

بسم الله الرحمن الرحيم

هویت دینی و نقش رسانه ملی

پاسخ های دکتر سیدحسین شرف الدین، به سوالات جناب دکتر آذرکمند

از پژوهشگران مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، قم، ۱۴۰۲/۳/۱۰

س ۱: با توجه به تاکیدات رهبری معظم انقلاب بر همسازی هویت های انقلابی، اسلامی و ایرانی، راهبرد اصلی رسانه ملی در بازنمایی متعادل این همسازی چگونه باید باشد؟

هویت یا برچسب های هویتی یا نشانگان هویتی در همه جوامع چندگانه اند یعنی هرکسی به اعتبار موقعیت ها و تعلقات مختلف، هویت های متعدد و مترکمی دارد که گاه از همه یا بخشی از آنها غافل است و به لوازم آنها التفات اجمالی یا تفصیلی ندارد. برای مثال، هویت ملی، دینی، مذهبی، قومی، نژادی، جنسی و صنفی معمولاً از جمله هویت های شایع در همه جوامع انسانی است. در ایران، هویت انقلابی، زیرمجموعه هویت اسلامی - ایرانی است که وجدان یا فقدان آن تابع نحوه تعامل فرد با انقلاب اسلامی و متعلقات و منضمات آن در مقام حدوث و بقا و بویژه در مقام بقا و استمرار است. برخی افراد برغم برخورداری از هویت اسلامی - ایرانی، فاقد هویت دینی انقلابی اند یا این نوع هویت در زیست جهان آنها، ظهور و بروز برجسته ای ندارد و کنش های متناسبی را بر نمی انگیزد.

نکته دیگر اینکه در عصر و زمان کنونی به دلیل تنوع و تکثر موقعیت ها و ظهور گونه های مختلف خود و دیگری، هویت ها نیز تکثر و تنوع فزاینده ای یافته اند و کیستی فرهنگی و اجتماعی افراد به تبع این تعلقات، متکثر شده است. هویت های چندگانه بالقوه می توانند چالش هایی را در ساحت روانی و شخصیتی افراد و نیز تعامل او با محیط موجب شوند.

نکته دیگر اینکه هویت های چندگانه در مقیاس کلان معمولاً به مرور زمان و با اعمال یک مهندسی فرهنگی اجتماعی (که گاه حتی ناخودآگاه بوقوع می پیوندد)، در ضمن یک ساختار سلسله مراتبی و هرمی شکل به نوعی وحدت و انسجام می رسند. از این رو، داشتن هویت های چندگانه، لزوماً به چندپارگی و انشقاق شخصیت و خود اجتماعی افراد یا آشفتگی سامانه وجودی آنها (از حیث شناختی، احساسی و رفتاری) نمی شود؛ اگرچه برخی اندیشمندان، وجود درجاتی از این آشفتگی را برای انسان مدرن اجتناب ناپذیر می دانند مثل تعارضات موضعی میان اقتضائات ناشی از وابستگی به سنت و مدرنیسم (بویژه در حوزه

های رفتاری) یا هویت ناشی از تعلق به پدیده جهانگستر «امت» با هویت ناشی از تعلق به یک واحد سیاسی اجتماعی معین تحت عنوان ملت- دولت.

چینش این لایه های هویتی و تقدم و تاخر آنها عموماً به تبع موقعیت و منزلت ذاتی آنها در نظام اعتبارات اجتماعی جامعه مورد نظر، زمینه ها و شرایط فرهنگی، اجتماعی و سیاسی آن جامعه و گاه اوضاع و شرایط بیرونی و اقتضای زمانه و جامعه جهانی، صورت می گیرد. برای مثال، هویت ملی، اگرچه متعاقب شکل گیری پدیده دولت - ملت و با اقدامات گسترده حاکمیت (در برخی کشورها از نیمه دوم قرن هفده و در کشور از حدود ۱۲۰ سال پیش) بوجود آمد و به تبع شکل گیری خود، هویت های قومی را تحت الشعاع قرار داد، اما این هویت در شرایط عادی معمولاً امری خفته و فاقد جلوه ها و نمایش های رفتاری متناسب است. در عین حال، همین هویت در فرایند مبارزات رهایی بخش با سلطه های استعماری یا در شرایط کنونی تحت تاثیر پدیده جهانی شدن و افزایش خودآگاهی ملی یا تحت تاثیر ارتباطات گسترده میان فرهنگی با جوامع مختلف، به اقتضای ضرورت، شدیداً مورد توجه و بازخوانی قرار گرفته است. سایر هویت ها نیز معمولاً تحت تاثیر زمینه ها و اقتضائات موسمی بویژه در تقابل با هویت های متناظر فراخوانده می شوند و عاملیت می یابند. در برخی شرایط نیز به اقتضای ضرورت های جامعه جهانی، هویت انسانی و فلسفی افراد در فراسوی سایر هویت ها، مورد توجه و التفات تفصیلی قرار می گیرد. از این رو، فعال سازی عناصر هویتی و نقش آفرینی آنها در مقیاس فردی و اجتماعی معمولاً تابع زمینه ها و ضرورت های علی و اعدادی بیرونی است.

نکته دیگر اینکه در جامعه ما به دلیل اهمیت و برجستگی بلامنازع عنصر دین و مذهب (اسلام) به دلیل سابقه تاریخی کهن، قداست و مرجعیت الگویی انحصاری، در آمیختگی وثیق با تاروپود فرهنگ ملی و خرده فرهنگ های قومی، نفوذ عمیق به لایه های و عناصر تمدنی این جامعه، رسوب نهادینه در نظام شخصیتی و وجدان جمعی ایرانیان؛ هویت دینی از جایگاه برجسته ای در فراسوی سایر گونه های هویت جای دارد و ورود امواج مدرنیته بویژه در دوران حاکمیت پهلوی، نتوانست این صدر نشینی را مخدوش ساخته و هویت های بدیل را جایگزین سازد. این برتری موقعیت بویژه با وقوع انقلاب اسلامی و تحت تاثیر زمینه ها و فرصت های استثنایی، با برجستگی هرچه تمام تر بر تارک تاریخ این ملت نشست. حاکمیت ولایی، ارجاع مکرر به احکام و آموزه های دین بویژه در مسائل اجتماعی، فعال بودن در ادای مناسک دینی یا متأثر از دین ، بازخوانی مکرر سوژه ها و مناسبت های دینی در زندگی روزمره، وقوع برخی رویدادها مثل جنگ تحمیلی، عسرت های ناشی از تحریم های دشمن، تهاجم فرهنگی و صدها زمینه و بهانه دیگر، همه و همه در تحریک خودآگاهی دینی و عطف توجه وافر به دین و فرهنگ دینی قویاً موثر بوده و به تبع آن، هویت

دینی نیز به صورتی اشتدادی مورد توجه و التفات قرار گرفته است. طبیعی است که سایر عناصر هویتی تحت تاثیر سلطه هژمونیک هویت دینی، به تبعیت و همسویی قهری با آن، سوق یابند.

البته هویت دینی آنگاه که با شاخص التزام به باورها، ارزش ها و هنجارهای دینی و مورد تایید دین ارزیابی می شود، گونه های مختلفی از گسیختگی و تشتت را در گروه های مختلف جامعه به نمایش می گذارد و به همین دلیل برخی جامعه شناسان دین، برتری و مرجعیت بلامنازع هویت دینی در جامعه کنونی ایران را مورد مناقشه قرار داده یا دست به وجود الگوهای متعددی از دینداری و به تبع آن گونه های متعددی از هویت دینی قائل شده اند.

از جمله کارکردها و بلکه انتظارات از رسانه های جمعی از جمله رسانه ملی، سامان دهی به شاکله هویتی افراد در مقیاس ملی و تعیین جایگاه هر یک از عناصر هویتی در شرایط ثابت و متغیر فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جامعه، تقویت خودآگاهی و دغدغه های معطوف به لایه های بنیادین هویت و نحوه کنار آمدن با چالش های هویتی در شرایط خاص است.

۲) یکی از راه های مهم پرداخت به شاخص های هویتی روش برجسته سازی است. الزامات اصلی رسانه در این زمینه کدامند؟ رسانه چرا و چگونه می تواند به برجسته سازی هویت اسلامی، انقلابی و ایرانی همزمان در جامعه پردازد؟

به طور کلی، رسانه ملی در مقوله هویت، چند وظیفه یا کارکرد دارد یا می تواند داشته باشد: ایجاد و تقویت خودآگاهی هویتی، بازخوانی مکرر هویت های پذیرفته شده و ملزومات زیستی آنها، هویت سازی (تبلیغ و ترویج صورت معینی از هویت ایرانی- اسلامی به اقتضای شرایط (مثلا برجسته سازی روحیه ایثار و جهاد در شرایط جنگ به عنوان یک مولفه هویتی: دریغ است ایران که ویران شود)، تعیین شاخص های نوعی معرف هویت (مثلا هویت جنسی با چه ویژگی ها و اوصاف ذاتی و فعلی شناخته می شود و از غیر تمایز می یابد)، پیرایه زدایی از مولفه ها و ضمائم هویت های موجود (مثلا هویت ملی نباید در تقابل با هویت قومی صورت بندی شود یا هویت دینی اکثریت شیعی نباید در تقابل با اقلیت سنی مذهب، تفسیر شود)، تعدیل فردگرایی (به عنوان مانعی در مسیر هویت یابی جمعی)، آگاهی بخشی در خصوص دیگری هایی که تنها با فرض آنها «خود» معنا می یابد، تعدیل هویت های قومی به نفع هویت ملی، تعدیل هویت ملی به نفع هویت دینی (به دلیل پذیرش مرجعیت فرانهادی دین در اسناد بالادستی نظام و فرهنگ عمومی)، توجه دادن

به نتایج کارکردی مثبت و منفی هویت ها، تعدیل تعصبات هویتی (تعلقات هویتی نباید مانع حق مداری و عدالت محوری افراد در اتخاذ موضع در موقعیت های متقابل باشد).

الزامات اصلی ایفای این سنخ نقش ها توسط رسانه ملی، مستلزم شناخت فرهنگ عمومی و ظرفیت های هویتی آن است. طبیعی است که رسانه ملی باید صورتی از هویت دینی، انقلابی و ایرانی را برجسته سازد که مانع و مخل همبستگی و یکپارچگی اجتماعی نباشد. به بیان دیگر، با توجه به تنوع خرده فرهنگ های ایرانی، و خرده هویت های مذهبی، هویت دینی مرجع باید به گونه ای صورت بندی و ترویج شود که قابلیت پوشش حداکثری جامعه را داشته باشد. جامعیت هویت های برساختی توسط رسانه یک استراتژی است که نباید مورد بی توجهی یا ساده سازی قرار گیرد. در خصوص هویت های قومی نیز رسانه ملی نباید در عطف توجه به این هویت ها، موضعی تبعیض آمیز داشته باشد، یا برخی را بدون دلیل بر برخی ترجیح داده یا حسب یک قرائت تنگ نظرانه و سخت گیرانه صورت بندی کند.

توجه به این مهم ضروری است که هویت ها نقش ابزاری و کارکردی دارند و نباید بدانها اصالت داد یا از آنها به عنوان وسیله ای برای خودشیفتگی و فاصله گزینی از دیگران بهره گرفت.

در پاسخ به شق آخر سؤالاتان باید عرض کنم که رسانه ظرفیت های بالایی برای تامین این منظور دارد و باید آگاهانه و برنامه ریزی شده از آن استفاده کند. تعدد و تکثر هویت های درونی یک جامعه برغم اشتراکات کانونی، چیزی از نوع کثرت در عین وحدت است که همواره باید به عنوان فرصت انگاشته شود نه تهدید.

۳) به طور اعم مهم ترین چالش های بازنمایی شاخص های هویتی (انقلابی، اسلامی و ایرانی) در رسانه ملی چیست؟ و در آینده چه خواهد بود؟

هر هویت معمولاً با شاخص ها، اوصاف و نمادهایی شناخته می شود. قاعدتاً رسانه در گام اول باید شاخص های معرف هر نوع هویت را در ذهنیت و تلقی عموم احصا و در صورت تایید به تقویت یا تغییر و تعدیل آن پردازد.

مهم ترین چالش رسانه در بازنمایی هویت انقلابی، اسلامی و ایرانی، به زعم من سیالیت این هویت و مولفه های اصلی آن در افکار عمومی است و اینکه هرکسی از آنها ممکن است تفسیری متفاوت داشته باشد. انقلابی بودن، اسلامی بودن و ایرانی بودن مفاهیم کشداری هستند و استعداد بالایی برای تفسیر در قالب تلقی های حداکثری و حداقلی دارند. این نوع سازه های هویتی به دلیل ترکیبی بودن ابهام بیشتری در

مقایسه با سازه های تک گزینه ای مثل «ایرانیت» دارند اگرچه ایرانیت نیز شاخص ها و ممیزات متعددی دارد که بعضا مورد اختلاف نظرند. از این رو، رسانه باید در گام اول یک قالب، مدل یا صورت بندی موردوفاقی از این هویت ترکیبی با شاخصهای عموما مورد وفاق استنتاج و استنباط کند و سپس به تبلیغ و ترویج آن پردازد. برای استنباط این شاخص ها، واکاوی فرمایشات رهبری معظم که غالبا خود مبدع این نوع مفاهیم اند، مناسب است. در مواردی نیز رسانه برای دستیابی به این قدر متیقن از وجوه مشترک و مورد وفاق بهتر است به برگزاری جلسات گفت و گو با کارشناسان، بررسی پژوهش های انجام شده یا اجرای برخی پروژه های تحقیقی اقدام کند.

قبلا هم عرض شد که این هویت ترکیبی باید به گونه ای تفسیرشود که بیشترین بخش جامعه را پوشش دهد. اگرچه اسلامیت این هویت به قرائتی کاملا شیعی آنهم از نوع ولایی به معنای خاص آن، و وجه انقلابی آن به بازنمایی یک چهره حزب اللهی تمام عیار و وجه ایرانیت آن نیز به اقتضای همنوایی با دووجه دیگر، با تفسیری مضیق معرفی و عرضه شود، مطمئنا خیلی از شهروندان، خود را واجد این هویت احساس نمی کنند و در نهایت به دامن همان ایرانیت با تفسیر موسع که جامعیت و شمول همه قبولی دارد، و حساسیتی هم برمی انگیزاند، در می غلطند. یکی از اشتباهات برخی تریبون داران از جمله خود رسانه ملی در سالهای بعد از انقلاب این بوده که گاه میان شاخص ها و نمادهای معرف ایرانیت و اسلامیت تقابل ایجاد کرده اند.

نکته مهمی که نباید در ارتباط با هویت های مختلف از جمله هویت های قومی درکشور نادیده انگاشته شود، نابرابری و تبعیض یا احساس آن است که می تواند ارتباط این هویت های چندگانه باحاکمیت را مخدوش سازد. رسانه ملی نیز در بازنمایی وضعیت هویت ها(بویژه هویت های کانونی) باید عدالت مدار و فراتر از برخی تنگ نظریها عمل کند.

۴) مهم ترین اقدامات رسانه ای در خصوص چالش ها چیست؟

اجمالا در پاسخ به سوال قبل روشن شد. رسانه برای رفع چالش های هویتی که البته در همه جوامع چند فرهنگی وجود دارد، ابتدا باید با بهره گیری از دیدگاههای کارشناسان و بازخوانی تجربه های زیسته جامعه در موقعیت های مختلف، این چالش ها را شناسایی کند و سپس برای تعدیل، کاهش و رفع آنها اقدامات مقتضی را عمدتا به صورت غیر مستقیم و در ضمن فعالیت های فرهنگ سازانه خود پی گیری نماید.

وجود چالش های هویتی بویژه در صورت خودآگاهی و دامن زدن آگاهانه بدان، بالقوه می تواند به برخی تقابلات دامن زند و یکپارچگی و همبستگی اجتماعی را تضعیف کند. تعدد و تکرر هویت دینی و اسلامی

به اعتبارات مختلف برغم اشتراکات، تعدد هویت های قومی، تعدد هویت های صنفی، جنسی، سنی و... در یک جامعه، در آنجا که پای منافع و امتیازاتی به میان آید، بالقوه می تواند چالش ها و تقابلاتی را بسترسازی کنند. برای نمونه، ظهور فمینیسم و نحله های مختلف آن، به عنوان یک ایدئولوژی نوظهور و غرب محور، با بازخوانی تاریخی و هدفمند هویت جنسیتی زنانه در تقابل با هویت مردانه، و طرح این مدعا که زنان همواره در طول تاریخ به عنوان جنس درجه دوم مورد بهره کشی ظالمانه بوده و از حقوق اجتماعی سیاسی خود به بهانه های مختلف محروم مانده اند؛ موجی را در جهان براه انداخت و عرصه ای برای تقابلات مختلف میان زنان و مردان و بلکه خود زنان عمدتاً از نوع حقوقی و اجتماعی سیاسی فراهم آورد. بررسی های تاریخی تمدنی نشان می دهد که تقریباً همه جوامع در دو قرن اخیر کم و بیش با این موضوع درگیر بوده اند و برای برون رفت و در نهایت تن دادن به برخی مطالبات آن، تمهیداتی اندیشیده اند. چالش های ناشی از تعدد هویت های قومی نیز در جهان ما نمونه فراوان دارد که در مواردی به تلاشی کامل و تجزیه جامعه منجر شده است. نمونه روشن آن یوگسلاوی سابق و بعد صربستان و مونته نگرو است. در مواردی نیز این چالش ها به صورت خشونت های برهنه و درگیریهای نظامی استمرار یافته است مثل بخش های از افریقا.

خوشبختانه جامعه ما به دلیل اکثریت مسلمان و محوریت دین، وقوع انقلاب اسلامی، رهبری ولایی، عرق ملی، پیوستگی ارگانیک ارکان حاکمیت ملی، دولت مرکزی مقتدر، توزیع نسبی امکانات کشور و عطف توجه به توسعه های منطقه ای و سایر عناصر وحدت آفرین با چالش خاص و نگران کننده ای در این ارتباط مواجه نیست و توطئه های دشمنان در سالهای اولیه انقلاب برای تحریک اقوام مختلف ایرانی به سهم خواهی و استقلال نیز به نتیجه ای نرسید اما احتمال بروز برخی چالش ها، همواره محتمل است و دشمن به فعال شدن این سنخ گسست ها و حفره ها همواره امید دارد. رسانه ملی در این خصوص نقش کانونی و استراتژیک دارد و تا کنون نیز در این خصوص موفق عمل کرده است. از دید برخی کارشناسان فرهنگی، جامعه ایران، در شرایط کنونی برغم انقلاب همچنان جامعه ای برخوردار از فرهنگ سه لایه ایرانی، اسلامی و غربی است که برهم خوردن توازن میان آنها بالقوه می تواند چالش هایی را در سطح فرهنگ ملی بویژه برای لایه بنیادین و اسلامی آن فراهم آورد.

۵) الزامات رسانه در ایجاد تمدن نوین اسلامی کدامند؟

این سوال ربط منطقی روشنی با سوالات قبل و بعد ندارد، احتمالاً مراد جایگاه هویت ها در تمدن نوین اسلامی است. من البته تصویر روشنی از چپستی، چرایی و مولفه های تمدن نوین اسلامی - جز خطوط

عامی که مقام معظم رهبری ترسیم فرمودند- ندارم و اینکه اساسا در فضایی که روندهای جهانی شدن در راستای تضعیف تمایزات ملی و مذهبی و تقویت مشترکات جهانی و انسانی سامان یافته، چگونه می توان انتظار شکل گیری تمدنی متمایز داشت. در هر حال، در این خصوص، بحث و گفت و گوی فراوان وجود دارد. با فرض امکان تحقق این نوع تمدن در آینده، تردیدی نیست که یکی از عناصر قوام بخش و متمایز کننده این تمدن، وجوه هویتی آن یعنی مفارقات و مشترکات آن با مثلا تمدن سرمایه داری مدرن و پسامدرن، یا حتی تمدن اسلامی در قرون اولیه، یا سایر تمدنهای موجود و زوال یافته است (ر.ک: صورت بندیهای چندگانه از تمدنهای موجود و در حال ستیز در اندیشه هانتینگتون، اندیشمند امریکایی معاصر). تمدن فارغ از اختلاف نظرهایی که در بیان چیستی، مولفه های وجودی، انواع و گونه ها، چرایی تحقق و زوال و کارویژه های آن وجود دارد؛ عینیت یابی، تحقق و استقرار فرهنگ به مثابه جامع ترین نظام معنایی مشترک یک جامعه در یک بافت فیزیکی و فضایی اجتماعی است. تمدن نوین اسلامی نیز قاعدتا عینیت یابی فرهنگ اسلامی (= نظام باورها، عقاید، ارزش ها، هنجارها، نگرشها، احساسات) در قالب مظاهر عینی و جلوه های محقق همچون کنش ها، زبان و نمادها، جعلیات و اعتبارات، نهادها، ساختارها، علوم و دانش ها، محصولات هنری و ادبیات، مصنوعات و کالاها، ابزارها و تکنولوژیها، ساختمانها، امور طبیعی معنا یافته (مثل وطن) است. فرهنگ به واسطه درونی شدن در نظام شخصیت افراد و تمدن به اعتبار نقشی که در ترسیم جهان زیست افراد و تکون بسترهای مناسب برای جریان یابی ارتباطات و تعاملات جمعی آنها دارد، نقش مهمی در تکون هویت دینی (به صورت مطلق و مقید) دارد.

از رسانه های جمعی عموما و رسانه ملی خصوصا انتظار می رود که با تمهید یک رشته گفت و گوهای نخبه گانی و ساخت برنامه های علمی آگاهی بخش، ابعاد مختلف تمدن نوین اسلامی (چیستی، چرایی، ویژگی ها و مختصات، ملزومات و اقتضائات، فرصت ها و امکانات، موانع و محدودیت ها، آثار و نتایج و...) را مورد واکاوی قرار دهد و زمینه های ذهنی و عینی برای وصول به این مهم را در حد امکان تمهید کند.

۶) مولفه ها و شاخص های عملی ایجاد و حفظ اقتدار ملی در رسانه ملی چیست؟

احتمالا مراد توسط رسانه ملی است والا اقتدار ملی در صورت تحقق در همه ارکان حاکمیت تبلور دارد. اقتدار ملی، حسب دواعی جامعه شناسان سیاسی، منوط و مشروط به تحقق زیرساخت هایی همچون وحدت سرزمینی، حاکمیت سیاسی متمرکز، مقبولیت و مشروعیت درونی، اتحاد و یکپارچگی ملی، نظم و انسجام ساختاری، استقلال سیاسی و اقتصادی، تعامل گسترده با جامعه جهانی، ارتباطات شبکه ای منسجم

در بخش های مختلف، امنیت و آرامش داخلی، عدالت توزیعی و فقدان تبعیض های غیرموجه، نظام اعتبارات متناسب، مشارکت مسئولانه عموم در توسعه کشور، توان اعمال اراده سیاسی برغم خواست دیگران و اموری از این است.

در خصوص رسانه ملی، انتظار این است که این رسانه واقعا ملی باشد، یعنی همه ملت را با همه تنوعات آن نمایندگی کند نه یک گروه یا جریان خاص را، مردمی باشد نه لزوما دولتی و حاکمیتی، نقش واسط میان ملت و دولت ایفا کند، خواسته ها و منویات عموم مردم را به حاکمیت انتقال دهد، تصمیمات اتخاذ شده توسط نهادهای مختلف حاکمیتی را به مردم ابلاغ کند، همه اقوام و گروهها بتوانند با استفاده از ظرفیت های آن، ایده ها، خواسته ها و حقوق خود را تعقیب کنند، عنداللزوم به نقد عملکرد حاکمیت بپردازد، وعده های تحقق نیافته را گوشزد کند، نسبت به آسیب ها و عوامل تضعیف کننده اقتدار ملی حساس باشد، در ایجاد و تحکیم همبستگی ملی قویا بکوشد، آحاد ملت را به مشارکت مسئولانه در صحنه های مختلف تشویق کند، با هجمه های تهدیدکننده رسانه های معاند مقابله کند، عرق ملی را به عنوان یک مولفه هویتی و یکی از شاخص های اقتدار تقویت کند، به رشد و توسعه همه جانبه کشور کمک کند، با معرفی ظرفیت های فرهنگی اجتماعی تاریخی کشور به جهان، جایگاه ایران در جامعه جهانی را تثبیت کند و...

۷) انسجام بخشی به اقوام و راهکارهای رسانه آن چیست؟

انسجام بخشی و ایجاد وحدت و یکپارچگی میان اقوام مختلف ایرانی حول برخی عناصر ملی و دینی مشترک، اساسی ترین راهکار برای تحقق اتحاد ملی و تحکیم پدیده دولت-ملت است. تکرر و تنوع اقوام در هر جامعه بویژه در صورت برخورداری از برخی قابلیت ها، بالقوه می تواند تهدیدی برای اتحاد ملی شمرده شده و زمینه چند پاره گی و گسست اجتماعی را فراهم آورد. این وضعیتی است که در برخی کشورها به ظهور رسیده است. بزعم من حاکمیت و رسانه با به انجام رساندن اقداماتی از این نوع می تواند در تحقق این مهم موثر باشد:

اعطای استقلال نسبی به اقوام مختلف برای داشتن رسانه های محلی و تریبونهای اختصاصی، ترغیب رسانه های محلی و منطقه ای برای انعکاس ویژگی های خرده فرهنگی اقوام، امکان دهی به ظهور جلوه های متمایز و برجسته اقوام (در قیاس با یکدیگر و الگوگیریهای متقابل)، انعکاس عناصر فرهنگی اقوام در قالب برنامه های تصویری (فیلم و سریال) در رسانه ملی، تلقی تنوع قومی به مثابه یک امتیاز و سرمایه ملی، تلاش در جهت تقویت وجوه مشترک اقوام ایرانی، ایجاد زمینه های گفت و گو میان اقوام با میانجی نخبه گان فرهنگی، تقویت زمینه های احترام متقابل میان اقوام، توزیع بهینه امکانات و فرصت ملی موجود میان

اقوام و رفع هرگونه احساس تبعیض، تحلیل واقع بینانه قوت ها و ضعف های اقوام، پرهیز اکید از تحقیر و تضعیف اقوام به هر بهانه، برجسته سازی نقش تاریخی و اجتماعی اقوام در توسعه کشور، برجسته سازی قهرمانان و چهره های اسطوره ای ملی با عطف توجه به تعلقات قومی آنها، مقابله جدی با توطئه ها و تحریکات رسانه های بیگانه برای ایجاد اختلاف میان اقوام یا تحریک آنها به مقابله با دولت مرکزی، آگاهی بخشی به اقوام در خصوص توطئه های دشمنان برای ایجاد یا تشدید شکاف های اجتماعی.

۸) آیا مدل های متنوع ارائه شده از مدیریت رسانه با تغییرات جاری در حوزه های رسانه و سبک زندگی قابل اجرا، پویا و کارآمد می باشند؟

روشن است که مدل های مدیریتی در هر عرصه از جمله رسانه، پدیده هایی اقتضایی اند و اعتبار آنها تابع درجه کارآمدی آنها متناسب با انتظارات و ماموریت های سازمان مربوطه است. به بیان دیگر، مدل ها ارزش وسیله ای و طریقی دارند و به موازات توسعه ابعاد معرفتی و مهارتی و کسب تجربه های عملی، دستخوش تغییر می شوند. از این رو، مدل های مدیریت سازمانی و رسانه ای نیز به تبع تغییرات فرهنگی اجتماعی جاری در محیط داخلی، تغییر اوضاع و شرایط جهانی موثر بر کشور و بالطبع رسانه ها، طرح ضرورت ها و انتظارات جدید، کسب تجربه های بهتر از رهگذر عملکردهای پیشین، درگیر شدن در موقعیت ها و میدان های جدید، دستیابی رسانه به امکانات و فرصت های کمی و کیفی بهتر و بیشتر، رفع برخی موانع و محدودیت های پیشین، وقوع تغییر در ساختار مدیریتی سازمان، وقوع تغییر در ارتباطات رسانه با سایر سازمان های اجتماعی و اموری از این دست، مورد بازبینی و تجدید نظر قرار می گیرند. بدیهی است که در شرایط کنونی، به دلیل سرعت و تنوع تغییرات محیطی و اوضاع فرهنگی اجتماعی کشور (تحت تاثیر فعل و انفعالات درونی و بازتاب های منطقه ای و جهانی)، وقوع تغییر در شبکه ارتباطات جهانی، ظهور پیاپی رسانه های جدید و بعضاً رقیب با قابلیت های متنوع، طرح ماموریت های جدید برای رسانه ملی، پیچیده شدن فرایندهای نقش آفرینی و کنش گری در سپهر رسانه، دست یابی بیشتر به امکانات سخت افزاری و نرم افزاری و... اعمال تغییر در مدل های مدیریتی سازمان رسانه برای سازگاری هرچه بیشتر با اقتضات میدان، توجیه بیشتری خواهد داشت.

۹) با توجه به دو فضایی شدن و کاربرد رسانه های نوین در برابر رسانه های سنتی، موفق ترین رسانه در خصوص بازنمایی هویت در اندیشه مقام معظم رهبری کدام است؟ اولویت با کدام است؟

در عصر کنونی، خوشبختانه رسانه های متعددی اعم از کلاسیک و نوین با ظرفیت های کاربری و قدرت تاثیر گذاری مختلف در دسترس همگان قرار گرفته و از این حیث با وضعیتی کاملاً استثنایی و در عین

حال، پرتنش مواجهیم. انتظار این است که حاکمیت و نهادهای حاکمیتی و همه مراکزی که به نوعی خود را در عینیت بخشی به فرمایشات رهبری نظام مسئول می دانند، با شناسایی ظرفیت های مختلف رسانه های موجود و در دسترس، از همه آنها به تناسب قابلیت های فنی (تکنولوژیکی، هنری، زبانی، رسانایی و ارتباطی)، ماهیت پیام، اهداف و انتظارات، فرصت ها و محدودیت ها، مخاطب هدف، عملکرد رسانه های رقیب و... در این خصوص بهره گیرند. علاوه بر رسانه های نوین که ظرفیت های فوقالعاده زیادی برای این سنخ فعالیت های فرهنگی و تبلیغی دارند؛ حتی رسانه های موسوم به کلاسیک نیز ظرفیت های متنوع و کشف نشده ای دارند که برای این هدف بسیار مناسب اند. تردیدی نیست که رسانه های گفتاری، نوشتاری، صوتی، تصویری و رسانه های ترکیبی، قابلیت هایی بسیار متنوعی برای اطلاع رسانی و انتقال پیام، اقناع سازی، جامعه پذیری، سرگرمی، نظارت بر محیط، ایجاد تغییرات فرهنگی اجتماعی، ایجاد اتصالات تاریخی، تقویت ارتباطات ساختاری دارند که تاکنون نیز کم و بیش مورد استفاده قرار گرفته است. موضوع «هویت» نیز به عنوان یک موضوع انضمامی از این قاعده مستثنی است. رسانه ملی خوشبختانه به همه این ظرفیت ها اعم از کلاسیک و نوین دسترسی دارد، و به کیفیت بهره گیری حرفه ای از آنها نیز کاملاً وقوف دارد. علاوه بر رسانه ملی، سایر نهادها و سازمانهای حاکمیتی و فرهنگی بویژه مراکز حوزوی و دانشگاهی مسئول و موظف به ایفای نقش در این خصوص، امکانات رسانه ای قابل توجهی در اختیار دارند. آنچه مهم است اهتمام به این موضوع و نقش آفرینی موثر با بهره گیری از همه ظرفیت ها از جمله رسانه های جمعی و اجتماعی متناسب با انتظارات است.