنابراین، وسایل ارتباط جمعی، همچنان که لزوم تماس چهره به چهره فرستنده پیام و گیرنده آن را از میان برده اند، با پخش وقایع در همان لحظه وقوع، مخاطب را از حضور در محل وقوع رویدادها نیز بی نیاز ساخته اند و بدین ترتیب به استفاده کنندگان خود امکان داده اند، بدون تحمل هر گونه سختی، رویدادهای مورد علاقه خود را به محض وقوع، ببینند و بشنوند.

افزون بر این، گردانندگان وسایل ارتباط جمعی، بیشتر برای جلب هر چه بیشتر مخاطب، شیوه های هیجان برانگیز و غافلگیر کننده و گاه غیرواقعی را در پیش می گیرند و بدین ترتیب، تأثیرگذاری بر مخاطب را به میزان شایان توجهی افزایش می دهند.

مداومت انتشار، خصلت دیگر رسانه هاست. اکنون وسایل مختلف ارتباط جمعی بدون انقطاع در تمام ساعات شبانه روز فعالیت می کنند و به طور منظم و مداوم، پیام های فراوان خود را در اختیار استفاده کنندگان می گذارند. هم اکنون، مطبوعات و برنامه های مهم رادیویی، تلویزیونی و همچنین فیلم های سینمایی در ساعات ثابت شبانه روز یا در روزهای معین هفته با فواصل یکنواخت به مخاطبان عرضه می شوند.

یکی دیگر از ویژگی های عمومی رسانه ها این است که قدرت پخش و حوزه انتشار آنها وسعت و گستره فراوانی دارد. هم اینک، برخلاف عصر ارتباطات مستقیم که چهره به چهره بودن تماس های فردی از توسعه نفوذ آنها جلوگیری می کرد، مطبوعات، رادیو، تلویزیون، سینما و اینترنت به افراد بسیاری امکان داده اند که نه تنها در داخل شهرها یا کشورها، بلکه در سراسر جهان نیز با یکدیگر ارتباط داشته باشند.

فراوانی و تنوع محتوا و پیام از دیگر ویژگی های عمومی رسانه ها در دوره کنونی است. اینک وسایل ارتباط جمعی برای پاسخگویی به نیازهای روزافزون استفاده کنندگان و جلب توجه هر چه بیشتر آنان، پیام های بسیار فراوان و گوناگونی منتشر می کنند. (۱)

ص: ۱۵

۱-۱. برای آشنایی بیشتر با ویژگی ها و کارکردهای وسایل ارتباط جمعی نک: کاظم معتمدنژاد، وسایل ارتباط جمعی.

ب) توانمندی بالقوه رسانه در اصلاح یا افساد فرد و جامعه

بنابر آنچه در زمینه ویژگی های عمومی رسانه ها برشمردیم، روشن می شود که این وسایل ارتباطی، توانایی زیادی در تأثیرگذاری بر مخاطب دارند و مخرب یا سازنده بودن این تأثیرگذاری بیشتر به نوع جهت گیری رسانه و اهداف گردانندگان و متولیان آن بستگی دارد. بدین معنا که «وسایل مزبور، بر مبنای منافع یا مصالح گردانندگان، ممکن است انتشار سریع، مداوم و وسیع محتویات (پیام ها) خود را وسیله سودجویی و آگاهی فروش قرار دهند و به عرضه نوعی کالای مصرفی برای جلب مشتری پردازند و یا آنکه هدف اصلی خود را بر تبلیغ سیاسی (فرهنگی) استوار سازند و همه مطالب و برنامه های خود را در راه اجبار روحی و اقتناع فکری افراد به کار اندازند.»^(۱) زیرا از آغاز شکل گیری رسانه ها به طور کلی «دو نقش متمایز برای آنها لحاظ شده است؛ ایجاد آگاهی اجتماعی در جامعه» و «یک فعالیت تجاری و پول ساز و سودآور» و کسانی که در این قلمرو کار می کنند، به طور معمول، یکی از این دو نقش را جدی تر می گیرند. هر یک از این نقش ها، لوازمی برای نظام اخلاقی رسانه دارند.

ص: ۱۶

۱- ۱. کاظم معتمدنژاد، وسایل ارتباط جمعی، فصل ۱، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۱، ص ۱۸۷.

در چارچوب نقش اول، رسانه حتی ممکن است خود را هادی و مبشر جامعه به اصول اخلاقی نیز بداند. البته گاهی همین تلقی، ممکن است شکل زورمدارانه داشته باشد و رسانه برای رسیدن به هدف خویش هیچ اصلی را رعایت نکند. نوع رسالتی که رسانه برای خویش قایل است، تعیین کننده اصول اخلاقی آن است. در مقابل، رسانه ای که صرفاً هدف سودآوری دارد، اگر این هدف را در کوتاه مدت لحاظ کند به طور طبیعی از هیچ نوع عملی (حتی خلاف اخلاق) فروگذار، نمی کند؛ ولی اگر هدف سودآوری را در بلند مدت ببیند، خود را ناچار از رعایت اصول اخلاقی جاری در جامعه می بیند. در این حال، رسانه به طور تاکتیکی از هنجارها و ارزش هایی که غلبه بیشتری دارند تبعیت می کند.^(۱)

اهمیت و موقعیت ویژه رسانه ها در اصلاح و یا افساد فرد و جامعه در دیدگاه ها و توصیه های فرهنگی حضرت امام رحمه الله و مقام معظم رهبری نیز جایگاه مهمی دارد و به همین دلیل بارها و بارها از متولیان و مرتبین با این رسانه ها خواستار بهره گیری صحیح از قدرت و توان بالقوه آنها برای آموزش و هدایت مردم شده اند، برای نمونه، می توان به این قسمت از سخنان حضرت امام رحمه الله اشاره کرد که می فرماید:

در زمان طاغوت همه این دستگاه ها، دستگاه هایی بود که جوان های ما را خراب می کرد، ملت ما را به بیهوده روشی تبلیغ می کرد، همه را می خواست از سرنوشت خودشان غافل کند، در صورتی که سینما برای این مقاصد شومی که

ص: ۱۷

۱-۲. مجید محمدی، اخلاق رسانه ها، تهران، انتشارات نقوش و نگار، ۱۳۷۹، ص ۱۵.

اینها در این مدت طولانی طرح ریزی کردند، نبوده، اینها چیزهایی است که آموزشی است. رادیو و تلویزیون یک دستگاه آموزشی است، سینما یک دستگاه آموزشی است. باید دستگاه‌ها را به طور مسالمت آمیز، به طور صحیح، به طور سلیم اداره کرد. (۱)

به توصیه مقام معظم رهبری توجه کنید:

صدا و سیما مسئولیت آموزش عمومی و ارشاد فرهنگی و سیاسی و تبیین مبانی اسلام و مقابله با توطئه‌های تبلیغاتی دشمن را با بهره‌گیری از هنر اصیل و سالم بر عهده دارد. (۲)

۳. تأثیر رسانه در اشاعه ناهنجاری‌ها

اشاره

۳. تأثیر رسانه در اشاعه ناهنجاری‌ها

زیر فصل‌ها

قابلیت‌های رسانه در اشاعه فحشا

قابلیت‌های رسانه در اشاعه فحشا

قابلیت‌های رسانه در اشاعه فحشا

همان‌گونه که از مباحث پیشین به دست آمد، رسانه‌های گروهی، ابزاری برای فرستادن پیام‌های مختلف به مخاطبان بی‌شمار هستند. بنابراین، «اشاعه» پیام‌ها، خصلتی است که با ذات و طبیعت آنها آمیخته است و چنان که گفته شد، این به اهداف و سیاست‌های گردانندگان آن بستگی دارد که چه پیام و محتوایی را در میان مخاطبان خود اشاعه دهند. همچنین متذکر شدیم که اگر منظور از «اشاعه فحشا» یک عمل مجرمانه باشد که به ظاهر چنین است، بدون شک یکی از مقدمات اصلی آن وجود نیت و قصد مجرمانه است؛ یعنی فرد یا افرادی که فحشا اشاعه دهند، باید با قصد و منظور خاص (که قاعدتاً قصد

ص: ۱۸

۱-۳. امام خمینی رحمه الله، صحیفه نور، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۶۱، ج ۵، ص ۲۰۹.

۲-۴. حدیث ولایت، ج ۲، ص ۱۲۵.

اضمحلال و فروپاشی بنیادهای اخلاقی جامعه است) این کار را به انجام برسانند؛ زیرا واضح است که گاهی هر چند جامعه به طور گسترده و از طریق وسایل ارتباطی از برخی انحرافات و نابهنجاری‌ها آگاه می‌شود، منظور اصلی از این کار، در واقع اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی مردم از عواقب ارتکاب جرایم و یا راه‌های مقابله با آنهاست که در این صورت، نه تنها ذکر برخی از زشتی‌ها و جرایم، منفی به شمار نمی‌آید بلکه بسیار زشت و مؤثر ارزیابی می‌شود. افزون بر این، در برخی موارد نیز اشاعه و انتشار برخی اخبار و اطلاعات مغایر با هنجارهای اجتماعی نه به قصد لطمه وارد آوردن به باورهای اخلاقی که به دلیل سهو و بی‌توجهی است و طبعاً انتشاردهنده را نمی‌توان به عنوان اشاعه‌دهنده فحشا مورد تعقیب و عقوبت قضایی قرار داد؛ اگر چه شاید مجازات‌های دیگری باید برای او در نظر گرفته شود. به هر حال با صرف نظر از جنبه حقوقی موضوع، اشاعه ناهنجاری‌ها، از نگاه جامعه‌شناختی و با توجه به معنایی که مخاطب از پیام‌های رسانه‌ای دریافت می‌کند، اشاعه آنها تنها به نیت و قصد و پیام‌رسان مربوط نمی‌شود، بلکه ماهیت پیام‌ها و معنایی که در زمینه اجتماعی داراست، از ارکان مهم اشاعه پیام‌ها به طور کلی است.

پیش از آنکه به بحث از اشاعه ناهنجاری‌ها در رسانه‌های داخلی به ویژه صدا و سیما وارد شویم، در مقدمه باید توجه کرد که در این زمینه (نگرانی‌های مربوط به جنبه‌های اخلاقی فعالیت رسانه‌ها) تفاوت زیادی میان رسانه‌های مکتوب و رسانه‌های الکترونیک _ خاصه تلویزیون _ وجود دارد. بدین ترتیب که رسانه‌های الکترونیک به دلیل شمول و حساسیت بیشتر و نیز سرمایه‌گذاری سنگین، محدودیت بیشتری از نظر رعایت اصول اخلاقی معمول و غالب

دارند؛ زیرا افکار عمومی فشار بیشتری بر آنها وارد می‌کند، ولی رسانه‌های مکتوب به دلیل برد اندک و سرمایه کمتر (که همه افراد می‌توانند به آن وارد شوند) محدودیت کمتری برای خویش می‌بینند و حکومت‌ها نیز امکان کمتری برای اعمال محدودیت بر رسانه‌های مکتوب دارند. (۱) افزون بر این، فرهنگ مکتوب در چارچوب زیبایی خاصی است و تا حد زیادی باعث تحکیم نظام‌های ارزشی در درون یک حوزه زبانی می‌شود؛ ولی فرهنگ تصویری، عام و جهانی است و همه می‌توانند در معرض آن قرار گیرند. این فرهنگ می‌تواند نظام‌های ارزشی را از شکل نابشان خارج کند، در تقابل با یکدیگر قرار دهد و سرانجام، نظام ارزشی جامعه را درهم ریزد.

فرهنگ مکتوب بر صنایع گوناگون لفظی (مجاز، استعاره، تشبیه، ایهام و مانند آن) تکیه بسیار دارد و از این رو، چندان صریح نیست، این عدم صراحت در آثار ادبی و به ویژه شعر افزایش می‌یابد و همین از دایره نفوذ و پوشش مستقیم آنها می‌کاهد. نمادپردازی نیز پیشه عموم نویسندگان بوده است، ولی صنایع بدیعی و تکنیک‌های گرفته شده در رسانه‌های تصویری همه در خدمت باورپذیری و صراحت بیشتر هستند و آن‌گاه که نوبت به نمایش نابهنجاری‌های جاری در متن جامعه می‌رسد، این صراحت می‌تواند باعث خدشه دار شدن باورهای ارزشی افراد شود.

تفاوت بنیادی دیگر میان رسانه‌های مکتوب و رسانه‌های الکترونیک این است که رسانه‌های تصویری (بر خلاف کتاب) کمتر نیازمند تلاش مخاطب

ص: ۲۰

برای درک هستند و تماشاگر خود را همواره منفعل می‌خواهند (یا منفعل می‌دانند) البته برخی از فیلم‌های مستند جدی، فیلم‌های سینمایی تأمل‌برانگیز و مصاحبه‌های فعال و عمیق از این قاعده مستثنا هستند (که البته آنها نیز با بسیاری از نظام‌های اخلاقی انطباق ندارند) ولی تعداد آنها بسیار اندک است و برنامه‌های «منفعل خواه» در اکثریت اند حتی بیشتر برنامه‌های آموزشی رسانه‌ها فعالیت زیادی از مخاطب طلب نمی‌کنند. فرهنگ مکتوب از این نظر، درست در برابر فرهنگ رسانه‌های تصویری قرار دارد؛ زیرا عموم آثار مکتوب نیاز به مشارکت دارند (به جز مطبوعات و داستان‌های عوام‌پسند). عالمان اخلاق از آن رو با رسانه‌های تصویری و کارکرد تفنن‌آمیز آنها مشکل دارند که این رسانه‌ها، مردم را به انفعال عادت می‌دهند و جماعت منفعل به راحتی هرگونه خلق و خو را می‌پذیرند و اخلاقشان انفعالی است.

البته نباید از این نکته هم غفلت کرد که نمایش یک فیلم با صحنه‌های وحشیگری و خشونت و تجاوز، یا یک قطعه اجرا شده به وسیله رادیو یا مطالب روزنامه‌ها و کتاب‌های جنایی و پلیسی به تنهایی نمی‌توانند آنچنان در شنونده، خواننده یا بیننده نفوذ کنند که هوش و عقل و درایت را به کلی از او زایل سازند و گرایش‌های غیراخلاقی و مخالف مصالح اجتماعی و حالت‌های متعرضانه و افکار و روحيات انحرافی‌آمیز را در او پدید آورند؛ زیرا برای اینکه چنین حالتی پدید آید یا یک چنین استعدادی خوب پرورش پیدا کند، افراد باید در زمینه‌های بسیاری آمادگی لازم را داشته باشند تا با دیدن صحنه‌های مختلف مغایر مصالح اجتماعی یا شنیدن مطالب و وقایع گوناگونی که برخلاف موازین اخلاقی است و یا خواندن حوادث و ماجراهای زیان‌بخش

رفتارهای ناهنجار و ضداجتماعی را پیشه سازند و به طرف اعمال بزهکارانه رانده شود و بدین طریق، به نظم و موزونی ارزش های اجتماعی لطمه وارد آورند و صیانت و امنیت اجتماع و آسایش خاطر آن را به خطر اندازند.^(۱)

با این همه، در این قسمت تلاش خواهیم کرد، مهم ترین آثار و تبعات منفی برنامه های تلویزیونی را که مؤثرترین وسیله ارتباط جمعی است، به طور خلاصه بررسی کنیم.^(۲)

واقعیت این است که اگر برنامه های تلویزیون با خواسته ها و ویژگی های جامعه مطابقت نداشته باشند، از یک سو، نوعی از خودبیگانگی شدید در افراد به وجود می آورند و از سوی دیگر باعث بروز تضادهای رفتاری و عقیده ای بیان نسل ها می شوند و یا آن را توسعه می دهند.

نمایش خصوصیات یک جامعه و عرضه فرهنگ و ارزش های آن و بیان آداب و رسومی که در آنجا رواج دارد، در جامعه ای که هیچ گونه وجه اشتراک با آن ندارد، سبب می شود که پایه های فرهنگ و ارزش های آن جامعه دچار تزلزل شود و افراد جامعه، به ویژه جوانان به فرهنگ خود بی اعتنایی کنند و

ص: ۲۲

۱-۲. رضا مظلومان، تلویزیون، رادیو و جرم، تهران، انتشارات آگاه، ۱۳۵۵، ص ۵.

۲-۳. نگرانی های مردم و صاحب نظران در مورد تلویزیون بسیار گسترده است و چنین فرض می شود که تلویزیون در تمامی نقایص جامعه امروزی نقش دارد و حتی سبب ایجاد آنها نیز شده است. این نگرانی ها بر مسایل اجتماعی مانند خشونت، تربیت ناشایست کودکان، تبعیض جنسی، بی بندوباری جنسی و تبعیض نژادی متمرکز است. این نگرانی ها بر مسایل سیاسی تبعیض و تعصب و تأثیر تلویزیون بر انتخابات و حتی عوامل گسترده تر ذهنی؛ مانند مادی گرایی (جامعه مصرف کننده) و امپریالیسم رسانه ای نیز اشاره هایی دارد.

ارج و ارزشی برای آنچه خود دارند قایل نشوند و آنچه را که می بینند مظهري از زندگي نو و متحول انگارند و به صورت متعصبانه ای به آن پای بند شوند (به ویژه نوجوانان و جوانان). (۱)

زیان موضوعات برخی از برنامه های تلویزیونی در آن است که مفاهیم و تعبیر غلط و گمراه کننده ای را به تماشاگران خود منتقل می کنند و ارزش ها و مفاهیم واقعی اجتماعی، فرهنگی را دگرگون جلوه می دهند. تحمیل این مفاهیم نادرست و منحرف کننده به وسیله این برنامه ها و یا برداشت های غلط و غیرواقعی تماشاگران از آنچه دیده اند، لطمه مستقیمی است که به افراد جامعه وارد می شود. (۲)

جنبه زیان آور دیگر برخی از برنامه های تلویزیونی که انتقال دهنده مفاهیم غلط است، عادی جلوه دادن انواع رفتارهای نابهنجار مانند قتل، خشونت، کلاه برداری، دزدی و ... است. اگر برنامه ای این انحرافات را ناچیز جلوه دهد و فساد و تباهی اخلاقی را بی اهمیت نشان دهد، بی گمان قبح و زشتی این اعمال به تدریج از نظر تماشاگران محو و روحیات و افکار مردم در برابر زشت کاری ها، به کلی دگرگون می شود. به همین دلیل، یکی از خطرات بزرگ تلویزیون که تماشاگر را تهدید می کند، از یک سو مربوط به موضوعاتی است که با فرهنگ جامعه و روحیه و اندیشه افراد آن تطابق ندارد و از سوی دیگر

ص: ۲۳

۱-۴. تلویزیون، رادیو و جرم، ص ۳۱۰.

۲-۵. همان، ص ۴۹.

مربوط به مسایلی است که از نظر اخلاقی صدمات بزرگی به بینندگان وارد می‌سازد و قدرت اخلاقیشان را تضعیف می‌کند. (۱)

برخی از برنامه‌های تلویزیونی که به طریق سینمایی و اغراق آمیز صحنه‌های خشونت، عصیانگری و اغتشاش، پرخاشگری و ستیزه جویی، قانون شکنی و هوسبازی و ... را نمایش می‌دهند، ضمیر تماشاگران را مالا مال از آشوب می‌سازند و وجودشان را زهرآلود و افکارشان را مسموم می‌کنند (مانند فیلم‌های حادثه‌ای و ترسناک و ...) سرانجام، در آنها حالت هیجان زدگی و اضطراب و حتی نوعی دلواپسی و نگرانی شدید ایجاد می‌کند که ممکن است به عواقب بسیار نامطلوبی نیز بینجامد؛ زیرا همه تماشاگران نمی‌توانند خونسردی و آرامش خود را حفظ کنند و دنیای واقعیات را با غیرواقعیات می‌آمیزند و در نتیجه، انتظار شدید و کنجکاوی بیش از حد، نوعی تشویش و اضطراب را در آنان پدید می‌آورد که از یک سو اگر دوام پیدا کند، ممکن است به صورت انسان‌های هیجان زده و دلواپس در آیند و به بیماری تشویش و دلهره مبتلا شوند و از سوی دیگر، امکان دارد که واکنش آنی در آنان ایجاد شود و اثرات ناگواری به بار آورد. (۲) پیداست که هر فردی که در زیر فشارهای پیاپی فکری، روحی و عاطفی برنامه‌های پرخشونت و پرخاشگرانه باشد به تدریج به یک انسان بی‌عاطفه مبدل شود که زندگی را هم به کام خود و هم به کام

ص: ۲۴

۱-۶. همان، ص ۵۱.

۲-۷. همان، ص ۶۱.

برخی برنامه های تلویزیونی برای افرادی که از وضع زندگی و کار خود ناراحت اند و احساس دلتنگی می کنند و یا زیر بار مشکلات تاب مقاومت را از دست داده اند، همانند یک سم واقعی و کشنده است؛ زیرا چنین اشخاصی، به علت وضع روحی پریشان و احساس دلزدگی و نارضایتی از آنچه در اطرافشان گذشته است، همیشه در جست و جوی یک مثال و روش و یک پدیده محرک هستند تا از آن الهام بگیرند و به همان شیوه عمل کنند؛ بنابراین کافی است که یک برنامه تلویزیونی با وضع روحی تماشاگر، مطابق باشد تا آمادگی درونی او را تقویت کند و افکار نهفته اش را قدرت بخشد و در نتیجه او را به سوی اعمال نابهنجار و حتی جنایت براند. (۱)

از سوی دیگر، تمایل و گرایش زیاد متصدیان امور تولید، به نمایش سطح بالاتری از زندگی عمومی شهروندان می تواند به ایجاد و افزایش اختلافات طبقاتی کمک کند و نابهنجاری های ناشی از آن را در جامعه تشدید کند.

یکی دیگر از اثرات ناگوار تلویزیون، ایجاد حس انزوایی و بی اعتنایی و در بیشتر موارد تنبلی و کاهلی در افراد است. وجود تلویزیون و عادت کردن به آن باعث می شود که رفت و آمدها و معاشرت ها به تدریج کم شود و افراد خانواده تمایل کمتری برای رفتن به دیدار دوستان و خویشان داشته باشند. چنین مسئله ای نه تنها روح اجتماعی بودن را نابود می کند و از افراد

ص: ۲۵

موجوداتی بی روح و منزوی می سازد، بلکه نوعی تنبلی و بی حالی را نیز در آنان پدید می آورد که به همه امور با بی اعتنایی و تسامح بنگرند. بدیهی است که حالت انزوایی و فقدان روح اجتماعی و تنبلی و رخوت، پایه گذار انواع ناراحتی ها و اختلافات خانوادگی و اجتماعی خواهد بود. (۱)

متأسفانه، حضور افراد در خانواده و در کنار هم برای تماشای تلویزیون هرگز به معنای بهبود کیفیت روابط خانوادگی نیست؛ زیرا حضور اعضا در خانه کم کم جنبه جسمانی به خود می گیرد و از صورت فکری و عاطفی خارج می شود و در نتیجه نه تنها هیچ گونه سودی نصیب خانواده نمی کند، به تدریج یک یک افراد را بی عاطفه و بی احساس بار می آورد؛ بدین معنا که اعضای خانواده به صورت موجوداتی تنها، خاموش، غیرفعال و فاقد هرگونه احساس، پرورش می یابند که همه هوش و حواس و عواطفش متوجه صفحه تلویزیون و برنامه ای است که از آن پخش می شود؛ بنابراین، دیگر هیچ زمانی برای گفت و گو، تبادل افکار و ابراز عاطفه و محبت به جا نمی ماند.

از سوی دیگر، عادت کردن به تلویزیون باعث می شود که امور خانوادگی دچار آشفتگی و اختلال شود و نظم و انضباط آن به کلی در هم ریزد. چون از یک سو، هر برنامه ای می تواند پدیدآورنده بحث هایی باشد که خود، زیربنای اختلافات گوناگون در بین اعضا می شود و یا اگر اندک اختلافی وجود داشته باشد، آن را تشدید می کند و از طرف دیگر، چون در بیشتر موارد، هر کسی مایل است که برنامه مورد علاقه خود را مشاهده کند، افزون بر مخالفت با

ص: ۲۶

دیدن دیگر برنامه ها، گاهی وظایف اصلی خود را رها می کند تا تلویزیون تماشا کند. و طبعاً دیگران به او اعتراض خواهند کرد. (۱)

ولی بسیاری از نگرانی های مردم و صاحب نظران در مورد تلویزیون، در نگرانی آنها از آگهی های تلویزیونی نمایان می شود؛ قدرت نفوذ آگهی در بیننده، اثرهای آن بر کودکان، مادی گرایی و... (۲)

در واقع، یکی از آثار قدرت تلویزیون، بالا بردن مصرف کالا به وسیله ترفندهای گوناگون تبلیغاتی است؛ یعنی با تبلیغات پیاپی و مختلف تماشاگر را اغوا می کند تا حتی کالاهایی را که به آنها نیاز ندارد، خریداری کند و این مسئله می تواند آثار بدی بر روی اقتصاد خانواده، تربیت اقتصادی فرزندان و سرانجام بر روابط مسالمت آمیز اعضای خانواده داشته باشد.

گاهی نیز چنین مطرح می شود که بسیاری از برنامه های تبلیغی و به ویژه مسابقاتی که جوایز بزرگی برای آنها در نظر گرفته می شود، باعث ترویج مادیگری و تقویت حرص و طمع آدمی می شود. (۳)

و سرانجام، بسیاری از نگرانی هایی که در مورد تلویزیون وجود دارد، به طور خاص به تلویزیون تماشا کردن کودکان مربوط می شود؛ زیرا چنین

ص: ۲۷

۱- ۱۰. همان، ص ۳۴.

۲- ۱۱. اند و ابرگ و پاتریک با باروایز، تلویزیون و مخاطبان آن، ترجمه فرهاد رادیوی، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و بخش برنامه ای صدا و سیما، ۱۳۷۸، ص ۱۹۳.

۳- ۱۲. همان، ص ۱۹۱.

احساس می شود که تأثیرپذیری کودکان از محتوای برنامه ها و همچنین تبلیغات، بیشتر از بزرگسالان است. همچنین اگر کودکان وقت زیادی را صرف تماشای تلویزیون کنند، پیشرفت آنها کند خواهد شد. (۱) برخی از محققان، اعتقاد دارند که تلویزیون باعث می شود که کودکان زودتر از موعد معین به دنیای بزرگ ترها راه پیدا کنند و این بلوغ زودرس، خود از عوامل ایجادکننده اضطراب، هراس، رنج و ناراحتی در کودکان است و احساس ناامنی و پریشانی های روانی را در آنها پدید می آورد. (۲)

۴. رسانه؛ ابزار غرب برای اشاعه فحشا و فساد اخلاقی

۴. رسانه؛ ابزار غرب برای اشاعه فحشا و فساد اخلاقی

آنچه تا کنون با عنوان نقش رسانه در اشاعه ناهنجاری ها به آن توجه شد، نگرانی هایی عمومی است که کم و بیش همه جوامع با آن روبه رو هستند و بیشتر منشأ صدور دستور کارهایی برای تولیدات رسانه ای می شود ولی مسئله در اینجا به پایان نمی رسد و اگر از منظر تهاجم فرهنگی به رسانه بنگریم درمی یابیم که غرب و در رأس آن، امریکا با بهره گیری از تمام ظرفیت رسانه ها و با تکیه بر قدرت اقتصادی و توان تولید و توزیع فراوان، مهم ترین تهدید و عامل در زمینه اشاعه فحشا و زشتی ها در دنیای معاصر است.

ص: ۲۸

۱- ۱۳. همان، ص ۱۸۷.

۲- ۱۴. تلویزیون، رادیو و جرم، ص ۶۵.

غرب و ابزار رسانه ای آن، از یک سو انواع زشت کاری ها و منکرات را به گونه ای مستقیم و عریان ارائه می کند و به سبب بهره گیری از بالاترین ظرفیت فنی و هنری رسانه ها، تمام این زشتی ها را چنان در چشم و گوش مخاطبان زیبا و جذاب نشان می دهد که نه تنها از مشاهده آنها ناراحت نمی شوند، بلکه آنها را لذت بخش و مفرح می یابند. این گونه است که باورهای اخلاقی و بنیادهای اعتقادی جوامع در معرض خطر جدی و اضمحلال و فروپاشی است و هر روز نیز بر ابعاد این فاجعه افزوده می شود.

از سوی دیگر، فعالیت ها و برنامه های سازمان یافته غرب برای ایجاد حس از خود بیگانگی و بی هویتی در دیگر ملل و مرعوب و مفتون ساختن آنها در برابر فرهنگ و تمدن غربی، زمینه بسیار مساعدی برای پذیرفتن بی چون و چرای فرهنگ و اخلاق غربی پدید آورده است. این در حالی است که توسعه اقتصادی شایان توجه جوامع غربی و زندگی مملو از رفاه و زرق و برقی که معمولاً برای دیگران به نمایش درمی آید، به تثبیت و تأکید این باور می انجامد که هر آنچه انسان غربی انجام می دهد، درست و منتهی به توسعه و ترقی خواهد بود و هر آنچه در باور و کردار دیگران _ از جمله خود ما _ وجود دارد نادرست و منتج به عقب افتادگی و بدبختی است و متأسفانه چیزی که بیشتر از آن تقلید و پیروی می شود، جنبه های منفی اخلاقی و فرهنگی آنان است نه جنبه های مثبت و یا فرهنگ تلاش و سختکوشی، تحقیق و نوآوری و ...!

نکته مهم در شیوه کار غرب برای فروپاشی بنیان های اخلاقی و بی توجهی و بی میلی _ به ویژه جوانان _ نسبت به فرهنگ خودی در جوامع دیگر، توجه ویژه به موضوع الگوخواهی نوجوانان و جوانان و تمایل آنها به تقلید و تبعیت

از شخصیت های مقبول و محبوبشان است؛ از این رو، شاهد آن هستیم که همواره جوانان و نوجوانان به چهره های گوناگونی که ساخته و پرداخته نظام تبلیغاتی غرب هستند، توجه می کنند و بیشتر آنها را نیز به عنوان الگو می پذیرند. البته نظام تبلیغاتی غرب موفقیت خود در این زمینه را مرهون یک تلاش همه جانبه و حساب شده است؛ زیرا این نظام وقتی که تصمیم می گیرد که چهره هایی را به عنوان الگویی برای انتقال ارزش ها و القائات مورد نظر غرب مطرح سازد، نه تنها آنها را بر روی پرده سینماها ظاهر می کند تلویزیون و ماهواره نیز در خدمت آنها قرار می گیرد. افزون بر این، در همین راستا انبوهی از نوارهای ویدیویی با استفاده از این شخصیت ها تهیه و ارائه می شوند. نشریات هنری، ورزشی، مد و ... غربی هم در اندازه شایان توجهی در خدمت این الگوها هستند، به طرح آنها اهتمام می ورزند. کالاهای غربی، عرصه بسیار گسترده تری را برای تبلیغ الگوهای ساخته و پرداخته و مورد نظر غرب فراهم می آورند. به این معنا که نه تنها برچسب لفافه آدامس ها، شکلات ها و پوشاک حاوی تبلیغ این الگوهاست، چهره آنها به شکل های جذاب و متنوعی روی لوازم التحریر دانش آموزان، کارت پستال ها، پوسترها و ... ظاهر می شود. گستره طرح این الگوها چنان وسیع و فراگیر است که بر روی دیسکت کامپیوتری گرفته تا روی جوراب، کبریت و ده ها و شاید صدها وسیله خانگی دیگر ظاهر می شوند و بدین ترتیب، ذهن و فکر مخاطب جوان و نوجوان را به تسخیر خود درمی آورند و دیگر مجال برای آنها باقی نمی گذارند که به موضوعات مهم فردی و اجتماعی خود توجهی داشته باشند. البته واضح است که دامنه فعالیت های تبلیغی غرب برای فروپاشی بنیان های

اخلاقی جوانان بسیار گسترده تر و پیچیده تر است و در اینجا تنها به گوشه ای از این فعالیت ها که نقش رسانه ها را در این زمینه نشان می داد، اشاره شد. (۱)

۵. صدا و سیما و اشاعه ناهنجاری های اخلاقی

اشاره

۵. صدا و سیما و اشاعه ناهنجاری های اخلاقی

باید پذیرفت که با وجود تلاش هایی که تا کنون برای پالایش برنامه های تولیدی از ناهنجاری های اخلاقی صورت گرفته، هنوز هم کاستی های فراوانی هست که گاه این تصور را ایجاد می کند که ضوابط و مقررات مشخصی در این زمینه وجود ندارد و یا اگر وجود دارد، برنامه سازان به طور جدی آنها را رعایت نمی کنند و نظامی نظارتی نیز در این زمینه طراحی نشده است.

با این توضیح کوتاه اینک مواردی را در برنامه های صدا و سیما _ به ویژه تلویزیون _ که می توانند در اشاعه ناهنجاری های اخلاقی و فرهنگی مؤثر واقع شوند ذکر می کنیم و البته باید توجه داشت که تأثیر برنامه های صدا و سیما در این خصوص همواره مستقیم و بی واسطه نیست و چه بسا که تأثیرات غیرمستقیم آن به مراتب بیشتر، نامحسوس تر و در نتیجه نگران کننده تر باشد.

پس به طور خلاصه در این نوشتار افزون بر فحشا مصطلح در زبان جامعه شناسان و علمای علوم تربیتی، تمام منهیات شرعی و رفتارهای ناهنجار اجتماعی و همچنین عوامل زمینه ساز بروز چنین رفتارهایی مورد توجه قرار خواهند گرفت.

ص: ۳۱

۱-۱. علاقه مندان می توانند به کتاب ها و مقالات فراوانی که تاکنون در زمینه تهاجم فرهنگی غرب انتشار یافته مراجعه کنند؛ برای نمونه، مجموعه سه جلدی راز گل سرخ، تألیف دکتر مرتضی منطقی، تهران، انتشارات مرکز پژوهشهای بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۱۳۷۶.

الف) پی آمدهای ناهنجاری ها و گسترش آن

طبعاً هر یک از مصادیق ناهنجاری ها آثار خاص خود را دارند که در این مختصر در پی پرداختن به آنها نیستیم، ولی بی گمان و به طور کلی، گسترش بزهکاری و جرایم در هر جامعه ای، بسترهای فروپاشی اخلاقی و آسیب پذیری آن را در برابر مشکلات گوناگون داخلی و خارجی فراهم می آورد و راه های پیشرفت همه جانبه و واقعی آن جامعه را می بندد. البته پیداست که گسترش بی بندوباری هایی مانند تن فروشی و هرج و مرج جنسی، افزون بر تأثیرگذاری های مستقیمی که در فروپاشی اخلاقی جامعه دارد، از طریق سست شدن بنیان های خانوادگی و گسست پیوندهای اجتماعی نیز روند سقوط اخلاقی و فرهنگی جامعه را سرعت می بخشد.

علامه طباطبایی نیز در تفسیر المیزان ذیل آیه شریفه «إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ» (نحل: ۹۰) پس از آنکه فحشا و منکر و بغی را در مصداق یکی دانسته می افزاید: وقوع اعمالی که یکی از این سه عنوان را دارد، در جامعه باعث شکاف عمیق میان اعمال اجتماعی صادر شده از اهل آن اجتماع می شود و اعمال اجتماع از هم پاشیده شده، نیروها هدر می رود و آن التیام و وحدت عمل از هم گسیخته گشته، نظام فاسد و جامعه دچار انحلال می شود، هر چند که در ظاهر به پا ایستاده باشد. و وقتی نظام از هم پاشیده شده، هلاک سعادت افراد حتمی است. (۱)

ص: ۳۲

افزون بر این، برای کسانی که اشاعه ناهنجاری ها را در میان مردم و مؤمنین دوست دارند نیز، وعده عذاب دردناک در دنیا و آخرت داده شده است.

یک _ تأثیر مستقیم برنامه های صدا و سیما بر اشاعه رفتارهای ناپسند و نابهنجار

اشاره

یک _ تأثیر مستقیم برنامه های صدا و سیما بر اشاعه رفتارهای ناپسند و نابهنجار

شکی نیست که همواره میزانی از رفتارهای ناپسند و نابهنجار در هر اجتماعی وجود دارد و جامعه عاری از هر گونه زشتی و بدی یک رؤیای همیشه خواستنی و دست نیافتنی است؛ بنابراین، نمی توان توقع داشت که اموری که بازتاب دهنده زندگی مردم هستند به دور از هر گونه زشتی و بدی باشند؛ زیرا در این صورت، تنها در حد یک اثر فرضی و تخیلی تجزیه و تحلیل خواهند شد و طبعاً از قدرت تأثیرگذاری قابل توجهی نیز برخوردار نخواهند بود. توجه به این موضوع، از این نظر اهمیت دارد که اگر وجود برخی رفتارهای زشت در برنامه های صدا و سیما را جزو مصادیق اشاعه فحشا برمی شماریم، منظور این نیست که صدا و سیما به هیچ شکلی به آنها توجه نکند، بلکه مقصود این است که ارائه آنها به گونه ای باشد که مخاطب در زشتی و بدی آنها تردید نکند و رسانه به جای تخدیر و تقبیح رفتارهای زشت، خود مشوق آنها نباشد. در هر حال، اینک به چند نمونه از این رفتارها که به نظر می رسد اهمیت و عمومیت بیشتری دارند اشاره می کنیم؛

اول _ بددهنی و بدزبانی؛

اول _ بددهنی و بدزبانی؛

از مواردی است که تقریباً حضوری همیشگی در برنامه ها دارد و فقط چگونگی آن متفاوت می شود. این موضوع به ویژه آن گاه که در برنامه های طنز و به صورت تکیه کلام شخصیت های مورد توجه و محبوب بروز می کند، تأثیرگذاری بیشتر دارد و به ویژه نوجوانان و جوانان از آن تقلید می کنند.

دوم _ دروغگویی؛

دوم _ دروغگویی؛

این خصیصه زشت اخلاقی هم در بسیاری از فیلم ها و سریال های تلویزیونی حضور دارد و گاهی نیز با وجود تلاش برای مصلحت آمیز جلوه دادن آن، تأثیرات نامطلوبش بیشتر می شود؛ زیرا بسیاری از این موارد را نمی توان مصداق مصلحت دانست. ولی ممکن است مخاطب معمولی به سبب همراهی با شخصیت داستان کار او را تأیید و سرانجام از او تقلید و تبعیت کند.

سوم _ غیبت؛

سوم _ غیبت؛

این خصیصه اخلاقی هم مانند دروغگویی در فیلم ها و سریال هایی که موضوعات خانوادگی را دنبال می کنند بسیار دیده می شود؛ با این تفاوت که در مورد دروغ، مخاطب متوجه دروغگویی شخصیت های داستان می شود و در آخر کار آنها را تأیید و یا تکذیب می کند؛ ولی در مورد غیبت، اساساً چنین قضاوت و برداشتی برای مخاطب پیش نمی آید که گفت و گوی صورت گرفته مصداقی از غیبت و امری نارواست؛ زیرا این گفت و گوها را برای پیش برد داستان فیلم و کسب اطلاعات بیشتر درباره آن ضروری می داند.

چهارم _ تمسخر و تحقیر؛

چهارم _ تمسخر و تحقیر؛

موضوعی است که بیشتر در برنامه های طنز و سرگرمی دیده می شود و متأسفانه به سبب ظرفیت فراوانی که برای خندانیدن مخاطب در خود دارد، هر روز سهم بیشتری در این برنامه ها پیدا می کند و دامنه آن حتی به مسخره کردن والدین _ که در همه فرهنگ ها و به ویژه فرهنگ ایرانی و اسلامی احترام ویژه ای دارند _ کشیده شده است. البته نباید از نظر دور داشت که گاه، نقادی و انتقادهای طنزآمیز نسبت به برخی از رفتارها و موقعیت ها، مورد نظر

برنامه سازان است، ولی به سبب عدم دقت کافی و ابتکار لازم، به تمسخر و تحقیر می انجامد.

پنجم _ لودگی و بیهودگی؛

پنجم _ لودگی و بیهودگی؛

این نوع رفتار افزون بر حضور تا حدودی موجه در برنامه های طنز، در برخی از جُنگ های زنده نیز قابل مشاهده است و در مخرب بودن آنها همین بس که در موارد متعددی، ایفاکنندگان اصلی چنین نقش هایی به تدریج به محافل لهو و لعب خصوصی افراد نیز دعوت می شوند و گاه به دلیل زیاده روی و بروز مسایل حاشیه ای حتی دارای سابقه قضایی و کیفری نیز شده اند. ولی تأسف بارتر اینکه، پای چنین نقش ها و شخصیت هایی به سریال های مناسبتی _ به ویژه در ماه مبارک رمضان _ نیز باز شده و به نظر می رسد وجود تنها چند پیام تربیتی و اخلاقی در پایان سریال، وجود تمام لودگی ها و رفتارهای نابخردانه و بی معنی شخصیت های داستان را می تواند توجیه کند!

ششم _ تجمل گرایی و مصرف زدگی؛

ششم _ تجمل گرایی و مصرف زدگی؛

تجمل گرایی و مصرف زدگی نیز موضوعی است که متأسفانه به طور جدی در تولیدات تلویزیونی تثبیت شده است به طوری که در سال های اخیر، کمتر فیلم و سریالی را می توان یافت که افراد آن در خانه های ساده و معمولی زندگی کنند و اگر هم چنین محیط هایی به نمایش درمی آید، متعلق به افرادی بیچاره، فقیر و احتمالاً خلاف کار است؛ در حالی که حتی بدون یک تحقیق علمی و عمومی هم می توان اظهار داشت که هنوز هم بیشتر مردم کشور، در خانه هایی ساده زندگی می کنند و همچنان عادت و فرهنگ نشستن بر روی زمین و یا غذا خوردن بر سر سفره را حفظ کرده اند ولی متأسفانه، همان طور

که اشاره شد، اینک چنین رفتارهایی سمبل و نمادی از فقر و دست و پا زدن در انبوهی از مشکلات _ گوناگون و حتی غیرمنطقی _ به شمار می آیند.

هفتم _ بدحجابی و آرایش ناموجه؛

هفتم _ بدحجابی و آرایش ناموجه؛

این پدیده را نیز به شکل های گوناگون می توان در تولیدات تلویزیونی مشاهده کرد؛ اگرچه ضوابط صریح و مراکز برنامه سازی نمایش چهره زنان را به گونه ای که در سینما رایج شده، ممنوع کرده است. متأسفانه واقعیت این است که برنامه سازان صدا و سیما نیز از استفاده ابزاری از زن مبرّا نیستند و هر چقدر که در نمایان نبودن موی هنرپیشگان زن وسواس نشان می دهند، از پرزرق و برق کردن چهره و پوشش آنان و آرایش های بی دلیل غفلت نمی کنند. البته جای خوشوقتی است که در سال های اخیر، دست کم ایفای نقش شخصیت های ضعیف، زبردست، فضول، ساده لوح و ... از انحصار شخصیت های چادر بر سر خارج شده و دیگر چادر داشتن، الزاماً با این گونه نقش ها انطباق ندارد؛ اگر چه گاه ایجاد جذابیت بیش از اندازه در چهره کارگرهای چادری نیز کمتر از دیگران نیست!

هشتم _ نامشخص بودن ضوابط ارتباط بین دختر و پسر؛

هشتم _ نامشخص بودن ضوابط ارتباط بین دختر و پسر؛

یکی از مشکلات جدی برنامه های صدا و سیما چگونگی ارتباط بین دختر و پسر است. البته باید اعتراف کرد که حل این مشکل، شاید دشوارترین موضوع پیش روی برنامه ریزان و برنامه سازان باشد؛ زیرا موضوع آشنایی و ازدواج بین دختر و پسر جایگاه ممتاز و رقابت ناپذیری در فیلم ها و سریال های تلویزیونی دارد و موارد اندکی را می توان یافت که _ اگر چه به صورت حاشیه ای _ به این موضوع نپرداخته باشد. با این همه، اگر از دیدگاه توصیه ها

و دستورهای اسلامی به موضوع نگریسته شود، گاه جریان داستان و صحنه های پدید آمده، با این توصیه ها و تأکیدات انطباق ندارند؛ برای نمونه، در موارد متعددی شاهدیم که دختر و پسری که در انتهای فیلم با هم ازدواج می کنند در نخستین نگاه شیفته و طالب هم می شوند - که این شیفتگی هم بیشتر ناشی از زیبایی چهره آنهاست نه کمالات و ویژگی های دیگرشان - و یا بارها به تنهایی مشغول گفت و گو و گردش و تفریح هستند. گاهی حتی جنب و جوش و شوخ و شنگی بیش از حد هم به رفتار هنرپیشگان زن اضافه می شود و متأسفانه این روند هر روز شتاب و گستره بیشتری پیدا می کند.

به طور کلی بی توجهی به هنجارها و ارزش ها، مسئله اصلی برنامه های صدا و سیما است. هر چند در سال های اخیر، بهبود زیادی در این زمینه حاصل شده است، هنوز هم فاصله زیادی تا رسیدن به نقطه مطلوب وجود دارد و نقطه مطلوب جایی است که هنجارها، ارزش ها و قوانین رایج و قابل احترام جامعه جزو عناصر طبیعی و عادی داستان و ماجرای برنامه ها باشند. برای نمونه، می توان قوانین راهنمایی و رانندگی - مانند بستن کمربند ایمنی، حرکت بین خطوط، استفاده نکردن از تلفن همراه و ... - را نام برد که به طور معمول در بیشتر فیلم ها حساسیتی نسبت به رعایت کامل آنها وجود ندارد و یا موضوعاتی مانند اعمال و رفتار اخلاقی و دینی تنها زمانی به نمایش درمی آیند که جزو موضوع و اهداف اصلی برنامه ها باشند. این مسئله گاه به آنجا می رسد که حتی از رعایت بهداشت و نظافت فردی هم فقط به عنوان نمادی از زندگی مرفه استفاده می شود!

دو _ تأثیر غیرمستقیم برنامه های صدا و سیما بر اشاعه رفتارهای ناپسند و نابهنجار

شاید بتوان مدعی شد که تأثیر غیرمستقیم برخی از برنامه های صدا و سیما بر اشاعه رفتارهای ناپسند و نابهنجار، از تأثیر مستقیم آن بیشتر و نامحسوس تر و در نتیجه نگران کننده تر است؛ زیرا همان طور که بارها اشاره شد، اصولاً برنامه های صدا و سیمای جمهوری اسلامی، مجال و جواز اندکی برای ارائه مستقیم زشتی ها و بدی ها دارند. ولی گاهی به دلایل گوناگون _ و شاید حتی بدون اینکه قصد و غرض بدی در کار باشد _ به طور غیرمستقیم باعث رواج برخی عادات و رفتارهای ناپسند در جامعه می شوند و یا گاه به سست شدن باورهای اعتقادی و اخلاقی کمک می کنند.

اول _ بی تدبیری و عدم دقت کافی در ارائه خوبی ها و الگوهای مطلوب؛

اول _ بی تدبیری و عدم دقت کافی در ارائه خوبی ها و الگوهای مطلوب؛

این مسئله عامل اصلی بخشی از این تأثیرات غیرمستقیم است که البته در سال های اخیر بهبود شایان توجهی یافته است. متأسفانه، مواردی از برنامه های صدا و سیما را می توان یافت که شخصیت های مثبت آن به گونه اغراق آمیزی خوب و از هر گونه خطا و اشتباه پاک هستند و حتی نام های مذهبی هم دارند و جالب اینکه معمولاً افرادی عبوس، جدی و آرام اند و بیشتر آنها سینه ای پر درد و رنج هم دارند. البته شاید از نظر متصدیان این برنامه ها، چنین شخصیت هایی در ترویج رفتارهای پسندیده مؤثر باشند ولی به نظر می رسد که به دلیل عدم انطباق این شخصیت ها با افراد واقعی حاضر در جامعه، مخاطب بیشتر احساس می کند که به طور تحمیلی در معرض تغییر باورها و برداشت های خود نسبت به واقعیات جامعه قرار گرفته و طبعاً در برابر آن مقاومت می کند و گاه درست در مقابل آنچه در نیت و هدف متصدیان است موضع گیری می کند.

دوم _ ارائه نقش افراد ضعیف، ساده لوح و فرودست توسط شخصیت هایی با ظاهر اسلامی؛

دوم _ ارائه نقش افراد ضعیف، ساده لوح و فرودست توسط شخصیت هایی با ظاهر اسلامی؛

(مانند ریش داشتن و یا چادر به سر کردن و ...) که نقطه مقابل وضعیت پیشین است؛ یکی دیگر از مسایلی است که می تواند به طور غیرمستقیم، التزام به رفتارهای پسندیده و یا مراعات توصیه ها و دستورهای شرعی را کم اهمیت جلوه دهد. البته جای بسی خوشحالی است که در سال های اخیر، این مورد در برنامه های صدا و سیما کمتر مشاهده شده است ولی در گذشته کم نبودند برنامه هایی که نقش یک زن فضول و پرحرف و غیرمحبوب را تنها زن چادر به سر، بازی می کرد (مجموعه مُتل) و یا نقش دربان، مستخدم و کارمندان ساده متعلق به کسانی بود که ظاهری ساده و حتی متشرع داشتند. البته همان طور که اشاره شد این موضوع به ویژه در مورد شخصیت های زن تا حدودی برطرف شده ولی واقعیت این است که گاهی افراط ها و زیاده روی هایی هم می شود و هم اکنون زن های چادر به سر برخی از فیلم ها و سریال ها، افزون بر اینکه مشاغل مهم و حساسی را بر عهده دارند، به گونه ای اغراق آمیز موفق و تأثیرگذار هستند ولی چنان که متذکر شدیم، اگر مخاطب احساس کند که چنین نقش هایی برای تحمیل باورهایی خاص ساخته و پرداخته شده اند شاید واکنش متفاوتی از خود بروز دهد.

سوم _ استفاده از برنامه ها و فیلم های خارجی؛

سوم _ استفاده از برنامه ها و فیلم های خارجی؛

این عامل نیز نمی تواند بر انتقال فرهنگ بیگانه و به طور غیرمستقیم در ترویج عادات و اخلاق ناپسند و یا اعمال نابهنجاری تأثیر باشد. این تأثیرگذاری صرف نظر از فیلم های خارجی و به ویژه امریکایی _ که در سال های اخیر بیشتر نمایش داده می شوند _ حتی در مورد برنامه های تفریحی و

سرگرم کننده نیز صادق است و حتی شاید بتوان تأثیر این برنامه ها را بیشتر از فیلم های خارجی دانست؛ زیرا این برنامه های سرگرم کننده (دوربین مخفی، سیرک، ورزش های مهیج و...) در حقیقت شادابی، تنوع، رفاه و در مجموع، جاذبه های جوامع پیشرفته _ برای نوجوانان و جوانان _ را در معرض دید مخاطبین قرار می دهد و اگر قبول کنیم که جوانان ما بسیاری از این رفاه ها و سرگرمی ها را در اختیار ندارند، باید بپذیریم که این برنامه ها به طور ناخودآگاه گرایش به فرهنگ و ارزش های این جوامع و حتی آرزوی رفتن به آن دیار را در جوانان و نوجوانان ایجاد می کنند و شعله ور می سازند.

فیلم ها و سریال های خارجی هم که وضعیت روشنی دارند و افزون بر اینکه به طور عمومی، کمتر انطباقی با فرهنگ و ارزش های ما دارند، تقریباً همه نگرانی هایی را که راجع به برنامه های تلویزیونی در بحث توانمندی بالقوه رسانه در اشاعه فحشا به آنها اشاره شد، با خود همراه دارند. البته به دلیل اینکه بیشتر فیلم ها و به ویژه سریال های خارجی، موضوع های جنایی و پلیسی دارند، بیشتر در همین ناحیه تأثیرگذارند و البته در سال های اخیر سریال هایی با موضوع های امدادی نیز حجم قابل توجهی از برنامه های خارجی را به خود اختصاص داده است و دست کم از این نظر از حجم سریال های پلیسی و جنایی کاسته شده که نکته ای در خور توجه و تقدیر است!

چهارم _ از دست رفتن وجاهت و مقبولیت صدا و سیما در نزد مخاطب؛ این عامل را می توان یکی از مهم ترین زمینه های غیرمستقیم اشاعه فحشا ارزیابی کرد. البته، ما در اینجا در مقام قضاوت نیستیم و طبعاً این بر عهده مسئولان و متصدیان سازمان است که تحقیقات جامعی به عمل آورند و از مقبولیت و محبوبیت

خود مطلع شوند. ولی این نکته مسلم است که چنانچه صدا و سیما، به هر دلیلی _ از جمله کیفیت پایین برنامه ها، جانب داری های سیاسی، گزینش ناموجه اخبار و اطلاعات ارائه شده به مخاطب و ... _ مخاطبان خود را از دست بدهد و یا اعتماد و اطمینان آنان را خدشه دار کند، به همان اندازه، افزون بر اینکه نوعی احساس دوری و حتی بیزاری و تنفر نسبت به ارزش های مورد حمایت خود را در مخاطبین ایجاد می کند، زمینه ساز گرایش آنان به سوی انواع رسانه های بیگانه خواهد بود. اینجاست که حتی افرادی که برای به دست آوردن اطلاعات و اخبار بیشتر و دقیق تر به ماهواره و اینترنت و ... متوسل می شوند هم از تأثیرات سوء دیگر برنامه ها و پیام ها در امان نخواهند ماند و نیازی به توضیح نیست که رو آوردن به ماهواره _ با همه تنوع و جذابیت و مصون ماندن از سانسور و ... _ معنایی جز قرار گرفتن در جریان تند و خطرناک فروپاشی فرهنگی و اخلاقی ندارد و متأسفانه، هر روز شاهد گسترش روزافزون استفاده از این رسانه در سطح جامعه هستیم (به ط

بع عوامل دیگری نیز در این مورد مؤثر هستند که این نوشتار در مقام بررسی و طرح آنها نیست ولی در باور نگارنده عملکرد صدا و سیما یکی از مهم ترین عوامل بروز این پدیده خطرناک است).

(ب) پی آمدهای اجتماعی کاستی های فرهنگی و اخلاقی در برنامه های صدا و سیما

اشاره

(ب) پی آمدهای اجتماعی کاستی های فرهنگی و اخلاقی در برنامه های صدا و سیما

با وجود تمام مواردی که عوامل مؤثر در اشاعه رفتارهای زشت و ناپسند از سوی صدا و سیما دانستیم و به آنها اشاره کردیم، باید بپذیریم که در مقایسه با رادیو و تلویزیون دیگر کشورها _ حتی کشورهای اسلامی _ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، پربارترین است و اعمال و رفتار ناپسند به نمایش

درآمده در برنامه های آن در پایین ترین سطح قرار دارد. در عین حال نباید فراموش کرد که تصور و انتظاری که از این رسانه ملی در مقام یک دانشگاه بزرگ و فراگیر وجود دارد، موجب می شود که کوچک ترین کاستی و ضعفی در این زمینه مورد انتقاد و نپذیرفتنی باشد. افزون بر این، وجود هرگونه کاستی و نقصی هر چند اندک، آثار و پیامدهایی در پی خواهد داشت و چنانچه این نواقص در برنامه های پرمخاطب و سراسری وجود داشته باشد، پیامدهای آن را در ابعاد گسترده تری می توان مشاهده کرد.

بنابراین و با توجه به آنچه در مورد فیلم ها و سریال های داخلی و خارجی و همچنین برنامه های سرگرم کننده _ یعنی پربیننده ترین برنامه ها _ مطرح شد، می توان موارد زیر را مهم ترین آثار اجتماعی نارسایی های موجود دانست.

یک _ بحران هویت و عدم خودباوری _

یک _ بحران هویت و عدم خودباوری _

اگر نمایش فیلم ها و سریال های خارجی موجب انتقال و ترویج فرهنگ بیگانه شود و برنامه های سرگرم کننده خارجی که گاه و بی گاه به صورت بیان برنامه و زنگ تفریح به نمایش درمی آید، این تلقی را به وجود بیاورد که زندگی غربی یعنی زندگی توأم با رفاه و آسایش و شادی؛ بنابراین نباید تعجب کرد که مخاطب _ به ویژه جوانان و نوجوانان _ نسبت به فرهنگ و هویت خود دچار تردید شوند و در برابر فرهنگ و تمدن غرب، احساس حقارت کنند، و همیشه در آرزوی دست یابی به آن فرهنگ و شیوه زندگی باشند و اگر تأثیر غیرمستقیم برنامه های صدا و سیما در گرایش به استفاده از ماهواره را نیز در نظر بگیریم، موضوع ابعاد گسترده تری هم پیدا خواهد کرد.

دو _ خدشه دار شدن موقعیت دین و دین داری

دو _ خدشه دار شدن موقعیت دین و دین داری

_ صدا و سیما، گسترده ترین و تأثیرگذارترین ارگان رسمی نظام جمهوری اسلامی

است که داعیه پیروی از اسلام واقعی و ناب را دارد؛ بنابراین، این انتظار وجود دارد که تمام برنامه ها و سیاست های آن بر پایه دستورهای اسلامی و برخاسته از آن باشد؛ به تعبیر بهتر، هر آنچه از این جعبه جادویی متعلق به نظام اسلامی دیده می شود، در نزد مخاطبین مورد تأیید اسلام به شمار می آید. پس چنانچه به هر دلیلی، کاستی هایی در این زمینه وجود داشته باشد و به ویژه سیاست های اصلی و خط مشی کلی این رسانه، اعتراض و انتقادهایی را برانگیزد و پاسخ های مناسبی هم در قبال آنها مطرح نشود، نباید تعجب کرد که این اعتراض ها و انتقادات _ دست کم در ذهن نوجوانان و جوانان _ محدود به صدا و سیما را پشت سر گذارد و به کلیت نظام اسلامی و اصل اسلام تسری پیدا کند. این موضوعی است که افزون بر تضعیف موقعیت دین و دین داری، تشدید کننده پدیده بحران هویت و عدم خودباوری در میان جوانان و نوجوانان نیز خواهد شد.

البته نباید فراموش کرد که افراط و تفریط در ارائه ارزش ها و ضد ارزش های دینی در برنامه های صدا و سیما و استفاده از شخصیت های نامناسب برای موقعیت های این چنینی نیز، تأثیر انکارناپذیری در سست شدن باورهای دینی و حتی به مسخره گرفتن آنها خواهد داشت.

باید توجه کرد که پی آمدهای اجتماعی دیگری مانند ترویج فرهنگ منفعت طلبی و سودجویی، اشاعه روحیه تنبلی و راحت طلبی، تشدید اختلافات طبقاتی، مصرف زدگی و ... را هم می توان برای برخی از برنامه های صدا و سیما یادآوری کرد ولی هیچ یک از آنها به اندازه مواردی که شرح داده شدند،

مهم نیستند. افزون بر اینکه دو مورد ذکر شده بیشتر به صورت ناخواسته و حتی ناپیدا ایجاد و تشدید می شوند.

۶. صدا و سیما و مقابله با ناهنجاری ها

اشاره

۶. صدا و سیما و مقابله با ناهنجاری ها

بر اساس آنچه در بحث عوامل مؤثر در اشاعه ناهنجاری ها توسط صدا و سیما گفته شد، راه های مقابله با اشاعه ناهنجاری ها نیز آشکار می شود و می توان به آنها به صورت زیر توجه کرد.

الف) آسیب زدایی از برنامه های تولیدی

الف) آسیب زدایی از برنامه های تولیدی

رفتارهای زشت و ضد ارزش، ساده ترین و راحت ترین اقدام در این زمینه است، ولی پیداست که چنین کاری از تأثیر کافی برخوردار نیست و حتی گاه تأثیر معکوس خواهد داشت؛ زیرا تهیه و نمایش برنامه های خالی از هر گونه رفتار ناهنجار و ناپسند بیشتر تداعی کننده داستان هایی آرمانی و غیرواقعی است و مخاطب را ارضا نخواهد کرد. بنابراین، برای آسیب زدایی از برنامه های تولیدی باید چنان زمینه سازی شود که در عین حالی که زشتی ها در کنار زیبایی ها به نمایش درمی آید، مخاطب زشتی را منفور و مطرود بیابد و زیبایی را مطلوب و مقبول احساس کند.

ب) اتخاذ سیاست های صحیح در بازتاب ناهنجاری های اخلاقی جامعه

ب) اتخاذ سیاست های صحیح در بازتاب ناهنجاری های اخلاقی جامعه

رسانه ها به ویژه رادیو و تلویزیون، در واقع آینه جامعه به شمار می آیند و نمی توانند و نباید در برابر وجود ناهنجاری های اخلاقی و فرهنگی بی تفاوت باشند و از بازتاب معضلات موجود خودداری کنند. ولی چنانچه در این راه سیاست های صحیحی به کار نرفته باشد گاهی برنامه هایی تهیه و پخش می شوند که بیش از آنکه نقشی بازدارنده و هشداردهنده داشته باشد،

کنجکاوی نوجوانان و جوانان را برمی انگیزند و آنان را ترغیب می کنند که خود تجربه کنند و گاه، راه انجام برخی اعمال خلاف را نیز به آنان آموزش می دهند.

ج) اطلاع رسانی مناسب درباره پیامدهای منفی نابهنجاری های فرهنگی و اخلاقی

ج) اطلاع رسانی مناسب درباره پیامدهای منفی نابهنجاری های فرهنگی و اخلاقی

بی گمان اصلی ترین و مهم ترین عامل بازدارنده افراد از ارتکاب جرایم گوناگون، آگاهی آنان بر پیامدهای منفی این گونه اعمال است و کسانی که این گونه آگاهی در اختیار دارند کمتر از بقیه در معرض آلودگی قرار می گیرند و در برابر عوامل محیطی و شرایط مساعد بروز رفتارهای نابهنجار، مقاومت بیشتری از خود نشان می دهند. صدا و سیما نیز سال های زیادی است که با تهیه برنامه های مختلف در این زمینه تلاش می کند و طبعاً نقش مؤثری نیز در این باره ایفا کرده است. در عین حال، به نظر می رسد که این مشکل اساسی در این برنامه ها وجود دارد که جاذبه و کیفیت آنها به اندازه ای نیست که جزو پربیننده ترین برنامه ها باشند و به ویژه جوانان و نوجوانان را که نیاز بیشتری به این آگاهی ها دارند تغذیه کنند؛ اگر چه در چند سال گذشته، تحولات بسیار مثبتی در این زمینه پدید آمده و موفقیت های شایان توجهی حاصل شده و افزون بر تنوع و ابتکارها به وجود آمده، توجه بیشتری هم به جنبه علمی و اقناع عقلی مخاطب می شود.

د) مقابله اصولی با تهاجم فرهنگی غرب

د) مقابله اصولی با تهاجم فرهنگی غرب

پرواضح است که برنامه های فرهنگی غرب از مهم ترین عوامل تهدید کننده نظام اخلاقی جامعه و زمینه ساز اشاعه فحشا به معنای اعم و اخص آن در کشور است و هر چند این برنامه ها، اقدام های گوناگونی را شامل می شود، مرکز ثقل آنها تولیدات تصویری است؛ بنابراین، وظیفه سنگینی از این بابت بر

دوش صدا و سیما که یگانه سازمان مجاز و قادر به تهیه و پخش برنامه های رادیو و تلویزیون است، قرار دارد. این سازمان باید از یک سو، اطلاع رسانی مناسبی در زمینه سیاست های فرهنگی غرب و پیامدهای آن در اختیار مردم و به ویژه جوانان و نوجوانان بگذارد و از دیگر سو با تهیه و پخش برنامه های جذاب و آموزنده از گرایش آنان به سوی رسانه های غربی و کانال های ماهواره ای و ... جلوگیری کند.

البته نباید فراموش کرد که فروغلتیدن به دام ساخت برنامه های مبتذل و حاوی رفتارهای ناپسند و ... به بهانه مقابله با تهاجم فرهنگی عذر بدتر از گناه نپذیرفتنی خواهد بود. به همین دلیل، ضروری است که در این باره بررسی های کارشناسی بیشتری شود و واحدهای تحقیقاتی سازمان، نقش بیشتری در این زمینه ایفا کنند.

چند پیشنهاد

اشاره

چند پیشنهاد

زیر فصل ها

۱. نوآوری

۲. سازماندهی دوباره مراکز پژوهشی سازمان

۳. انجام فعالیت هایی برای رشد اخلاقی و فرهنگی برنامه سازان

۴. نظارت و ارزیابی پی گیر برنامه ها

۱. نوآوری

۱. نوآوری

واقعیت این است که نگرانی های مربوط به برنامه های رادیو تلویزیونی _ به ویژه تلویزیون _ نگرانی هایی عمومی و بین المللی است و همه جوامع، کم و بیش با آن روبه رو هستند. در این میان، نکته بسیار مهم این است که رسانه های غربی به سبب اینکه محدودیت های کمتری دارند و اساساً یکی از اهداف مهم آنها، فروپاشی فرهنگی دیگر ملت هاست، برنامه هایی تولید می کنند که همیشه در اوج جذابیت اند و با استفاده از فن آوری نوین ارتباطات، تولیدات خود را به شیوه های گوناگون، در اختیار مصرف کنندگان سراسر دنیا می گذارند. آشکار است که معارضة و مبارزه با آنها نیازمند تلاش بسیار مضاعف و جدی است.

بنابراین، به نظر می‌رسد که، اصولاً باید به فکر شیوه‌های نوینی از برنامه‌سازی بود. البته این سخن شاید تا حدودی غیرمنطقی و حتی مضحک به نظر برسد ولی تجربه تاریخی چند قرن گذشته، ثابت کرده است که، راه تفوق و برتری بر قدرت‌های برتر دنیا – که با بهره‌گیری از امکانات فراوان اقتصادی در زمینه‌های گوناگون سیادت و آقایی خود را بر دیگران تحمیل و تثبیت کرده‌اند و می‌کنند – تغییر دادن معادلات و قواعد مورد نظر آنان است و این موضوع، در تمام ابعاد و عرصه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی صادق است و صد البته دست‌یابی به آن بسیار دشوار و طولانی است به همین دلیل، ملل ضعیف یا هرگز به فکر چنین اقداماتی نمی‌افتند و یا در میانه راه، خسته و درمانده می‌شوند و تأسف‌بارتر اینکه در عرصه فرهنگ، به ویژه تولیدات فرهنگی و به ویژه تولیدات تلویزیونی، این کار دشوار بیشتری هم دارد. با این وجود، جانمایه غنی و بی‌بدیل فرهنگ ایرانی – اسلامی این امید را به وجود آورده که، در صورت بهره‌گیری از این سرمایه‌گران قدر و البته با سعی و تلاش فراوان، می‌توان به ابداع و نوآوری در این عرصه نیز دست یافت.

هر چند منظور ما، ابداع و نوآوری در کلیت فعالیت‌های فرهنگی و به ویژه تولیدات رادیو تلویزیونی است، اهمیت و تأثیر این موضوع به اندازه‌ای است که حتی اگر در مقیاس کوچک تر هم به آن توجه شود، باز توفیقات زیادی به دست خواهد آمد که نمونه آن را می‌توان در موفقیت برنامه‌های جدی مانند، مباحث کارشناسی مربوط به خانواده و یا برنامه‌های طنز مشاهده کرد.

۲. سازماندهی دوباره مراکز پژوهشی سازمان

۲. سازماندهی دوباره مراکز پژوهشی سازمان

باید پذیرفت، که متأسفانه هنوز هیچ نسبت معناداری میان فعالیت مراکز متعدد پژوهشی سازمان و ارتقای کیفی برنامه ها، وجود ندارد و علت اصلی این امر، عدم ارتباط ارگانیک بین این دو است؛ در حالی که فلسفه اصلی به وجود آمدن مراکز پژوهشی در سازمان، کمک به ارتقای سطح کیفی برنامه ها و پشتیبانی علمی و اطلاعاتی از بخش های تولیدی بوده است. بنابراین، یکی از اقدامهای اساسی برای افزایش کیفیت برنامه ها و زدودن جنبه های منفی از آنها و همچنین در پیش گرفتن سیاست های صحیح برای مقابله با تهاجم فرهنگی فعالیت کارآمدتر و جدی تری مراکز و به ویژه مراکز پژوهش های اسلامی است. این مراکز همچنین می توانند با راه اندازی گروه های مختلف پژوهشی و آموزشی، افزون بر تربیت مشاوران فرهنگی برای تهیه برنامه های مختلف، در زمینه نوآوری در برنامه های صدا و سیما نیز نقش به سزایی ایفا کنند.

۳. انجام فعالیت هایی برای رشد اخلاقی و فرهنگی برنامه سازان

۳. انجام فعالیت هایی برای رشد اخلاقی و فرهنگی برنامه سازان

صدا و سیما، یک سازمان بزرگ فرهنگی است و اقتضای نظام جمهوری اسلامی و خواسته رهبران و مسئولان نظام این است که این سازمان در مقام یک دانشگاه بزرگ اسلامی در تربیت و تعلیم آحاد جامعه بکوشد؛ بنابراین همان طور که موفقیت هر مربی و معلم اخلاقی به میزان زیادی در گرو این است که، خود آداب پسندیده و نیکو داشته باشد، موفقیت صدا و سیمای جمهوری اسلامی در دست یابی به اهداف تربیتی و فرهنگی خود نیز، مستلزم رعایت نکات اخلاقی و آداب الهی است. البته این موضوع، افزون بر اینکه درباره عوامل کارگزاران بخش های مختلف صدا و سیما ضرورت دارد، در کلیت فعالیت سازمان نیز باید به آن توجه شود.

در مورد کلیت فعالیت صدا و سیما، پیش تر نیز متذکر شدیم که چنانچه به هر دلیلی، شبهاتی در مورد عملکرد سازمان وجود داشته باشد و به ویژه احساس شود که این عملکرد با دستورهای دینی انطباق ندارد و پاسخ قانع کننده ای هم در قبال آنها مطرح نشود، این احتمال وجود دارد که موقعیت سازمان در نزد مخاطبان تضعیف شود و انتقادات وارد بر آن به کلیت نظام و اسلام سرایت کند و البته طبعاً عکس این حالت نیز می تواند شرایط متفاوتی را رقم بزند.

البته در مورد عوامل اصلی برنامه سازی در صدا و سیما هم روشن است که چنانچه خود این افراد برداشت صحیح و کاملی از ارزش ها و معیارهای قابل احترام جامعه نداشته باشند و یا خدای نخواستہ، اساساً به بسیاری از باورها و اعتقادهای مردم بی توجه باشند، نمی توان انتظار داشت برنامه هایی بسازند که انتقال دهنده این ارزش ها باشد و پیداست که اضافه کردن صوری و ظاهری چندین عمل و رفتار اخلاقی و دینی هم نمی تواند تأثیر مثبتی داشته باشد اگر تأثیر منفی نداشته باشد!

جنبه دیگر این موضوع هم به هنرپیشگان _ یعنی شخصیت هایی که در بین مردم معروفیت و محبوبیت پیدا می کنند _ مربوط می شود و اتفاقاً اهمیت این جنبه از موارد دیگر کمتر هم نیست؛ زیرا این محبوبیت و معروفیت موجب می شود که به طور معمول جوانان و نوجوانان از هنرپیشگانی که دوستدارشان هستند تقلید و تأسی کنند و این در حالی است که، متأسفانه در سال های اخیر تفاوت زیادی بین زندگی و شخصیت واقعی هنرپیشگان با آنچه در تلویزیون به نمایش در می آید، مشاهده می شود و با کمال تأسف، خود این مسئله یک

پیام و توصیه نامحسوس هم هست که اثر تخریبی آن بر روی اخلاق و هنجارهای قابل احترام جامعه کمتر از دیگر موارد نیست و این توصیه این است؛ پابندی ظاهری و صوری به ارزش ها برای به دست آوردن موقعیت های بهتر و بیشتر!

۴. نظارت و ارزیابی پی گیر برنامه ها

۴. نظارت و ارزیابی پی گیر برنامه ها

نظارت و ارزیابی برنامه ها، پیشینه زیادی در سازمان صدا و سیما دارد و متأسفانه مفید نبوده است، در حالی که چنانچه این مسئله به درستی و بر پایه معیارهای مدرن و منطقی اجرا شود و با سیاست های تشویقی و تنبیهی مناسب همراه باشد، روند ارتقای کیفی برنامه ها شتاب بیشتری خواهد یافت. در این صورت، می توان امیدوار بود که برای ساخت برنامه های خوب انتظار کمتری کشیده شود؛ اگر چه افزایش شبکه ها به طور ناخواسته موجب شده که اندیشه و عمل متصدیان از توجه به کیفیت برنامه ها به کمیت معطوف شود و نظارت و ارزیابی نیز در حد فعالیتی اتوماتیک و بدون پی آمد مفید کاهش یابد. بدین ترتیب، لازم است دست کم معیارها و ضوابط منطقی و اجرا شدنی برای تهیه و پخش برنامه های گوناگون تدوین شود و در اختیار متصدیان گذاشته شود تا شاخص ارزیابی کیفی به شمار آید. ضمن اینکه بهره گیری از مشاورین فرهنگی می تواند تأثیر به سزایی در زدودن جنبه های منفی از تولیدات صدا و سیما داشته باشد.

تفصیل بیشتر این بحث در نوشتار پیش رو خواهد آمد.

۱. ابزگ اندرو و پاتریک باروایز، تلویزیون و مخاطبان آن، فرهاد رادپور، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای صدا و سیما، ۱۳۷۸.
۲. حدیث ولایت، جلد ۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶، مجموعه سخنرانی های مقام معظم رهبری، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار.
۳. دادگران، سیدمحمد، مبانی ارتباط جمعی، تهران، انتشارات فیروزه، ۱۳۷۴.
۴. ساروخانی، باقر، دائره المعارف علوم اجتماعی، تهران، کیهان، ۱۳۷۰.
۵. شرام، لابل، پارکر، تلویزیون در زندگی کودکان ما، محمود حقیقت کاشانی، تهران، انتشارات مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه ای صدا و سیما، ۱۳۷۷.
۶. صحیفه نور، جلد ۵ مجموعه سخنرانی های امام خمینی رحمه الله، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۶۱.
۷. علامه طباطبایی، تفسیرالمیزان (مجموعه ۴۰ جلدی _ ترجمه)، سید محمدباقر موسوی همدانی، کانون انتشارات محمدی، چاپ اول، ۱۳۵۳.
۸. کازنو، ژان، جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، ساروخانی و محسنی، تهران، انتشارات اطلاعات، ۱۳۶۵.
۹. مجیدی، مجید، اخلاق رسانه ها، تهران، انتشارات نقش و نگار، ۱۳۷۹.
۱۰. مظلومان، رضا، تلویزیون، رادیو و جرم، تهران، انتشارات آگاه، ۱۳۵۵.
۱۱. معتمدنژاد، کاظم، وسایل ارتباط جمعی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۱.
۱۲. منطقی، دکتر مرتضی، راز گل سرخ، تهران، انتشارات مرکز پژوهش های بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۶.

دفتر دوم: درآمدی بر نظام شاخص های نظارت و ارزیابی برنامه های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

اشاره

دفتر دوم: درآمدی بر نظام شاخص های نظارت و ارزیابی برنامه های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

زیر فصل ها

درآمد

فصل اول: نقدی بر وضعیت موجود نظام نظارت در سازمان صدا و سیما

فصل دوم: ترسیم وضعیت مطلوب نظارت در سازمان

فصل سوم: ضرورت الگوی نظام مند نظارت در سازمان صدا و سیما

فصل چهارم: درآمدی بر الگوی نظام مند نظارت بر سازمان صدا و سیما

جمع بندی

کتاب نامه

ص: ۵۲

در اختیار داشتن شاخصه های نظارت و ارزیابی برای هر رسانه فعال و بالنده ای از آن رو اهمیت دارد که هر رسانه بدون توجه به دستاوردهای خود و بدون وقوف بر تأثیری که بر مخاطبین بر جای می گذارد، نمی تواند بر عملکرد خود اشراف و از آن اطمینان کافی داشته باشد؛ به عبارت دیگر، مجموعه ای موفق است و رو به جلو حرکت می کند که همواره به فکر اصلاح و پویایی خود باشد و این ممکن نیست؛ مگر از طریق کاویدن نقاط آسیب پذیر مجموعه در زوایای مختلف و یافتن نقاط ضعف و برطرف کردن آنها و هدایت مجموعه به سمتی که آسیب پذیری و آسیب رسانی کمتری داشته باشد. چنین امری امکان ندارد؛ مگر با در اختیار داشتن نظام نظارتی فعال در درون مجموعه. این امر به میزانی که در مجموعه ها و نهادها تأثیر گذاری بیشتری دارد و مخاطبین بیشتری را پوشش می دهد، از اهمیت بیشتری برخوردار است.

رسانه های جمعی و در رأس آنها صدا و سیما، اهمیت و نقش متمیزی را در شکل دهی افکار عمومی و هدایت و القای الگوهای این مجموعه ها دارد و می تواند پیامدهایی ناخوشایند پایداری را در بین عموم مردم بر جای گذارد. بر همین اساس، لازم است تا این دستگاه گسترده و صاحب نفوذ، همواره از جمیع ابعاد بر عملکرد خود نظارت کند و گام به گام در راستای تقویت خود و یافتن جایگاهی بالاتر در میان مردم کوشا باشد. بر این اساس، هدف از این نوشتار، افزون بر توجه دادن به ضرورت مجموعه ای نظام مند از شاخص های

ارزیابی عملکردها از یک سو و برداشتن گامی هر چند کوتاه در راستای تبیین الگوی مطلوب نظارت است. البته ارائه نظام شاخص هایی با گستردگی و تبیین جزئیات لازم از حوصله این نوشتار خارج و محتاج صرف وقت و هزینه مناسب برای دست یابی به آن است.

در این نوشتار در گام اول، وضعیت موجود نظارت در صدا و سیما به اختصار نقد و ارزیابی می شود و سپس به وضعیت مطلوب نظارت در سازمان توجه می شود؛ آن گاه به ضرورت در اختیار داشتن الگو، برای امر مهم نظارت، توجه و راه رسیدن به آن تبیین خواهد شد؛ و در پایان، الگوی اولیه نظام نظارت پیشنهاد می گردد.

فصل اول: نقدی بر وضعیت موجود نظام نظارت در سازمان صدا و سیما

فصل اول: نقدی بر وضعیت موجود نظام نظارت در سازمان صدا و سیما

نظارت در صدا و سیما مانند هر مجموعه دیگری امر جدیدی نیست و شاید تقریباً از آغاز تأسیس این سازمان، مجموعه‌هایی هر چند محدود مسئول این امر بوده‌اند در طول زمان نیز این بخش به تدریج تقویت شده و تأثیرگذارتر گشته است. به همان میزان که گستردگی ارتباط و رسانه‌های جمعی در جامعه اهمیت افزون‌تری یافته، نظارت بر این مجموعه نیز اهمیت مضاعفی پیدا کرده است. در عین اینکه زحمات عزیزانی که به این مهم اشتغال داشته‌اند و دارند بسیار شایان تقدیر است و بی‌گمان انجام وظیفه متعهدانه آنها در بارورتر شدن برنامه‌ها نقش مثبتی داشته است، نمی‌توان از نظر دور داشت که در هیچ برهه‌ای نباید به وضعیت موجود بسنده کرد؛ بلکه همواره باید سرگرم اصلاح وضعیت گذشته بود. و البته این در صورتی است که نظام نظارتی از زمان خود عقب نمانده و در اجرای مسئولیت‌های خود موفق شده باشد.

متأسفانه به ادله‌ای که در ادامه بیان خواهیم داشت، مشاهده می‌کنیم نظام نظارتی از توانایی کافی در این مجموعه برخوردار نبوده است. شاید نخستین دلیل ضعف نظارت در صدا و سیما برداشت محدود از امر نظارت است.

ممکن است که نظارت به فعالیتی مشخص که بر بخشی از فعالیت‌ها و در مرحله‌ای مشخص انجام می‌پذیرد گفته شود. تصور بر این است که، اگر رسالت صدا و سیما را به «تولید و عرضه برنامه» در زمینه‌های مختلف خلاصه

کنیم، چند مشکل عمده در نظارت ملاحظه می شود: مشکل اول اینکه نظارت به عنوان گامی پس از تولید و پیش از ارزیابی تعریف شده است؛ بدین معنا که بر برنامه هایی که در زمینه های مختلف تولید می شوند، پس از تولید نظارت شود و ناظر خواهد توانست که از برنامه تولید شده _ در صورت وجود کاستی ها و نارسایی ها _ بکاهد یا تقاضا کند که بر آن بخش هایی افزوده شود؛ بنابراین، نظارت بیشتر در مرحله پس از تولید و پیش از پخش برنامه تعریف می شود و پس از عرضه و پخش برنامه نیز نظرسنجی هایی می شود که این نظرسنجی ها بازتابی در نظارت پیدا نمی کند، یا اگر پیدا کند به گونه ای نادرست، تأثیرگذار خواهد بود، که در ادامه بیان خواهیم کرد.

مشکل دوم در وضعیت موجود نظارتی سازمان، در اختیار نداشتن نظامی از شاخصه ها، برای ارزیابی و نظارت در برنامه هاست؛ بدین معنا که بر اساس رسالت ها و اهدافی که از این سازمان انتظار می رود، شاخصه هایی در بخش های مختلف تعریف و به نسبت بین آنها با یکدیگر نیز توجه می شود. داشتن نظام شاخصه ها بدین معناست که نسبت یا نظم کمی و کیفی هر شاخصه نسبت به دیگر شاخصه ها مشخص باشد و کاستی در هر مورد تأثیر و بازتاب مشخصی در مجموعه داشته و این بازتاب قابل محاسبه شده باشد. این چنین مجموعه ای نظام مند، به ویژه متکی بر مبانی و اهداف نظام جمهوری اسلامی و انتظاری که از نقش هدایتگر صدا و سیما در جامعه وجود دارد، در میان نیست.

مشکل سوم؛ به دلیل اهتمام مجموعه صدا و سیما به افزایش تولید برنامه، ارزیابی بخش های مختلف به میزان زیادی بر اساس کمیت برنامه های تولید شده

است _ که یک شبکه یا یک گروه از یک شبکه توانسته است در طول یک سال چند ساعت برنامه تولید کند _ ولی کمتر توجه می شود که برنامه های تولید شده چه +تأثیری در جامعه داشته و چه اندازه توانسته است به نیازهای روز جامعه و مشکلات و معضلات آن پاسخ دهد. این نگاه و وجود چنین جریانی در نظام صدا و سیما باعث شده تا در نظام نظارتی نیز مسئله منعکس شود و نظارت بر عملکردها عمدتاً بیشتر به صورت کمی باشد.

مشکل چهارم استفاده از معیارهای وارداتی و تقلیدی نظارت و ارزیابی برنامه ها در صدا و سیماست. این امر باعث شد، تا در نظارت بر تولید به میزان زیادی به مسایل تکنیکی و فنی تولید برنامه توجه شود. این مسئله از زاویه دیگر، باعث غفلت از محتوای برنامه ها شده و ضعف دربرآورد نسبت به جهت گیری برنامه ها را به ارمغان آورده است.

و سرانجام مشکل آخری که نظام نظارتی سازمان صدا و سیما در وضعیت موجود از آن رنج می برد، نبودن معیارهای هنر اسلامی در اختیار کارشناسان این مجموعه است. صدا و سیما از مهم ترین مجموعه هایی است که از ابزارهای هنری به روش های مختلف، بیشترین استفاده را می برد.

هنر اسلامی، هنری است که بتواند شکوه ایمان و اعتقاد به خدای متعال را به جذاب ترین شیوه به جهانیان عرضه کند.

هنر اسلامی، هنری است که بتواند خباثت و پلییدی مستکبران و زورمداران را به رساترین بیان به بشریت غافل و ستمدیده امروز عرضه کند. به طور طبیعی، هنری که بتواند به چنین آرمان هایی دست یابد، لازم است از شیوه های نو و مناسبی برای عرضه چنین آرمان هایی به بشریت استفاده کند. اگر چنین

نیاز و خواستی در صدا و سیما به وجود آید، این مسئله در جامعه نیز از رونق و پویایی لازم برخوردار خواهد شد. در مقابل، اگر صدا و سیما در تولید و عرضه برنامه های خود به استفاده از سبک ها و مایه های هنری وارداتی بسنده کند، افزون بر اینکه در انجام رسالت خود عقیم خواهد ماند، در پر کردن خلا این امر در جامعه نیز نقش خود را ایفا نکرده است.

مجموعه این عوامل، اصلی ترین عواملی هستند که باعث شده اند تا نظام نظارتی صدا و سیما از توانمندی کافی برخوردار نباشد و به همان نسبت، در تقویت و هدایت برنامه های گسترده این رسانه مهم نقش کلیدی خود را ایفا نکند.

فصل دوم: ترسیم وضعیت مطلوب نظارت در سازمان

فصل دوم: ترسیم وضعیت مطلوب نظارت در سازمان

در مقابل ضعف‌ها و کاستی‌های گذشته، لازم است که ملاحظات و مطلوبیت‌هایی را که باید به سمت آنها حرکت کرد، به صورت روشن‌تری بیان کنیم.

نخستین گام در اصلاح نظام نظارتی سازمان، تعریف جدید از نظارت در این سازمان حساس و مهم است. تعریفی که نظارت را از معنای محدود گذشته جدا و آن را در گستره‌ای وسیع‌تر معنا می‌کند؛ بدین معنا که از نخستین فعالیتی که سازمان صدا و سیما شروع می‌شود تا آخرین مرحله، یعنی پخش و ارائه برنامه‌ها و حتی پس از آن، بازتاب تأثیر برنامه‌ها در سازمان نظارت و ارزیابی شود.

بر این اساس، نظام نظارتی سازمان نباید تنها به مرحله پس از تولید و تا پیش از پخش محدود شود، بلکه باید سابق بر تولید، بر محتوای تولید و پس از تولید بر پخش و اجرا و تأثیر عرضه برنامه بر مردم نیز ارزیابی کافی به عمل آورد. اگر بپذیریم که نظارت آن‌گاه کارآمد و جامع خواهد بود که نسبت به همه مراحل فعالیت سازمان انجام پذیرد، به این نتیجه می‌رسیم که در حقیقت نظام نظارتی سازمان باید به موازات نظام برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی سازمان صدا و سیما حرکت نماید و در تمامی عرصه و گستره‌ای که نظام برنامه‌ریزی این مجموعه حرفی برای گفتن داشته باشد نظام نظارتی نیز می‌تواند در کنار آن در نقش حلقه‌ای مکمل عمل کند.

همان گونه که مدیریت باید هم بر تولید برنامه رادیویی و تلویزیونی و هم در عرضه مناسب آن در موقعیت های مختلف برنامه ریزی کند، نظام نظارتی نیز می تواند در کنار این مجموعه، نقش مثبت خود را ایفا کند.

برنامه ریزان سازمان باید درباره «مقدورات انسانی» و «مقدورات امکانی» و «مقدورات ابزاری» خود برنامه ریزی مناسبی داشته باشند و از مقدورات گذشته استفاده بهینه به عمل آورند و مقدورات جدیدی برای تقویت حرکت خود در آینده فراهم کنند. نظام نظارتی نیز می تواند نسبت به کیفیت استفاده از مقدورات گذشته و به استخدام گرفتن مقدورات جدید، حضوری فعال و تأثیرگذار داشته باشد و همچنان که برنامه ریزان سازمان باید به تأثیرهای سیاسی، فرهنگی و اقتصادی برنامه های تولید شده و تأثیر آن بر اخلاق و رفتار و افکار مردم اهمیت ویژه ای بدهند و همواره بر این اساس برنامه های سازمان را کنترل و تولید نمایند، نظام نظارتی نیز باید در کنار این مجموعه به ارزیابی عملکرد گذشته و هدایت به عملکرد حال و آینده اقدام مقتضی را به عمل آورد.

بر این اساس «گسترده گی عملیات نظارتی به گسترده گی فعالیت های مجموعه سازمان است.» البته تقویت و گسترده گی نظام نظارتی به هیچ روی نباید به معنای تشکیل نظام شبه پلیسی و حاکم بر فعالیت های سازمان به شمار آید و این نکته دومی است که در وضعیت مطلوب نظارت باید بدان توجه کرد.

نکته سوم در نظام نظارتی مطلوب اینکه، دستگاه نظارتی سازمان نباید تنها نقش فیلتر را بازی کند که ناخالصی های احتمالی و اعوجاج ها و تولیدات غیر

مفید را از تولیدات مفید جدا و برنامه ها را تلخیص می کند؛ بلکه باید افزون بر نقش بازدارندگی و مهم تر از نقش بازدارندگی، نقش «هدایتگری» مجموعه را ایفا کند و بتواند از طریق ایجاد بسترهای مناسب، تولیدکنندگان برنامه ها و همچنین تنظیم کنندگان عرضه مناسب برنامه ها را به گام های بلندتری دعوت نماید. این مهم در صورتی امکان پذیر است که دستگاه نظارتی سازمان بتواند همواره یک گام جلوتر و فراتر از نیازهای جامعه خود حرکت کند.

صدا و سیمای مطلوب، صدا و سیمایی نیست که تنها از طریق نظرسنجی ها، آن هم به صورت ناقص انعکاس خواست های مردم را دریافت کند و بر اساس مطالبات اولیه مردم، تولید برنامه در بخش های مختلف برنامه تولید کند؛ بلکه باید در عین توجه به مطالبات فعلی مردم، نقش ارشادی و هدایتی خود را هیچ گاه از یاد نبرد و نظرسنجی های به عمل آمده، برای زمینه های مناسب ظرفیت های بالفعل جامعه را روشن کند تا بتواند بر اساس تأثیرپذیری جامعه از فرهنگ های مختلف در هر زمان و قوت بنیه های فرهنگی مردم در هر زمان برنامه های مناسب عرضه کند. بنابراین، برای آنکه سازمان صدا و سیما بتواند نقش هدایتی خود را ایفا کند، لازم است تا به صورت مغزی فعال همراه با مساعدت و معاونت دیگر مراکز سیاست گذاری نظام بتواند نبض حرکت جامعه را در زمان های مختلف در دست داشته باشد و گام به گام جامعه را به سوی کمال و تعالی بیشتر به پیش برد.

پیش نیاز لازم برای اینکه نظام نظارتی بتواند همواره گامی فراتر از وضعیت موجود بردارد، این است که بتواند کاستی گذشته

خود را جبران کند و به مجموعه ای روزآمد تبدیل شود که ضریب حساسیت و سنجش آن از گذشته

افزون تر شده و بتواند پیوند مستقیم و به روزی بین برنامه های تولید شده و وضعیت موجود جامعه فراهم کند و این ویژگی چهارمی است که نظام نظارتی مطلوب باید در اختیار داشته باشد.

نظام نظارتی باید بتواند متناسب با رشد فرهنگ عمومی و رشد اطلاعات عمومی جامعه، ضریب دقت، سرعت و حساسیت خود را در ارزیابی برنامه ها روز به روز بالا-تر ببرد. اگر مشاهده شود که در این سازمان گسترده، شیوه و کمیت و کیفیت نظارت با دو دهه گذشته تفاوت چندانی نکرده است، طبیعتاً باید انتظار پیامدهای منفی و تضعیف موقعیت این رسانه در میان جامعه را داشت؛ زیرا که دیگر رسانه هایی که به موازات صدا و سیما در درون و بیرون مرزها با فرستادن امواج قوی خود یا از طریق ارائه اطلاعات و مفاهیم خود، ذهن و روح مردم ما را مخاطب قرار می دهند به هیچ گاه در وضعیت گذشته باقی نمانده و روز به روز بر گستردگی و تنوع مطالب خود کوشیده اند.

پنجمین ویژگی نظام مطلوب نظارتی این است که بتواند بر اساس الگوی جامع و اسلامی عملکرد صدا و سیما را در مراحل مختلف ارزیابی کند. نظام نظارتی آن گاه می تواند به ویژگی های فوق جامعه عمل ببوشاند که برای انجام رسالت خود بر اساس معیارها و ضوابط مشخص و قابل قبولی ایفای نقش کند. در صورتی که هر یک از بخش های نظارتی بر اساس معیارهای خود ساخته و بریده از یکدیگر به این امر پردازند و مهم تر از همه ارتباط شاخصه هایی که بر اساس آن، نظارت انجام می شود با رسالت عظیمی که بر دوش این سازمان گسترده نهاده شده است، تعریف نشده باشد، طبیعی است

که نمی توان انتظار تأثیر مثبت و مناسبی از مجموعه ارزیابی های به عمل آمده داشت.

در صورت غفلت از این مهم با این پدیده و نقیصه روبه رو خواهیم بود که دستگاه های مختلفی با صرف هزینه های قابل توجه و حتی تحت عنوان پژوهشکده و پژوهشگاه های مختلف در درون مجموعه صدا و سیما شکل گرفته اند و می گیرند ولی راندمان کافی را نخواهند داشت.

ص: ۶۳

فصل سوم: ضرورت الگوی نظام مند نظارت در سازمان صدا و سیما

با توجه به ویژگی های مطلوب نظارت در صدا و سیما به این نکته نایل آمدیم که برای آنکه دستگاه نظارتی بتواند گسترده، با کیفیت، نظام مند و به روز و هدایتگر عمل کند باید معیار و منطق جامع و مورد قبولی برای عمل خود تعریف کرده باشد. به دلیل اهمیت این مسئله، در این قسمت، مختصری معنا و اهمیت الگو و چگونگی دست یابی به آن را تبیین می کنیم. صرف نظر از الگوی اولیه ای که در این مقاله پیشنهاد خواهد شد، اگر حاصل مقاله حاضر آن باشد که تصمیم گیران و متصدیان سازمان به این تفاهم مشترک نایل آیند که برای سامان دهی نظام نظارت در سازمان صدا و سیما الگوی جامع اسلامی در استمرار حرکت خود احتیاج دارد، هدف از ارائه مقاله محقق شده است.

نظارت بر هر مجموعه ای بدون شاخصه نظارت امکان پذیر نیست؛ زیرا شاخصه نظارت معیار اندازه گیری در امر نظارت است و وسیله ای است برای مشخص شدن میزان موفقیت یا عدم موفقیت، کامیابی یا ناکامی مجموعه در انجام وظایف محول شده. ولی پرسشی که پس از این مطرح می شود، این است که شاخصه های ارزیابی چگونه تعیین می شوند و ارتباط بین شاخصه ها با یکدیگر چیست؟

الگوی نظارت بر هر مجموعه تعیین کننده شاخصه ها و ارتباط بین شاخصه ها با یکدیگر است؛ از این رو، به واژه «الگوی نظام مند نظارت» تعبیر نمودیم. الگوی نظام مند یعنی الگویی که ناظر به ارتباط بین شاخص ها با یکدیگر باشد و افزون بر تعیین مجزای شاخصه ها، ارتباط نظام مندی بین آنها برقرار کند؛ بنابراین الگوی نظارت دربردارنده مجموعه عوامل و متغیرهایی

است که در ارتباط سیستمی با یکدیگر امر نظارت را امکان پذیر می سازد؛ افزون بر قدرت ارزیابی وضعیت موجود، قدرت کنترل و هدایت مجموعه را نیز به دستگاه مدیریت عطا می کند. با تعریف انجام شده از الگو، اهمیت و ضرورت آن نیز متعاقباً مشخص گردید. بدون در اختیار داشتن الگو دفاع و توجیه قابل قبولی برای اینکه شاخصه های نظارت باید مثلاً از مجموعه A باشد یا مجموعه B، وجود ندارد و طبیعتاً در صورتی که پشتوانه منطقی برای انتخاب شاخصه ها وجود نداشته باشد، یا به سلیقه محوری مبتلا خواهیم شد یا به تقلید از الگوهای وارداتی! که هیچ یک پیامدهای مطلوبی برای سازمان در پی نخواهد داشت.

سلیقه محوری، مبدأ آن می شود تا با تغییر مسئولین و تغییر سلاقی، معیارها و ابزارهای محاسبه تغییر کند و تنش های تنیدی در مجموعه عملکرد دستگاه رخ دهد؛ و مجموعه در روال پایدار و منطقی حرکت ننماید.

تکیه بر الگوهای وارداتی نیز باعث می شود تا سازمان از نقش و کارکرد خاص خود در جامعه اسلامی به دور ماند و به مجموعه ای همنوا و هماهنگ با مراکز مشابه در سطح جهان تبدیل شود. از همین جاست که افزون بر ضرورت الگو به اهمیت «الگوی اسلامی» برای نظارت به سازمان صدا و سیما پی می بریم. از آن جا که این رسانه جمعی مهم در جامعه اسلامی همانند دیگر نهادها و ارکان جامعه باید هماهنگ و با مجموعه حرکت کلی جامعه اسلامی خود را تعریف کند؛ و از آنجا که جامعه اسلامی حرکت و سمت و سویی متعالی و متفاوت با دیگر جوامع برای خود ترسیم کرده است، نقش و رسالتی که رسانه های جمعی به ویژه صدا و سیما در این میان بر عهده دارند باید ص: ۶۵

متناسب با رشد و تکاملی که در جامعه اسلامی مورد انتظار است، تعریف شود؛ بنابراین صدا و سیما باید حرکت عمومی خود را بر اساس پیش اسلامي نسبت به جامعه و انسان و تکامل جامعه انسان سامان داده باشد.

مغز متفکر صدا و سیما باید از قدرت جامعه شناسی بالایی برخوردار باشد و کیفیت شکل گیری جریان های مختلف اجتماعی، کیفیت ظهور و افول جوامع و فرهنگ ها و تمدن ها را به خوبی دریافته و از آن تحلیل داشته باشد تا بتواند در تقابل و رقابتی که بین فرهنگ اسلامی و فرهنگ منحنط مادی _ رقابتی که بین تمدن اسلامی و تمدن غربی سیطره یافته بر جهان معاصر است _ نقش و رسالت ویژه خود را به خوبی ایفا کند و هم خود برای حرکت در چنین میدان پرخطری تجهیز کافی را یافته باشد و هم آمادگی لازم را از جنبه های مختلف به جامعه مخاطب خود متناسب با هر عصر و زمان ایجاد کند.

آخرین مطلبی که در این قسمت طرح می شود، چگونگی دست یابی به الگوی نظارت در سازمان صدا و سیماست. طبیعتاً این شیوه دست یابی به الگو، مختص به سازمان صدا و سیما نیست و در الگوسازی در دیگر موارد نیز قابل استفاده است. به اعتقاد ما الگوسازی از سه لایه و سه مرتبه برخوردار است:

شاخص های عینی: لایه زیرین آن، عینی ترین جلوه مدل و همان شاخصه هایی است که به صورت تجزیه ای و قابل اندازه گیری امکان کسب اطلاعات از خارج را به ما می دهد. برای نمونه، طبیب برای تشخیص وضعیت بیمار از اندازه گیری شاخصه هایی کمک می گیرد مانند وضعیت دمای بدن، وضعیت ترکیبات خون و وضعیت ضربان قلب و مانند آن. اینها شاخصه هایی هستند قابل اندازه گیری که در عمل، طبیب به وسیله اندازه گیری آنها وضعیت بیمار را ت

شخیص می دهد. در ساختن الگوی نظارت بر سازمان نیز آخرین مرحله ای که باید بدان دست یافت، تعیین این گونه شاخصه هاست. ولی برای دست یابی به چنین شاخصه هایی _ به ویژه اگر بخواهد نسبت به ارتباط بین شاخص ها با یکدیگر تعریف شود _ باید شاخصه های عینی از پشتوانه هایی که آنها را «شاخصه های وصفی» می نامیم برخوردار باشد.

شاخصه های وصفی همانند شاخصه های عینی، به طور مستقیم قابل اندازه گیری در خارج نیستند ولی نقش مهم آنها در الگوسازی، آن است که قدرت انتخاب شاخصه های عینی و مهم تر از آن، قدرت بهینه سازی نظام شاخصه های عینی را به کارشناسان خواهد داد، در مثال یادشده، در صورتی که طیب تعریف مشخصی از وضعیت سلامت جسمی در اختیار نداشته باشد، مبنی بر اینکه دستگاه گوارش و دستگاه عصبی، دستگاه جریان خون و امثال آنها با یکدیگر باید از چه ارتباط ارگانیکی برخوردار باشند، نمی تواند تعیین کند که دارا بودن چه درجه ای از دما و یا ضربان قلب ترکیبات خون و... طبیعی به شمار می آید یا غیرطبیعی و اساساً چه مؤلفه هایی باید در شناسایی وضعیت صحت و مرض بیمار توجه کرد.

در سازمان های اجتماعی مانند صدا و سیما نیز این مسئله صدق می کند.

در یک نظام وصفی ابتدا باید الگوی وصفی یا شاخصه های وصفی عملکرد صدا و سیما را تعیین کرد تا بر اساس آن بتوان به شاخص های عینی مورد نظر

دست یافت. (۱) بنابراین، لایه دوم الگوسازی دست یابی به نظام شاخصه های وصفی نیز ما را به قدمی عمیق تر رهنمون می سازد و آن اینکه شاخصه های وصفی چگونه تعیین می شوند و چگونه ارتباط منطقی آنها با یکدیگر تعریف می شود. اینجاست که برای پاسخ به این پرسش، لازم است تا با تکیه بر مبنایی فلسفی که قدرت تحلیل سیستم و حرکت و تکامل سیستم ها و به ویژه سیستم های اجتماعی را به ما می دهد تا بتوانیم با تطبیق مبانی عام بر موضوع خاص به نظریه مشخصی در رابطه با سازمان صدا و سیما دست یابیم. بر پایه دقت های انجام گرفته در مباحث پژوهشی خاص این مسئله، به ساده ترین وجه حاصل مبنای الگوسازی را بدین گونه می توانیم بیان داریم:

در هر سیستم اجتماعی، اگر بتوان سه دسته متغیر وصفی را تعریف نمود و ارتباط بین آنها را بیان کرد، به نظام شاخصه های وصفی می رسیم. دسته اول متغیرها مربوط به تبیین وظیفه یا کارکرد آن نهاد یا سازمان یا سیستم اجتماعی است؛ بدین معنا که اگر موضوع الگوی ما، الگوی سامان دهی فرهنگی است، لازم است تا مقوله فرهنگ و چیستی آن را در قالب متغیرهای مشخصی بیان داریم. اگر موضوع الگوسازی ما، نظارت بر سازمان صدا و سیماست می باید برای امر نظارت، ارکان یا متغیرهایی که نفس نظارت را _ صرف نظر از آنکه در سازمان صدا و سیما انجام پذیرد یا خارج از آن _ بیان داریم، متغیرهایی را ذکر

ص: ۶۸

۱-۱. با پیشنهاد شاخصه های وصفی در صدا و سیما در ادامه بحث، مراد از نظام شاخصه های وصفی بهتر روشن می گردد.

کنیم که نفس نظارت را تبیین می کنند. به همین ترتیب، در دیگر موضوع ها، اولین دسته از نظام متغیرها مشخص می شود.

دسته دوم از متغیرها مربوط به عواملی است که موضوع فعالیت یا ساختار فعالیت آن سیستم را بیان می دارد و سرانجام سومین دسته از متغیرها مربوط به عواملی است که تأثیر یا ثمربخشی یا نتیجه مندی فعالیت های آن مجموعه است.

ص: ۶۹

فصل چهارم: درآمدی بر الگوی نظام مند نظارت بر سازمان صدا و سیما

فصل چهارم: درآمدی بر الگوی نظام مند نظارت بر سازمان صدا و سیما

بر اساس روند تبیین شده در طراحی الگو در امر نظارت بر سازمان صدا و سیما نیز می توان به همین ترتیب عمل نمود و پیشنهاد مشخصی ارائه کرد. بر اساس روند یاد شده، ابتدا باید سه دسته متغیر که بیانگر نفس نظارت، موضوعات نظارت و آثار نظارت باشند بیان کنیم. آنچه در امر نظارت باید رخ دهد از سه مسئله خارج نیست:

۱. هدایت

۲. کنترل

۳. ارزیابی

دستگاه ناظر، ابتدا باید قدرت ارزیابی فعالیت ها را _ فعالیتی که می خواهد نظارت بر آن را اعمال نماید _ داشته باشد. این ارزیابی زمینه دو گام بعدی را فراهم می کند. گام نخست که با سرعت بیشتری قابل اعمال است یا به طور معمول در نظارت ها به همین مقدار بسنده می شود، کنترل است. کنترل یعنی، زدودن حشو و زواید فعالیت ها و مانع شدن از نشر مطالب ناصواب و یا انجام فعالیت های غیر ضرور، ولی به اعتقاد ما مهم ترین نقش دستگاه ناظر در قسمت اول نهفته است و آن «هدایت» مجموعه است. قدرت هدایت دستگاه ناظر باید بر قدرت بازدارندگی آن غلبه داشته باشد؛ بنابراین ترتیب اهمیت این اوصاف با ترتیب اقدام دستگاه نظارت متفاوت است. ترتیب اهمیت عبارت است از:

۱. هدایت

ص: ۷۰

۲. کنترل

۳. ارزیابی

و ترتیب اقدام عبارت است از:

۱. ارزیابی

۲. کنترل

۳. هدایت (۱)

البته این ارزیابی، کنترل و هدایت درباره چه چیزی در سازمان صدا و سیما رخ می دهد؟

پاسخ به این پرسش، ما را به متغیرهای موضوعی یا متغیرهایی که بیانگر ساختار فعالیت سازمان صدا و سیماست رهنمون می سازد. از یک زاویه، آنچه در درون سازمان انجام می پذیرد از سه مسئله خارج نیست:

تولید محتوا، تولید برنامه و عرضه برنامه.

خروجی این سیستم، ارائه برنامه های مختلف در شبکه های مختلف رادیویی و تلویزیونی است، ولی تولید برنامه، بر محتوای برنامه، استوار است. بنابراین، پیش از باید تولید برنامه یا همزمان با آن، محتوای لازم برای برنامه نیز تولید شده باشد؛ اعم از اینکه همانند فیلم ها و یا سریال ها محتوای آن در قالب سناریو و متن مکتوبی تهیه شده باشد و پس از آن به تصویر کشیده و در نهایت عرضه شود و یا فاصله بین این سه مرحله با یکدیگر به شدت نزدیک شده و به صورت برنامه مستقل تلویزیونی در قالب مصاحبه با فرد مشخصی

ص: ۷۱

۱-۱. در جدولی که در انتها تنظیم خواهیم نمود، ترتیب اوصاف بر اساس اهمیت است.

مطالبی درباره مناسبتی خاص به مخاطبین ارائه شود. در آنجا نیز این سه گام وجود دارد، ولی هم زمان با هم عمل شده اند. بر این اساس، دسته دوم از متغیرها که پاسخگوی این سؤال بودند که «نظارت بر چه امری» در سازمان صورت می پذیرد، مشخص شد که نظارت با یکدیگر ارتباط منطقی یافته و از ترکیب آنها ۹ متغیر دو قیدی به شکل زیر به دست می آید.

جدول شماره ۱

موضوعات

نظارت

آثار

نظارت

محتوای تولید عرضه

برنامهبرنامهبرنامه

ارتقای محتوای برنامه تولید برنامه عرضه برنامه

اخلاقبرایبرایبرای

ارتقای اخلاقارتقای اخلاقارتقای اخلاق

ارتقای محتوای برنامه تولید برنامه عرضه برنامه

افکاربرایبرایبرای

ارتقای افکارارتقای افکارارتقای افکار

ارتقای محتوای برنامه تولید برنامه عرضه برنامه

رفتار فرد و جامعه برای ارتقایبرای ارتقایبرای ارتقای

رفتار فرد و جامعه رفتار فرد و جامعه رفتار فرد و جامعه

در قدم دوم، ۹ متغیر ترکیبی به دست آمده را در سه متغیر به جا مانده (متغیرهای مربوط به نفس نظارت) شامل هدایت، نظارت، کنترل ضرب می کنیم و ۹ متغیر ترکیبی را به ۲۷ متغیر ترکیبی تبدیل می نماییم. حاصل این ارتباط در جداول

ماتریسی زیر به نمایش درآمده است:

ص: ۷۲

نظارت

موضوعا

موضوعات

و آثار نظارت

هدایتکنترلارزیابی

محتوای برنامههدایتکنترلارزیابی

برایمحتوای برنامهمحتوای برنامهمحتوای برنامه

ارتقای اخلاق برای ارتقای اخلاق برای ارتقای اخلاق

محتوای برنامههدایتکنترلارزیابی

برایمحتوای برنامهمحتوای برنامهمحتوای برنامه

ارتقای افکاربرای ارتقای افکاربرای ارتقای افکار

محتوای برنامههدایت محتوایکنترل محتوایارزیابی محتوای

برای ارتقایبرنامه برای ارتقایبرنامه برای ارتقایبرنامه

رفتار فرد و جامعهرفتار فرد و جامعه رفتار فرد و جامعه

نظارت

موضوعا

موضوعات

و آثار نظارت

هدایتکنترلارزیابی

تولید برنامههدایتکنترلارزیابی

برایتولید برنامه برایتولید برنامه برایتولید برنامه برای

ارتقای اخلاقارتقای اخلاقارتقای اخلاقارتقای اخلاق

تولید برنامههدایتکنترلارزیابی

برایتولید برنامه برایتولید برنامه برایتولید برنامه برای

ارتقای افکارارتقای افکارارتقای افکارارتقای افکار

تولید برنامههدایت تولیدکنترل تولیدارزیابی تولید

برای ارتقایبرنامه برای ارتقایبرنامه برای ارتقایبرنامه برای ارتقای

رفتار فرد و جامعهرفتار فرد و جامعه رفتار فرد و جامعه رفتار فرد و جامعه

نظارت

موضوعا

موضوعات

و آثار نظارت

هدایتکنترلارزیابی

عرضه برنامههدایتکنترلارزیابی

برایعرضه برنامه برایعرضه برنامه برایعرضه برنامه برای

ارتقای اخلاقارتقای اخلاقارتقای اخلاقارتقای اخلاق

عرضه برنامههدایتکنترلارزیابی

برایعرضه برنامه برایعرضه برنامه برایعرضه برنامه برای

ارتقای افکارارتقای افکارارتقای افکارارتقای افکار

عرضه برنامههدایت عرضهکنترل عرضهارزیابی عرضه

برای ارتقایبرنامه برای ارتقایبرنامه برای ارتقایبرنامه برای ارتقای

رفتار فرد و جامعهرفتار فرد و جامعه رفتار فرد و جامعه رفتار فرد و جامعه

بدین ترتیب، هر یک از فعالیت های ارزیابی، کنترل و هدایت بر محتوای برنامه، تولید برنامه و عرضه برنامه انجام می پذیرد و هر یک از ارزیابی، کنترل و نظارت بر تأثیر اخلاقی، فکری و رفتاری برنامه انجام می پذیرد.

بدین ترتیب، جدول فوق بیانگر الگوی وصفی نظارت بر صدا و سیماست که باید بر پایه روند تبیین شده بر اساس آن، شاخصه های موضوعی نظارت را تعیین کرد. تعیین شاخصه ها به تفصیل از حوصله این مقاله خارج است و به پژوهشی گسترده و بنیادین احتیاج دارد، ولی با توجه به مفاهیم یادشده و

ارتباط بین آنها مشخص می شود که مجموعه نظارت بر دستگاه صدا و سیما از مفاهیم یاد شده در مدل پیشنهادی خارج نیست و افزون بر آن، ارتباط بین مراحل و بخش های مختلف نظارت با یکدیگر نیز تعریف شده اند. به این ترتیب، ارتباط و تأثیر متقابل بین هدایت، کنترل و ارزیابی بار دیگر مشخص می شود چه اینکه نظارت بر محتوای برنامه منفک و بی ارتباط با نظارت بر تولید یا عرضه برنامه نیست. همچنین نظارت بر برآیند برنامه ها از ابعاد مختلف قابل نمایش است. بدین ترتیب، ارتباط معناداری بین متغیرها تعریف می شود که شرح تفصیلی مفاهیم یاد شده با توجه به روشن بودن مفاهیم، ضروری به نظر نمی رسد. برای نمونه، ارزیابی محتوای برنامه برای ارتقای اخلاقی، یکی از جنبه های نظارت را تشکیل می دهد در این جنبه از نظارت محتوای برنامه از نظر تأثیر اخلاقی که بر جامعه بر جای می گذارد ارزیابی شود و مشخص شود که آیا تدوین کننده برنامه، اصولاً به این جنبه توجه داشته یا خیر و یا در صورت توجه، به چه ثمرات اخلاقی یا سیاسی توجه کرده است و یا به صورت ناخواسته این برنامه چه پیامدهای اخلاقی بر جای می گذارد. به همین ترتیب می توان دیگر مفاهیم ترکیبی مذکور در جدول فوق را نیز تعریف کرد. افزون بر این، باید توجه داشت که تقدم و تأخر قرارگیری عوامل در الگوی پیشنهادی به صورت اتفاقی رخ نداده است؛ زیرا انتخاب عناوین نیز به صورت تصادفی نبوده است. در میان متغیرهای مربوط به نفس نظارت، اهمیت هدایت نسبت به کنترل و کنترل نسبت به ارزیابی، بیشتر است؛ زیرا ارزیابی مقدمه لازم را برای کنترل، و کنترل زمینه لازم را برای هدایت فراهم می کند. آنچه در امر نظارت از اهمیت بیشتری برخوردار است، هدایتی است که به

وسیله دستگاه ناظر در سازمان واقع می شود. در میان مؤلفه های مربوط به موضوعات نظارت نیز، نظارت بر محتوای برنامه از نظارت بر تولید اهمیت بیشتری دارد و نظارت بر تولید نیز نسبت به نظارت بر عرضه از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ زیرا تولید، پشتوانه عرضه و محتوا، پشتوانه تولید برنامه به شمار می آید و برای اصلاح و تقویت برنامه های صدا و سیما باید کار از سرچشمه اصلاح شود که در حقیقت اصلاح محتوای برنامه است؛ البته نقش متصدیان تولید برنامه در به ثمر رسیدن یا عقیم ماندن محتوای پیش بینی شده و همچنین عرضه آن را نیز نباید از نظر دور داشت. در میان سه دسته عوامل به برآیند اخلاقی، نیز تأثیر اخلاقی برنامه ها از تأثیر فکری و تأثیر فکری، از تأثیر رفتاری اهمیت بیشتری دارند. بر این اساس، می توان میان عوامل ترکیبی به دست آمده بر اساس الگوی پیشنهادی، تقدم و تأخر کیفی را در نظر داشت. بدین ترتیب می توان ۲۷ شاخصه وصفی و مذکور در مدل را به ترتیب اهمیت در ۲۷ سطر نوشت. ترتیب اهمیت شاخصه های وصفی یاد شده بدین ترتیب است که می توان ۹ ستون موجود در جدول ۲۷ گانه فوق را به ترتیب در ذیل یکدیگر درج کرد. بر این اساس، هدایت محتوای برنامه برای ارتقای اخلاقی در امر نظارت از بیشترین اهمیت برخوردار است و ارزیابی عرضه برنامه برای ارتقای رفتار فرد و جامعه کمترین اهمیت را دارد.

باید گفت، ترتیب یاد شده در میان اوصاف، بر اساس ترتیب اهمیت آنهاست؛ نه بر اساس ترتیب اولویت اقدام عملی نسبت به آنها. بر این اساس، هدایت، نسبت به کنترل و کنترل نسبت به ارزیابی اهمیت بیشتری دارد ولی در عمل می باید از ارزیابی آغاز کرد و بر اساس ارزیابی انجام شده، کنترل انجام

پذیرد و کنترل مقدمه ای برای هدایت و ارتقای برنامه ها شود. همچنین، غنی سازی محتوای برنامه نسبت به تولید مناسب برنامه از اهمیت بیشتری برخوردار است. همچنین است تولید برنامه نسبت به عرضه آن. ولی در اعمال نظارت باید از نظارت بر عرضه آغاز کرد و سپس دامنه آن را تا عرصه تولید و محتوا نیز ادامه داد. چنانچه ارتقای اخلاق نسبت به ارتقای افکار، ارتقای افکار نسبت به ارتقای رفتار از اولویت برتری برخوردار است ولی صدا و سیما باید در ابتدا به الگوهای رفتاری را بهسازی کند و پس از آن، افکار و اخلاق عمومی جامعه را ارتقا دهد.

جمع بندی

جمع بندی

بر اساس آنچه گفته شد، ضرورت دستیابی به نظام شاخصه های نظارت و ارزیابی بر اساس مدلی متناسب با مبانی اسلامی بیش از پیش روشن شد؛ نظام شاخصه هایی که بتواند سیر حرکت تمامی عوامل موجود در سازمان را به سمت هدفی مشخص و متناسب با سیاست گذاری های کلان جامعه هماهنگ کند و صدای و سیمای جمهوری اسلامی ایران را به دانشگاه عمومی مبدل سازد. هر چند تحقق این امر به پیمودن راهی بس دراز و مدت زمان طولانی نیازمند است، با گذشت بیش از ۲۵ سال از انقلاب اسلامی، ضرورت اندیشیدن جدی تر و اقدام اساسی تر در این زمینه بیشتر آشکار می شود.

۱. امام خمینی رحمه الله، صحیفه نور.
۲. پیروزمند، علیرضا، روش تولید تعاریف کاربردی (کتاب)، دفتر فرهنگستان علوم اسلامی، ۱۳۷۴.
۳. پیروزمند، علیرضا، ضرورت الگوی سامان دهی فرهنگی (مقاله)، همایش راهبردها و رویکردهای فرهنگی، ۱۳۷۷.
۴. جمهوری اسلامی، ۵/۹/۱۳۷۱.
۵. جمهوری اسلامی، ۲۵/۱۱/۱۳۷۲.
۶. حدیث ولایت، جلد ۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶، مجموعه سخنرانی های مقام معظم رهبری، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار.
۷. حسینی الهاشمی، سید منیرالدین، مباحث پژوهشی پیرامون مدل سیاست های فرهنگی، دفتر فرهنگستان علوم اسلامی، ۱۳۷۶.
۸. حضرت آیت الله خامنه ای، جمهوری اسلامی، ۲/۸/۱۳۷۰.
۹. رسالت، ۷/۵/۱۳۷۱.
۱۰. رسالت، ۱/۲/۱۳۷۲.
۱۱. رسالت، ۹/۸/۱۳۷۴.
۱۲. کیهان، ۲۴/۱۱/۱۳۷۲.
۱۳. مجله پیام مدیران، ویژه نامه ارزیابی، معاونت برنامه ریزی تحقیقات سازمان صدا و سیما.

تحقیقات مرکز پژوهش های اسلامی، با ساختار و ترکیب جدید جهت استفاده برنامه ریزان و برنامه سازان تهیه می شود. بیان نیازها و اعلام رضایت بهره برداران گرامی و همچنین نظرهای سازنده و تجربه های ارزشمند آنان زمینه ارتقای کمی و کیفی جزوات را فراهم می سازد. لذا، مستدعی است پس از مطالعه و ارزیابی کامل، سؤالات زیر را پاسخ دهید و به این مرکز ارسال فرمایید (تکمیل و ارسال پاسخنامه به منزله اعلام وصول و درخواست نشریه آتی خواهد بود) به اهتمام جناب عالی در ارسال سریع پاسخ ها ارج می نهیم و از خداوند متعال توفیق روزافزون شما و همکارانتان را مسئلت می نمایم.

با سپاس

اداره کل پژوهش مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما

ردیفناوین سوالاتسطوح پاسخ

خیلی خوبخوبمتوسطضعیفخیلی ضعیف

۱ شکل و ساختار تحقیق تا چه حدی مناسب است؟

۲ حجم مطلب و موضوعات آن نسبت به اهداف آن چگونه است؟

۳ پژوهش تا چه حد از اتقان و قوت مطالب برخوردار است؟

۴ تازگی مطالب و مفید بودن تحقیق را چگونه می بینید؟

۵ ادبیات و ویرایش متن تحقیق در چه سطحی است؟

۶ تا چه حد توصیه ها و پیشنهادهای برنامه ای می تواند کارگشا باشد؟

۷ میزان بهره وری از این پژوهش را چگونه ارزیابی می کنید؟

۸ بیشتر استفاده را از کدامیک از بخش ها یا فصول داشته اید؟

۹ به غیر از شما چه اشخاص دیگری از این پژوهش استفاده می نمایند؟

۱۰ به نظر شما جای خالی چه نوع مطالبی در این تحقیق دیده می شود؟

۱۱ پیشنهاد شما برای بهتر شدن کیفیت پژوهش ها چیست؟

ص: ۸۱

نام و نام خانوادگی تکمیل کننده فرم مسئولیت

محل خدمت

دفتر مرکزی: قم _ بلوار امین، ساختمان صدا و سیما، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، تلفن ۰۲۵۱ _ ۲۹۱۰۶۰۲

دفتر تهران: خیابان ولیعصر عج الله تعالی فرجه الشریف ، جام جم، طبقه دوم ساختمان شهید رهبر (رفاه سابق)، تلفن: ۲۱۶۵۴۴۳

_ ۰۲۱

نقش نظام نظارتی در کنترل

رفتارهای نابه هنجار

سفید است

سفید است

سفید است

ص: ۸۲

بسمه تعالی

هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند؟

سوره زمر / ۹

مقدمه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان، از سال ۱۳۸۵ هـ. ش تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن فقیه امامی (قدس سره الشریف)، با فعالیت خالصانه و شبانه روزی گروهی از نخبگان و فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

مرامنامه:

موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه اصفهان در راستای تسهیل و تسریع دسترسی محققین به آثار و ابزار تحقیقاتی در حوزه علوم اسلامی، و با توجه به تعدد و پراکندگی مراکز فعال در این عرصه و منابع متعدد و صعب الوصول، و با نگاهی صرفاً علمی و به دور از تعصبات و جریانات اجتماعی، سیاسی، قومی و فردی، بر مبنای اجرای طرحی در قالب «مدیریت آثار تولید شده و انتشار یافته از سوی تمامی مراکز شیعه» تلاش می نماید تا مجموعه ای غنی و سرشار از کتب و مقالات پژوهشی برای متخصصین، و مطالب و مباحثی راهگشا برای فرهیختگان و عموم طبقات مردمی به زبان های مختلف و با فرمت های گوناگون تولید و در فضای مجازی به صورت رایگان در اختیار علاقمندان قرار دهد.

اهداف:

۱. بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام)
۲. تقویت انگیزه عامه مردم بخصوص جوانان نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی
۳. جایگزین کردن محتوای سودمند به جای مطالب بی محتوا در تلفن های همراه، تبلت ها، رایانه ها و ...
۴. سرویس دهی به محققین طلاب و دانشجو
۵. گسترش فرهنگ عمومی مطالعه
۶. زمینه سازی جهت تشویق انتشارات و مؤلفین برای دیجیتالی نمودن آثار خود.

سیاست ها:

۱. عمل بر مبنای مجوز های قانونی
۲. ارتباط با مراکز هم سو
۳. پرهیز از موازی کاری

۴. صرفا ارائه محتوای علمی

۵. ذکر منابع نشر

بدیهی است مسئولیت تمامی آثار به عهده ی نویسنده ی آن می باشد .

فعالیت های موسسه :

۱. چاپ و نشر کتاب، جزوه و ماهنامه

۲. برگزاری مسابقات کتابخوانی

۳. تولید نمایشگاه های مجازی: سه بعدی، پانوراما در اماکن مذهبی، گردشگری و...

۴. تولید انیمیشن، بازی های رایانه ای و ...

۵. ایجاد سایت اینترنتی قائمیه به آدرس: www.ghaemiyeh.com

۶. تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و...

۷. راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی

۸. طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و...

۹. برگزاری دوره های آموزشی ویژه عموم (مجازی)

۱۰. برگزاری دوره های تربیت مربی (مجازی)

۱۱. تولید هزاران نرم افزار تحقیقاتی قابل اجرا در انواع رایانه، تبلت، تلفن همراه و... در ۸ فرمت جهانی:

JAVA.۱

ANDROID.۲

EPUB.۳

CHM.۴

PDF.۵

HTML.۶

CHM.۷

GHB.۸

و ۴ عدد مارکت با نام بازار کتاب قائمیه نسخه :

ANDROID.۱

IOS.۲

WINDOWS PHONE.۳

WINDOWS.۴

به سه زبان فارسی ، عربی و انگلیسی و قرار دادن بر روی وب سایت موسسه به صورت رایگان .

در پایان :

از مراکز و نهادهایی همچون دفاتر مراجع معظم تقلید و همچنین سازمان ها، نهادها، انتشارات، موسسات، مؤلفین و همه

بزرگوارانی که ما را در دستیابی به این هدف یاری نموده و یا دیتا های خود را در اختیار ما قرار دادند تقدیر و تشکر می
نماییم.

آدرس دفتر مرکزی:

اصفهان - خیابان عبدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آواده ای - کوچه شهید محمد حسن توکلی - پلاک ۱۲۹/۳۴ - طبقه
اول

وب سایت: www.ghbook.ir

ایمیل: Info@ghbook.ir

تلفن دفتر مرکزی: ۰۳۱۳۴۴۹۰۱۲۵

دفتر تهران: ۰۲۱ - ۸۸۳۱۸۷۲۲

بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹



مرکز تحقیقات رایانگی

اصفهان

گامی

WWW



برای داشتن کتابخانه های تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشانی

www.Ghaemiyeh.com

www.Ghaemiyeh.net

www.Ghaemiyeh.org

www.Ghaemiyeh.ir

مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.

۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹

