



سازمان و مدیریت مراکز نهادهای فرهنگی ایران

موضوع: تحلیل صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران

تهیه و تنظیم: یوسف هدایی

پائیز ۹۹

فهرست

۱.....	مقدمه
۱.....	رسانه چیست:
۳	رسانه رادیو و تلویزیون
۴.....	اهمیت تلویزیون
۴.....	تاریخچه صدا و سیما پیش از انقلاب
۶.....	پس از انقلاب
۷	مدیریت صدا و سیمای ایران
۷	مدیران صداوسیما از بدرو تاسیس
۸	نظارت بر صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
۸	اهداف صدا و سیما
۹.....	قانون خط مشی کلی و اصول برنامه های سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
۱۲	فصل اول - اصول کلی
۱۴	فصل دوم - مسائل خبری
۱۵	فصل سوم - مسائل عقیدتی
۱۶	فصل چهارم - برنامه های فرهنگی
۱۸	فصل پنجم - برنامه های اجتماعی
۱۹	فصل ششم - برنامه های سیاسی
۲۲.....	فصل هفتم - خطوط کلی در زمینه های اقتصادی
۲۳.....	فصل نهم - امور نظامی
۲۴.....	مؤسسات وابسته به صدا و سیما ایران
۲۵.....	محل استقرار سازمان
۲۶.....	مراکز پژوهش اسلامی صدا و سیما
۲۷.....	اهداف سازمانی
۲۸	نمونه ساختار سازمانی صدا و سیما
۲۹.....	منابع مالی صدا و سیمای ایران (تامین بودجه و اعتبارات لازم)

۳۰.....	بودجه برخی نهادهای مذهبی و فرهنگی.....
۳۱.....	منابع انسانی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
۳۲.....	صدا و سیما از نگاه بنیانگذار انقلاب اسلامی
۳۳ ..	صدا و سیما از نگاه مقام معظم رهبر انقلاب اسلامی.....
۳۴ ..	نقش صدا و سیما در زندگی اجتماعی.....
۳۴ ..	صدا و سیما و پیام رسانی.....
۳۴ ..	صدا و سیما، یک بنیان دینی.....
۳۵ ..	نقش صدا و سیما در تحولات اجتماعی
۳۵ ..	دانشگاهی همگانی.....
۳۶ ..	جایگاه موسیقی در صدا و سیما ایران
۳۷ ..	نقش رسانه در شکل دهی فرهنگ اجتماعی.....
۳۹.....	ارزیابی عملکرد صداوسیما
۴۰ ..	نتیجه گیری
۴۲.....	منابع

مقدمه

قبل از اینکه بخواهیم به صداوسیما بپردازیم ابتدا بهتر است به تعاریفی در خصوص رسانه و تاثیر گذاری آن در جامعه بپردازیم پس به صداوسیما و ماهیت وجودی آن و علل بوجود آمدن این رسانه خواهیم پرداخت.

رسانه چیست

پیش از تعریف «رسانه» و بیان ویژگی های آن، ابتدا به تعریف ارتباط می پردازیم، که ارتباط نه تنها یکی از عناصر مهم و اساسی زندگی گروهی انسان است، بلکه سنگ بنای جامعه و هسته اصلی تشکیل ساختمان اجتماعی است؛ چه اینکه بدون ارتباط، هرگز فرهنگ پدیدار نمی گشت و بدون فرهنگ، جامعه لباس وجود بر تن نمی کرد. از این رو، در نظام های اجتماعی کوچک و بزرگ همانند خانواده، اجتماعات روستایی، شهری، کشوری و بین المللی، ارتباط در انتقال دانش ها و مهارت ها و نگرش و باورها و ارزش ها، نقش برجسته داشته است و می تواند به شکل گیری و تغییر شناخت ها، عقاید، ارزش ها و رفتار انسان منجر گردد. به همین دلیل، ارتباط به عنوان یکی از ابزارهای اصلی تغییرات اجتماعی و سیاسی مطرح است روشن است که ارتباط خود به خود صورت نمی گیرد، بلکه نیاز به ابزار است. رسانه را ابزار ارتباط دانسته اند و در تعریف آن چنین گفته اند: «رسانه وسیله ای است که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم موردنظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می کند.

به عبارت دیگر، رسانه، وسیله حامل پیام از فرستنده به گیرنده است. کتاب، روزنامه، مجله، عکس، فیلم، نوار صوتی و تصویری، رادیو، تلویزیون، ماهواره و... نمونه هایی از رسانه هستند. البته ارتباط گاهی کلامی است که در آن پیام ها در قالب رمزهای کلامی

به صورت شفاهی و یا به شکل نوشتاری منتقل می گردد و گاه ارتباط غیرکلامی است که در قالب رمزهای غیرکلامی مثل طراحی، نقاشی و موسیقی منتقل می گردد.

امروزه با توجه به اهمیت و جایگاه بالای وسائل ارتباط جمیع در تمامی کشورها و نقش حساس، مهم و تاثیرگذار آن در مسائل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می توان از آن به عنوان مهمترین ابزار تاثیرگذار در جامعه نام برد. بنا به تعریف بسیاری از دانش پژوهان و متفکران، عصر حاضر را با نامهایی مانند 'عصر تکنیک'، 'عصر ارتباطات'، 'دھکده جهانی' و یا رهبری از راه دور نامیده اند.

که براساس اصل رقابت بین نهادها، رادیو و تلویزیون ارتباط تنگاتنگی با نظام های آموزشی و خانواده داشته و این رسانه تلاش می نماید تا جایگاه مهمی در هدایت و کنترل افراد جامعه داشته باشد. براین اساس، رسانه که در بین رسانه ها از تاثیرگذاری بیشتری برخوردار است هم می تواند باعث گمراهی و هم نیز باعث سعادت نسل آینده شود.

رسانه ها نیروهای محرک در روند توسعه یک جامعه هستند که می توانند زیر ساخت های فکری - فرهنگی مناسب از قبیل ایجاد کار گروهی، فرهنگ تفکر، فرهنگ کار آفرینی، آینده نگری فرهنگ صادرات، فرهنگ نظم و حسابگری و غیره را در جوامع رواج دهند.

در واقع رسانه ها ابزار اصلی انتقال اطلاعات و ایده ها در سطح جوامع هستند که می توانند هر روز با خلق ایده و تفکری جدید و ترویج آن به روند توسعه جامعه کمک کنند.

امروزه رسانه ها تعریف گسترده ای پیدا کرده اند؛ یعنی رسانه مانند گذشته فقط منحصر به تلویزیون و رادیو و روزنامه و مجله و غیره نیست، بلکه به سبب انبوه و

فراوانی آن به رسانه های فردی نیز تبدیل شده اند. بنابراین نقش آفرینی رسانه ها بیشترین تأثیر را در تربیت یک جامعه به عهده دارند، به خصوص اینکه جامعه ما، جامعه جوانی است. رسانه ها می توانند اخلاق و رفتار اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ویژه ای را در جامعه ایجاد کنند و به همین منظور در بسیاری مواقع از پدرها و مادرها و مدرسه و کتاب و دفتر و معلم در تربیت و شکوفایی نسل جوان، پیشی می گیرند. در واقع می توان گفت، رسانه مانند شمشیر دو لبه ای است که یک لبه آن بسیار مفید و لبه دیگر غیر مفید و مضر است.

رسانه هم می تواند باورهای اصیل الهی را در انسان تقویت نماید و هم باورهای الهی و مطلوب را خدش دار کرده و او را منحرف سازند و این همان هدف غربی ها و دشمنان اسلام است که با داخل کردن و فرستادن فیلم های ویدئویی یا اینترنتی مبتذل می خواهند باورهای حسنآنها را از بین ببرند.

رسانه رادیو و تلویزیون

به توجه پیشرفت‌های سریع فن‌آوری در دنیای معاصر در زمینه ارتباط، رادیو و تلویزیون، به عنوان یک رسانه جمعی و نیز تأثیرات آن در جامعه‌پذیری و تغییرات گوناگون رفتاری ناشی از آن در افراد؛ از دیدگاه صاحب‌نظران مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

همچنین رابطه زمان فراغت افراد با تماشای برنامه‌های تلویزیونی پدیده‌های ناشی از آن، و تأثیر این جعبه سحرآمیز بر افکار عمومی بررسی خواهد شد.

در این نوشتار، سعی بر آن است که نقش تلویزیون به عنوان ابزاری جهت آشکارسازی مسائل مختلف و چگونگی تأثیر برنامه‌های تلویزیونی بر مخاطبان با دقت و ظرافت خاصی بیان شود و سرانجام در زمینه اینکه تلویزیون باید به عنوان یک وسیله سرگرمی

به شمار آید یا یک وسیله آموزشی و یادگیری، اطلاعاتی موضوع مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

اهمیت تلویزیون

تلویزیون یکی از رسانه‌های قدرتمند ارتباط جمعی به شمار می‌آید. این ابزار، به دلیل ویژگیهای منحصر به فرد خود قادر است پیامهای تصویری را به دورترین نقاط منتقل کند و تعداد بیشماری از افراد را در سراسر دنیا مورد خطاب قرار دهد.

تلویزیون به عنوان یک ابزار مهم ارتباطی می‌تواند در هوشیارسازی، سازماندهی، سیاسی‌گری و تکنیکدهی نقش مهمی داشته باشد. تأثیر پیام این ابزار قدرتمند بر افکار عمومی و عملکرد آن را، بویژه از نظر تربیتی و جامعه‌پذیری نباید از نظر دور داشت.

تاریخچه صدا و سیما پیش از انقلاب

در ۴ اردیبهشت ۱۳۱۹، رادیو ایران با ریاست عیسی صدیق رسماً توسط محمدرضا پهلوی ولیعهد وقت ایران افتتاح گردید و رادیو روزی ۵ ساعت برنامه داشت و برنامه‌هایی نظیر اخبار داخلی و خارجی، موسیقی سنتی ایرانی و غربی، بحث‌های مذهبی و ورزشی و همچنین اقتصادی و سیاسی پخش می‌کرد.

بنا بر تخمین مرکز آمار ایران، در سال ۱۳۵۵ حدود ۷۶٪ جمعیت شهری و ۴۵٪ جمعیت روستایی به رادیو دسترسی داشتند.



پیدایش تلویزیون در ایران و جهان

نخستین فرستنده تلویزیونی جهان در سال ۱۹۳۶ میلادی در انگلستان راهاندازی شد. تلویزیون در ایران در سال ۱۹۵۸ میلادی افتتاح گردید.

بخش آموزشی تلویزیون ایران در آبان ۱۳۴۳ پایه‌گذاری شد؛ ولی به علت نارسانی‌های فنّی و فقدان امکانات لازم، فعالیتهای آن پس از مدتی متوقف گردید.

تلویزیون ملی ایران در روز ۱ فروردین ۱۳۴۶ رسمًا افتتاح شد تا بعدتر سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران شکل بگیرد.

در آن زمان تجهیزات سخت‌افزاری تلویزیون در اختیار وزارت پست، تلگراف و تلفن قرار داشت و محتوای آن توسط اداره تبلیغات و انتشارات تولید می‌شد.

در سال‌های بعد گسترش فعالیتهای رادیوتلویزیونی به سراسر کشور ایجاد می‌کرد تا نهاد یکپارچه‌ای تشکیل شود و از سال ۱۳۵۰ تمامی تأسیسات در اختیار سازمان رادیو و تلویزیون ملی قرار گرفت.

شاه شخصاً رضا قطبی را به ریاست سازمان منصوب کرد و زمان پخش برنامه‌ها به سرعت زیاد شد. در اوخر انقلاب دو شبکه تلویزیونی (برنامه اول و برنامه دوم) فعال بودند و با گسترش تأسیسات، بیش از ۹۵٪ جمعیت شهرنشین و چیزی در حدود ۷۵٪ از جمعیت کشور قادر به دریافت امواج تلویزیونی بودند.

پیش از انقلاب در حدود ۴۰٪ برنامه‌های تلویزیون خارجی و وارداتی بودند و برنامه‌های ساخت داخل نیز عمدتاً از برنامه‌های خارجی الگوبرداری شده بودند. در بحبوحه نآرامی‌های انقلاب ۱۳۵۷ تورج فرازمند پس از قطبی در زمان نخست وزیری ارتشدید از هاری به ریاست سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران قطبی انتخاب شد.



پس از انقلاب

این سازمان پس از انقلاب ۱۳۵۷ به شدت گسترش یافت همانطور که عرض کردم قبل از انقلاب در تلویزیون فقط دو شبکه بود و در زمان مدیریت محمد هاشمی شبکه ۳ راه

اندازی شد و سپس در زمان ریاست علی لاریجانی شبکه های ۴ و ۵ و شبکه آموزش و قرآن راه اندازی شد و علاوه بر شبکه های داخلی و جهانی صداوسیما در تاریخ فوریه ۲۰۱۳ (میلادی)، صداوسیما با بیش از صد پایگاه اطلاع رسانی الکترونیک و رسانه ای نوشتاری نیز بهره می برد.

در سال ۱۳۸۸ با بکارگیری تکنولوژی دیجیتال تحول اساسی در بکارگیری از تکنولوژی در پوشش ایجاد شد و در حال حاضر علاوه بر شبکه های SD شبکه های HD نیز به جهت کیفیت پوششی ایجاد و شبکه های رادیویی نیز در کنار شبکه های تلویزیونی اضافه شد تلویزیون از زمانی که با بکارگیری سیگنال رسانی از طریق ماهواره را شروع کرد قدرت سیگنال رسانی افزایش و پوشش سرعت گرفت وهم اکنون ۱۰۰٪ کشور تحت پوشش می باشد.

مدیریت صدا و سیمای ایران

بر اساس اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی نظام جمهوری اسلامی ایران رئیس صدا و سیمای ایران مستقیماً توسط رهبر جمهوری اسلامی منصوب می شود. مدت ریاست این فرد منصوب به طور سنتی ۵ ساله است و در پایان هر دوره می تواند از سوی رهبر ایران یک بار تمدید شود.

مدیران صداوسیما از بدء تاسیس

۱- رضا قطبی ۲- صادق قطب زاده ۳- محمد هاشمی رفسنجانی ۴- علی لاریجانی ۵- سید عزت الله ضرغامی ۶- محمد سرافراز ۷- عبدالعلی علی عسگری

نظرات بر صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

شورای نظارت بر صدا و سیما نهادی متشکل از نمایندگان قوای سه‌گانه کشور است که بر فعالیت این سازمان نظارت دارد.

اهداف صدا و سیما

سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (IRIB) سازمانی رسانه‌ای است که تنها متولی قانونی پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در جمهوری اسلامی ایران است، بوجود آمدن رسانه صرفاً بر پایهٔ کنترل افکار، عقاید و طرز فکر جوامع بوده و هست این فلسفهٔ بنیادین، سایهٔ سنگین و عمیقی دارد که حتی با جریانات آزادی خواه بوجود اومده در دههٔ اخیر (در سطح دنیا و مخصوصاً غرب) تحول شگرفی در این چیستی رخ نداده؛ رسانه‌های مختلف برای پیشبرد این هدف روش‌های مختلفی دارند که نسبت وانمود کردن حقایق جامعه و تلقین نگاه به مسایل درصد قابل قبول و تاثیر گذاری داردو وظیفه آن اجرای دستورالعمل‌ها و سیاست‌های مصوب مجلس شورای اسلامی و شورای انقلاب فرهنگی می‌باشد

علاوه بر این خود سیاست گذاری، برنامه ریزی، اجرا و هدایت و نظارت بر برنامه‌های تولید شده را داردو برآن شورای نظارتی که شامل نمایندگان سه قوه هستند برکار این سازمان نظارت دارند. از بسیاری جنبه‌ها، صدا و سیما قدرتمندترین، فرآگیرترین و پرنفوذترین رسانه و نهاد آموزشی-فرهنگی در ایران به شمار می‌رود. واما این سازمان علاوه بر تملک و کنترل رادیو و تلویزیون، به برگذاری جشنواره‌های فیلم، موسیقی و هنری، انتشار کتاب، روزنامه و مجله می‌پردازد. فعالیت‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران به مرزهای ایران محدود نیست و در کشورهای مختلف جهان دارای تشکیلات است.

قانون خط مشی کلی و اصول برنامه های سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

بسم الله الرحمن الرحيم

"يا ايهالنبي انا ارسلناك شاهدا و مبشرنا و نذيرا و داعيا الى الله باذنه و سراجاً منيرا" ای پیامبر به تحقیق ما ترا فرستادیم تا گواه، بشارت بخش، هشداردهنده، دعوت‌کننده بسوی خدا و چراغی پر فروغ و روشنی بخش باشی.

مقدمه:

انقلاب اسلامی ایران حلقه‌ای تعیین‌کننده از زنجیر قیامها و نهضت‌های الهی است که در طول تاریخ، تداوم خویش را در صحنه نبرد حق و باطل حفظ کرده است. قدرت‌های خودکامه با بهره‌گیری از کلیه امکانات، کابوس سیاه خود را بر پهنه جهان گستردده و به خاطر تداوم سلطه اهربیمنی خویش به استعمار فرهنگی و استثمار فکری و اقتصادی مستضعفین پرداخته و در راه مسخ ارزشها و خالی نمودن انسان از هویت خدایی و بیگانگی و از خویشتن، جدیدترین وسائل تبلیغاتی را به خدمت خویش درآورده‌اند، جامعه ماسالیان دراز زیر سلطه ابرقدرتها و مزدوران وابسته آنان قرار داشت و در طی این مدت، ارزش‌های شرک‌آزاد در تمامی ابعاد فرهنگی، سیاسی، هنری، اجتماعی و اقتصادی آن به مردم ما تحمیل گردید. به گونه‌ای که زدودن تمامی این مظاهر شرک و آثار تبعی آن از بطن جامعه و افکار و اذهان عمومی به تلاش و کوشش گستردۀ نیازمند است. بازشناسی آثار و عواقب این ارزش‌های شرک‌آزاد در همه زمینه‌ها و نمایش و مطرح کردن آنها موجب خواهد شد تا قید و بندهایی که مانع آزادی و کرامت

انسانی در راه رشد و تکامل است از هم بگسلد و راه برای جایگزینی ارزش‌های اصیل و نوین اسلامی بازگردد.

انقلاب اسلامی ما که با اتکاء به خدای یکتا و وحدت کلمه و به برکت رهبری اندیشمندانه حضرت آیت‌الله‌العظمی امام خمینی در ۲۲ بهمن ۱۳۵۷ به پیروزی رسید، اصول پایه‌ای نظام خویش را در اصل دوم قانون اساسی بیان می‌نماید که در آن، "قسط و عدل" "استقلال" و "همبستگی ملت" در چارچوب ارزش‌های مکتبی اسلام مورد تأکید قرار گرفته است.

یکی از ارگانهای حساس که نقش تعیین‌کننده برای رسیدن به اهداف بالا را دارد. رادیو و تلویزیون است که به خاطر سطح پوشش و قدرت تأثیربخش‌اش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. همین دستگاه بود که در نظام وابسته و استعماری گذشته این سرزمین، مبلغ فرهنگ استعماری و نظام منحط غربی بود و با حیطه نفوذ وسیع خویش می‌رفت تا جامعه‌ای خودباخته و مصرفی را پایه‌گذاری نماید.

رادیو تلویزیون در نظام جمهوری اسلامی می‌تواند و می‌باید و با طرد ارزش‌های منحط و پوسیده طاغوتی و طرح ارزش‌های متعالی اسلامی در جهت رهانیدن انسان از بندۀ‌های شیطانی همت گمارد و به گفته امام به دانشگاهی بزرگ تبدیل شود. در ایفای این نقش حساس مصوبه قانون اساسی چنین رهنمود می‌دهد.

وسائل ارتباط جمیعی (رادیو تلویزیون) باید در جهت روند تکاملی انقلاب اسلامی و در خدمت اشاعه فرهنگ اسلامی قرار گیرد و در این زمینه از برخورد سالم اندیشه‌های متفاوت بهره جوید و از اشاعه و ترویج خصلتهای تخریبی و ضد اسلامی جداً پرهیز کند.

صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران می‌باید از طریق دادن آگاهی‌های مکتبی، سیاسی

واجتماعی و ایجاد احساس مسئولیت در مردم و افشاری توطئه‌ها و نقشه‌های دشمنان داخلی و خارجی انقلاب در جهت حفظ و تداوم انقلاب تلاش نماید و زمینه را برای رشد و شکوفایی استعدادها و باروری خلاقیت‌های انسان تا مرز خلیفه‌الله‌ی آماده نماید. رسالت ارشادی و پیامبر‌گونه این رسانه عمومی، حضور فعال در کلیه جریانات اجتماعی و ایجاد روحیه امید و اعتماد در جامعه است. همچنانکه باید واقعیت‌های تلخ و خطراتی که امت را تهدید می‌کند پیشگویی کرده و به موقع هشدار دهد مردم را به سوی خیر و کمال مطلق دعوت نموده و در تنگناها و مشکلات راهگشای روشنی بخش باشند.

بدیهی است که صدا و سیما هرگز نباید خود را مرجع حل مشکلات قلمداد نماید، بلکه تنها با ایفای نقش ارشادی و آگاهی دهنده، زمینه ساز حرکتی شتاب‌گیر و انقلابی در متن جامعه اسلامی باشد. در این راه باید کلیه رویدادها و وقایع را آنگونه که هست به اطلاع مردم رساند و با بهره‌گیری از خلاقیت‌های هنری و اندیشه‌های پربار به آموزش فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، علمی، فنی و هنری و بالا بردن سطح آگاهی و دانش جامعه بپردازد. همچنین با ارائه اندیشه و فرهنگ اسلامی در سطح جهانی صدور انقلاب را عینیت بخشد.

رسالت دیگر این رسانه پاسخگویی به نیازهای تفریحی جامعه و بارور ساختن اوقات فراغت عمومی از طریق اجرای برنامه‌های سالم تفریحی است. تادر سایه شادابی تن و روان سلامت و آرامش فکری جامعه تأمین گردد.

برای حرکت در جهت اهداف یاد شده صدا و سیما جمهوری اسلامی می‌باید اصول پایه‌ای زیر را بپذیرد و آن را سرلوحه کلیه برنامه‌های خود قرار دهد.

فصل اول – اصول کلی

نظر به این که خط حاکم بر صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران باید با توجه به اهداف نظام جمهوری اسلامی ایران و نقش این رسانه همگانی تعیین شود، مواد زیر به عنوان اصول عام و کلی خط مشی این سازمان اعلام می‌گردد.

ماده ۱ - حاکمیت اسلام بر کلیه برنامه‌ها و پرهیز از پخش برنامه‌هایی که مخالف معیارهای اسلامی باشد.

ماده ۲ - حاکمیت روح انقلاب و قانون اساسی بر کلیه برنامه‌ها که در شعار استقلال، آزادی، جمهوری اسلامی متبلور است.

ماده ۳ - تحقق بخشیدن به بینش مقام رهبری به عنوان ولی فقیه در تمامی ابعاد آن در برنامه‌های رادیو و تلویزیون در جهت اجرای اصول یاد شده.

ماده ۴ - زمینه‌سازی برای رسیدن به خودکفایی و تحقق کامل سیاست مستقل نه شرقی، نه غربی در همه ابعاد سیاسی، اقتصادی، نظامی و فرهنگی آن در چهارچوب قوانین جمهوری اسلامی.

ماده ۵ - صدا و سیما باید به مثابه یک دانشگاه عمومی به گسترش آگاهی و رشد جامعه در زمینه‌های گوناگون مکتبی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و نظامی کمک نماید.

ماده ۶ - ارج نهادن به حیثیت انسانی افراد و پرهیز از هتك حرمت آنان طبق ضوابط اسلامی.

ماده ۷ - صدا و سیمای جمهوری اسلامی متعلق به تمامی ملت است و باید منعکس‌کننده زندگی و احوال تمامی اقوام و اقوام مختلف کشور باشد. بدیهی است که

در این میان تکیه اصلی باید بر اکثریتهای اعتقادی (مسلمانان)، اقتصادی (مستضعفان) و سنی (کودکان و نوجوانان) باشد.

ماده ۸ - به موجب آیه شریفه "واعتصموا بحبل الله جميعاً و لاتفرقوا" حرکت کلی صداوسیما باید در جهت وحدت، الفت، و انسجام هر چه بیشتر جامعه و برحدر داشتن مردم از پراکندگی و تفرقه باشد.

ماده ۹ - پذیرش انتقادات و نظرات سازنده مردم و ایجاد رابطه متقابل با جامعه و منظور داشتن این وسیله به صورت جزیی از کل نظام اجتماعی جهت غنی کردن برنامه‌ها و نفوذ تأثیر یک جانبی.

ماده ۱۰ - سازمان موظف است به منظور نفوذ در اندیشه و احساس جامعه، پیام خود راحتی‌الامکان با استفاده از بیان غیرمستقیم و در قالب‌های جذاب و هنری، متناسب باحوال و روحیات اقسام مختلف جامعه عرضه نماید.

ماده ۱۱ - تلاش در جهت رشد و شکوفایی استعدادهای انسانی و بارور ساختن خلاقیتهای فکری و هنری.

ماده ۱۲ - تقویت روحیه امید، اعتماد، تلاش، ایثار و استقامت در جامعه و توجه به نیازهای معنوی و روحی مردم.

ماده ۱۳ - گسترش و توزیع عادلانه پوشش صدا و تصویر با توجه به اولویت‌های فرهنگی، سیاسی و جغرافیایی.

ماده ۱۴ - زمینه‌سازی برای سرعت بخشیدن به اجرای برنامه‌های قوای سه‌گانه کشور.

ماده ۱۵ - صدا و سیمای جمهوری اسلامی زبان گویای ملت و چشم و گوش حساس کشور است از این رو وظیفه دارد خواسته، نیازها و مشکلات مردم را به اطلاع مسئولین

برساند و مردم را در جریان کامل فعالیتها، برنامه‌ها، پیشرفتها و مشکلات نهادهای قانونی کشور قرار دهد و در جهت برقراری تفاهم و ارتباط هر چه عمیقتر مسئولین و اقشار مختلف مردم تلاش نماید.

فصل دوم – مسائل خبری

ماده ۱۶ - صدا و سیما با حضور دائمی خود در جامعه باید همواره منعکس‌کننده صدق واقعی و رویدادهای مهم اجتماعی باشد و واقعیتها را به اطلاع مردم برساند.

ماده ۱۷ - صدا و سیما باید رویدادها، فعالیتها و مسائل سراسر کشور را با توجه به اولویت‌های منطقه‌ای به طور عادلانه در برنامه سراسری منعکس‌نماید.

ماده ۱۸ - صدا و سیما موظف است آخرین اخبار و اطلاعات صحیح و مهم کشور و جهان را که مفید و مورد نظر اکثریت مردم باشد، به صورتی کوتاه و گویا منتشر نماید.

ماده ۱۹ - در کلیه برنامه‌ها به ویژه اخبار، مسائلی که حاوی نکات زیر باشد، قابل پخش نیست.

الف - جزء اسرار نظامی، سیاسی، اقتصادی کشور محسوب شود و یا بر اثر انتشار موردنموده استفاده دشمن قرار گیرد.

ب - تهمت به نهادها و ارگانهای رسمی کشور و گروهها و جمیعت‌ها و احزابی باشد که طبق قانون احزاب فعالیت آنها قانونی است.

ج - پخش آن موجب فساد اخلاق و هتك حرمت جامعه گردد "ان الذين يحبون ان تشيع الفاحشه فى الذين آمنوا" ...

د - انتشار آن موجب لطمہ زدن به احساسات دینی، وحدت ملی و ایجاد تشنج در جامعه گردد.

۵ - برای گروههای منحرف و ضد انقلاب جنبه تبلیغی داشته باشد.
و - به روابط دوستانه با کشورهای برادر و دوست لطمہ وارد کند یا موجب اخلال در روابط خارجی ایران گردد.

ماده ۲۰ - تلاش در جهت کسب اخبار و اطلاعات صحیح جهانی و رهایی از انحصار خبری خبرگزاریهای صهیونیستی و امپریالیستی جهانی.

فصل سوم – مسائل عقیدتی

ماده ۲۱ - بالا بردن سطح بینش اسلامی مردم و آشنا ساختن اقسام مختلف جامعه باصول مبانی و احکام اسلام به شیوه‌ای رسا و بدون ابهام.

ماده ۲۲ - تبلیغ و اشاعه فرهنگ اصیل اسلامی با بهره‌گیری از دیدگاههای روحانیت آگاه دانشمندان حوزه‌های علمیه و اسلام‌شناسان وارسته.

ماده ۲۳ - کوشش در جهت گسترش فرهنگ غنی اسلام و انقلاب اسلامی در منطقه و جهان از طریق تولید برنامه‌های مفید و عرضه آن در سطح جهانی.

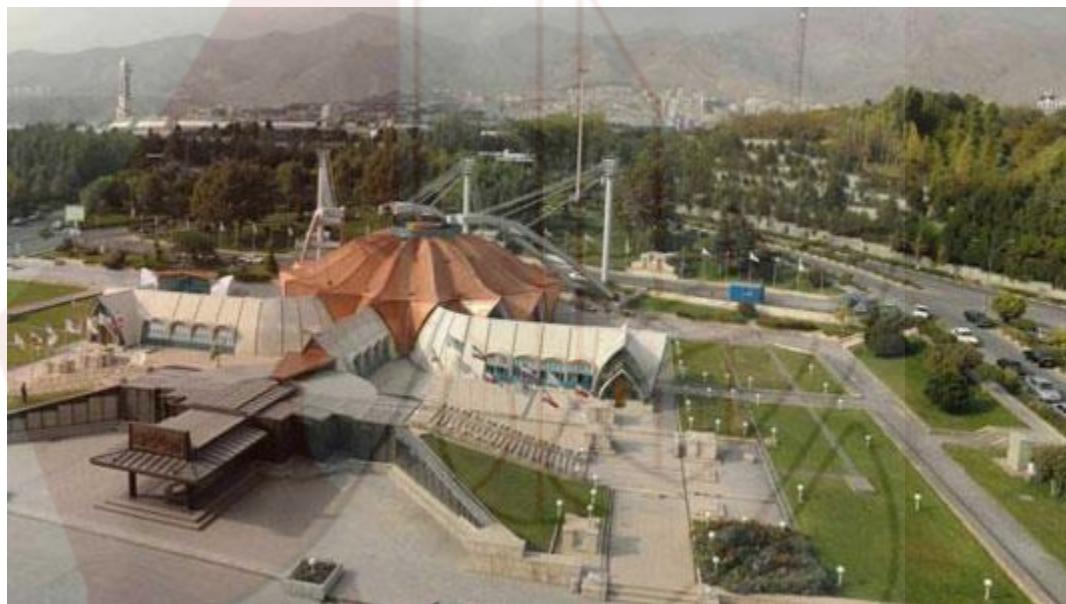
ماده ۲۴ - معرفی فلسفه، عرفان و حقوق اسلامی و نقد و بررسی مکاتب مشابه در جهان.

ماده ۲۵ - تشکیل جلسات مناظره و احتجاج و برخورد سازنده با صاحبان مکاتب

واندیشه‌های غیر اسلامی و انحرافی بر اساس آیه شریفه "ادع الی سبیل ربک بالحکمه والموعظه الحسنہ و جادلهم بالتی هی احسن".

ماده ۲۶ - روشن کردن اذهان عمومی نسبت به بدعت‌ها و انحرافات عقیدتی به موجب روایت "اذا ظهرت البدع فصلی العالم ان يظهر علمه والا فعلیه لعنه الله".

فصل چهارم – برنامه‌های فرهنگی



ماده ۲۷ - تلاش برای جایگزینی نظام ارزشی اسلام به جای نظام ارزشی شرق و غرب و مبارزه با عوارض و آثار باقیمانده فرهنگ طاغوتی.

ماده ۲۸ - تلاش در جهت تسريع انقلاب فرهنگی و بازگشت به هویت اسلامی خویش.

ماده ۲۹ - کوشش در ایجاد محیط مساعد برای تعالی انسان و رشد فضائل اخلاقی تزکیه نفس و بسط معنویت در جامعه.

ماده ۳۰ - شناخت و معرفی ادبیات و هنر پویا و خلاق در فرهنگ اسلامی و سایر فرهنگها و نقش مؤثر آنها در تحولات و دگرگونیها و رشد انسان و جامعه

ماده ۳۱ - برقراری مناسبات فرهنگی دو جانبی برنامه‌های رادیو تلویزیونی با کشورهای دیگر بر پایه حفظ استقلال.

ماده ۳۲ - تلاش برای اشاعه و معرفی هنر متعهد و مردمی و تغییر هنر مبتدل به هنر متعهد و انقلابی که پاسخگوی نیاز فطری انسان باشد.

ماده ۳۳ - بالا بردن سطح دانش عمومی و تشویق و ترغیب به علوم و تکنولوژی متناسب با رشد جامعه و معرفی آنها به ویژه سیستمهای ساده‌علمی در کشور.

ماده ۳۴ - تقویت انگیزه‌های ابتکار و خلاقیت در مردم از طریق تشویق محققان و مخترعین و نمایش ابتکارات و اختراعات آنان.

ماده ۳۵ - اجرای برنامه‌های تفریحی سالم و شادی آفرین به منظور بارور ساختن اوقات فراغت مردم و تأمین شادابی و سلامت تن و روان.

ماده ۳۶ - اولویت دادن به ورزشهایی که علاوه بر سلامتی جسم نقش مقدماتی برای تمرينهای رزمی و آمادگیهای دفاعی دارد.

ماده ۳۷ - پرهیز از ترویج ورزشها و سرگرمیهایی که با معیارهای اسلامی مخالفت دارد.

ماده ۳۸ - تلاش در بر حذر داشتن نسل جوان از سرگرمیهای زیان‌بخش و اعتیادهای مضر و خطرناک.

فصل پنجم - برنامه‌های اجتماعی

ماده ۳۹ - با توجه به نقش اساسی توده‌های مردم در انقلاب، سازمان باید به طورفعال و گستردۀ مردم را در صحنه مسائل اجتماعی و سیاسی کشورنگهدارد تا سازندگان انقلاب خود تداوم بخش آن باشند.

ماده ۴۰ - در جهت تحقق رسالت "امر به معروف و نهی از منکر" در جامعه صدا و سیماباید روحیه انتقاد سالم و سازنده و انتقاد پذیری متواضعانه را در مردم، مسئولین و دست‌اندرکاران ایجاد کند، انتقادات مردم از مسئولین و توقعات آنها از مردم را بازگو نماید و با نفی روش‌های تخریبی و ضداسلامی زمینه مناسبی برای جلسات بحث و گفتگوی آزاد و برخورد سالم اندیشه‌ها فراهم آورد تا مردم خود به انتخاب "احسن" بپردازند.

ماده ۴۱ - تلاش در جهت توسعه و تحکیم برادری اسلامی بین همه مذاهب و فرق اسلامی و همبستگی با اقلیتهای دینی که در قانون اساسی به‌رسمیت شناخته شده‌اند.

ماده ۴۲ - ایجاد زمینه‌های رشد فکری و به وجود آوردن امکان تحلیل و نقد، ریشه‌یابی، پیگیری و واقع بینی در مسائل اجتماعی.

ماده ۴۳ - ایجاد زمینه جهت جایگزینی روابط انسان ساز اسلامی در جامعه و تصحیح روابط اجتماعی.

ماده ۴۴ - آموزش عمومی جهت آشنایی مردم با حقوق فردی و اجتماعی، قانون اساسی و قوانین مدنی و جزایی کشور.

ماده ۴۵ - بیان و تشریح مقام والای زن از دیدگاه اسلام و شناساندن ارزش واقعی وی به منظور بازگشت به اصالت اسلامی خویش و همچنین زمینه‌سازی برای از بین بردن ارزش‌های کاذب و جایگزینی فضیلت‌های اخلاقی در خانواده‌ها و کمک به تحکیم و انسجام روابط خانوادگی.

ماده ۴۶ - ارج نهادن به فضیلت‌ها و فدایکاری‌ها و زنده نگاهداشتن خاطره غرور آفرین شهیدان اسلام و جانبازان انقلاب که سازنده و تداوم بخش انقلاب اسلامی بوده و بر تارک افتخارات اسلامی و ایران می‌درخشد.

ماده ۴۷ - تأکید بر آموزش عمومی مردم نسبت به اصول بهداشت و شیوه‌های پیشگیری درمانی

فصل ششم - برنامه‌های سیاسی

ماده ۴۸ - سازمان موظف است در جهت ایجاد و تقویت زمینه‌های فکری و اخلاقی برای اجرای کامل قانون اساسی که ترسیم‌کننده خطوط اساسی نظام جمهوری اسلامی است تلاش نماید.

ماده ۴۹ - تلاش در جهت ایجاد زمینه‌های استقرار هر چه بیشتر نظم در سایه حاکمیت قانون و نفی هر گونه حرکت غیر قانونی در کشور.

ماده ۵۰ - سعی در جهت ارائه بیانش سیاسی مکتبی به مردم، شناساندن اوضاع سیاسی بین‌المللی و موقعیت استکبار جهانی و ملل مستضعف.

ماده ۵۱ - تأکید بر هویت اسلامی انقلاب و خصیصه ضد استکباری آن و افشاری تلاش‌های دشمن در تغییر این هویت.

ماده ۵۲ - آگاه ساختن مردم نسبت به نقشه‌های شیطانی استعمارگران جهانی و عوامل داخلی آنان در جهت تضعیف یا به انحراف کشاندن انقلاب.

ماده ۵۳ - بررسی مقایسه‌ای انقلاب‌های جهان و معرفی ماهیت و عملکرد جنبش‌های آزادیبخش جهانی.

ماده ۵۴ - کلیه فعالیتهای سازمان در مورد مواد ۴۹ تا ۵۳ باید در چهار چوب اصول و خط مشی سیاسی اتخاذ شده از طرف قوای سه‌گانه جمهوری اسلامی ایران انجام بگیرد.

ماده ۵۵ - وظایف سازمان در رابطه با احزاب و جمیعت‌های سیاسی

الف - تلاش جهت برگزاری بحث‌های آزاد و آموزنده میان احزاب و سازمانهای سیاسی قانونی کشور که در درجه اول به روشن شدن بینش‌های اصیل سیاسی اسلامی و در درجه بعد به تفاهم سیاسی میان این گروه‌ها و برخورد سالم آنها با یکدیگر کمک کند.

ب - افشاری فعالیتها، توطئه‌ها و شیوه عملکرد گروه‌های ضد انقلاب و ستون پنجم دشمن و آشنا ساختن مردم با ماهیت فکری و عملی آنان.

ماده ۵۶ - سیاست تبلیغاتی خارجی

الف - جهانخواران و دولتهای متخاصم. صدا و سیما باید ماهیت و موضع خصم‌انه این دولتهای سیاست‌های سلطه‌گرانه و بلوک‌بندیهای اقتصادی و نظامی را که سازنده این سیاست‌ها هستند به شیوه‌ای منطقی و سازش‌پذیر افشا نماید.

ب - دولتهای چند چهره. در قبال این گونه دولتها که به ظاهر اظهار دوستی کرده و در باطن به دشمنان انقلاب کمک می‌کنند باید برخوردا خطاردهنده و هشدارآمیز توأم با جذب نمود تا به تدریج در موضع انفعالی قرار گرفته و از گسترش جبهه دشمن جلوگیری به عمل آید.

ج - دولتهای بی‌تفاوت نسبت به انقلاب، در قبال آن گونه رژیمها باید موضع روشنگرانه داشت و با تشریح و معرفی ویژگیهای انقلاب باید آنان رادر موضع حمایت ازانقلاب قرار داد.

د - دولتهای دوست، در قبال آن گونه دولتها که عمدتاً از پایگاه مردمی برخوردارند باید با ایجاد زمینه همبستگی بیشتر به تحکیم روابط دو کشور در جهت تحقق هدفهای مشترک حرکت نمود.

ه - دولتهای اسلامی. در رابطه با دولتهای اسلامی حرکت تبلیغاتی سازمان در جهت ایجاد وحدت در زمینه تحقق جبهه جهانی اسلامی خواهد بود.

و - جنبش‌های آزادیبخش. صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران باید در جهت معرفی و حمایت از کلیه جنبشهای ضد استکباری و مستقل که دارای پایگاه مردمی باشند بکوشند. بدیهی است که نهضت‌های اصیل اسلامی از اولویت برخوردارند.

ز - ملت‌ها. ملت‌ها باید به صورت عام جدا از سیاست دولتهای حاکم مورد توجه قرار گیرند. با توجه به ماهیت انقلاب اسلامی ایران که تحولی بنیادی در زمینه‌های فکری و فرهنگی جامعه است، اشاعه آن نیز از طریق تسخیر اندیشه‌ها و تحول فکری و فرهنگی ملت‌ها امکان‌پذیر است.

سازمان به منظور نشر دعوت رهایی بخش اسلام و زمینه‌سازی برای آزادی همه مستضعفان جهان از سلطه مستکبران باید با معرفی اسلام به مثابه تنها مکتب اصیل انقلابی و رهایی بخش در جهت ایجاد وحدت فرهنگی و صدور انقلاب اسلامی به مسلمانان و مردم جهان بکوشد و متقابلاً مردم ایران را با فرهنگ و مبارزات آنان آشنا سازد.

تبصره - کلیه فعالیتهای سازمان درباره ماده ۵۵ باید در چهارچوب ضوابط و اصول سیاست خارجی که از طرف جمهوری اسلامی ایران تعیین می‌شود انجام گیرد.

فصل هفتم – خطوط کلی در زمینه‌های اقتصادی

ماده ۵۷ - زمینه‌سازی برای از بین بردن روابط ظالمانه و استثماری و تحکیم روابط عادلانه اقتصادی در کشور طبق سیاست اقتصادی جمهوری اسلامی ایران.

ماده ۵۸ - جلب مشارکت عمومی مردم جهت همکاری در گسترش برنامه‌های تولیدی و بر حذرداشتن آنان از زندگی مصرفی و تجملی.

ماده ۵۹ - زمینه‌سازی برای توسعه تولیدات کشاورزی، دامی و صنعتی در جهت رسیدن به خودکفایی.

ماده ۶۰ - توجه خاص به آموزش حرفه‌ای کارگران و کشاورزان که سنگ زیربنای تولید کشور محسوب می‌شوند.

فصل هشتم – امور اداری

ماده ۶۱ - زمینه‌سازی برای تغییر نظام پیچیده قرطاس بازی اداری در سطح کشور وایجاد نظام اداری ساده و منسجم، متناسب با روند حرکت انقلاب اسلامی ایران.

ماده ۶۲ - زمینه‌سازی برای ایجاد روابط اخلاقی بین مسئولین اداری و مردم و آموزش مردم در نحوه مراجعه صحیح به ادارات و سازمانهای دولتی.

فصل نهم – امور نظامی

ماده ۶۳ - کمک به آمادگی رزمی عمومی از طریق آموزش نظامی و تقویت ارتش بیست میلیونی.

ماده ۶۴ - توجه به آموزش مکتبی و تقویت روحیه نیروهای مسلح.

ماده ۶۵ - تلاش در جهت حفظ وحدت و هماهنگی کلیه نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران.

قانون فوق مشتمل بر مقدمه و شصت و پنج ماده و یک تبصره در جلسه روز پنجشنبه هفدهم تیر ماه یک هزار و سیصد و شصت و یک مجلس شورای اسلامی تصویب و به تأیید شورای نگهبان رسیده است.

رئیس مجلس شورای اسلامی - اکبر هاشمی (مصطفی مصوبات مجلس شورای اسلامی، ۱۳۶۱، ۱۹۰)



صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران

سازمان سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران

نشان صداوسیما شامل نشان جمهوری اسلامی ایران در رأس و دو نوشته «لا» به عربی است که در طراحی آن از المان‌های شیعی استفاده شده‌است. زمانی که این آرم در اوایل انقلاب طراحی شد، نمادی از «نه گفتن» به شرق و غرب (نه شرقی، نه غربی، جمهوری اسلامی) و به‌طور خاص ایالات متحده امریکا و اتحاد‌جماهیر سوسیالیستی شوروی بود. این دو لا در وسط به شکل یک شبکه به یکدیگر می‌رسند و در محل تلاقی آن‌ها نماد چشم قرار دارد. در زیر نماد، عبارت صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران با خط نستعلیق نوشته شده است.

مؤسسات وابسته به صدا و سیما ایران

انتشارات سروش : که در سال ۱۳۵۴ تأسیس شده و نشریات سروش هفتگی، سروش کودکان، سروش نوجوان، سروش جوان و سروش بانوان را منتشر می‌کند. روزنامه جام جم : ارگان رسمی صدا و سیما.

خبرگزاری صدا و سیما : خبرگزاری وابسته به صدا و سیما که وظیفه تأمین بخش‌های خبری تمام شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی استانی، سراسری و برون مرزی به جز شبکه خبر، شبکه العالم، شبکه الكوثر، شبکه سحر و پرس تی وی را بر عهده دارد.

سیما فیلم: شرکت تهیه‌کننده فیلم که برخی سریال‌های پژوهشی تلویزیون نیز در آن تولید می‌شود.

سیما چوب: شرکت تولیدکننده مبلمان که وظیفه ساخت برخی قطعات دکور برنامه‌ها را بر عهده داشته و محصولات خود را در بازار آزاد نیز به فروش می‌رساند.

ایران سیما: آرشیو اینترنتی برنامه‌های تلویزیونی صدا و سیما تکتا؛ تنها کارخانه تولید لوازم الکترونیک و مرکز تحقیقات الکترونیکی و تجهیزاتی صدا و سیما

دانشگاه صدا و سیما: که از طریق آزمون داخلی، آزمون سراسری و آزمون دانشگاه جامع در رشته‌های مرتبط و مطلوب صدا و سیما در تهران و قم دانشجو می‌پذیرد.

شرکت فرهنگی هنری صبا: که به تولید انواع برنامه‌های اینیمیشن برای صدا و سیما می‌پردازد.

شرکت صوتی و تصویری سروش: که به تهیه، پخش و فروش آلبوم‌های موسیقی و نسخه‌های خانگی مجموعه‌ها و فیلم‌های تولید شده در صدا و سیما می‌پردازد. این شرکت در تهران و مراکز استان‌ها دارای تعدادی شعبه فروش بوده و نمایندگی چند شرکت خارجی را نیز بر عهده دارد.

محل استقرار سازمان

ساختمان اداری صداوسیما در خیابان ولی‌عصر، تهران

محل ساختمان مرکزی صداوسیما در خیابان ولی‌عصر نرسیده به چهارراه پارک وی و در محدوده‌ای است که اصطلاحاً جام جم خوانده می‌شود.

اراضی سازمان صداوسیما در این منطقه جزو مرغوبترین اراضی در شمال شهر «روبروی منطقه امنیه» تهران محسوب می‌شود.

ساختمان شبکه دوسیما نیز در میدان آرژانتین قرار دارد. البته دفاتر و استودیوهای دیگری به صورت ثابت و سیار در مناطق مختلف ایران فعالیت می‌کنند.

البته صداوسیما در شهر تهران دارای ساختمانهای متعددی می‌باشد و ساختمان شبکه‌های برون مرزی اغلب بیرون از جام جم می‌باشند

صداوسیما جمهوری اسلامی ایران دارای مراکز استانی و علاوه بر مراکز استانی در کیش، مهاباد و آبادان هم مرکز مستقل دارد **جمعاً ۳۴** مرکز را دارا می‌باشد.

هر مرکز صداوسیما متناسب با سیاست‌های محلی و قومی وزبان آن منطقه نسبت به سیاست گزاری و پخش برنامه‌ها رادیویی و تلویزیونی اقدام می‌نماید

صداوسیما جمهوری اسلامی ایران دارای دفتر نمایندگی در کشورهای مختلف به تعداد **۲۰ نمایندگی** می‌باشد که اغلب در پایتخت کشورها می‌باشد مثلاً لندن، پاریس، توکیو، مسکو و.....

مراکز پژوهش اسلامی صدا و سیما

مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما یکی از چند مرکز پژوهشی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران است و ساختمان آن در شهر قم قرار دارد.

نخستین ساختار تشکیلاتی و شرح وظایف این مرکز در سال ۱۳۷۷ تصویب شد و در طول سال‌های اخیر با توجه به گسترش فعالیت‌ها، مورد بازنگری و اصلاح قرار گرفته است.

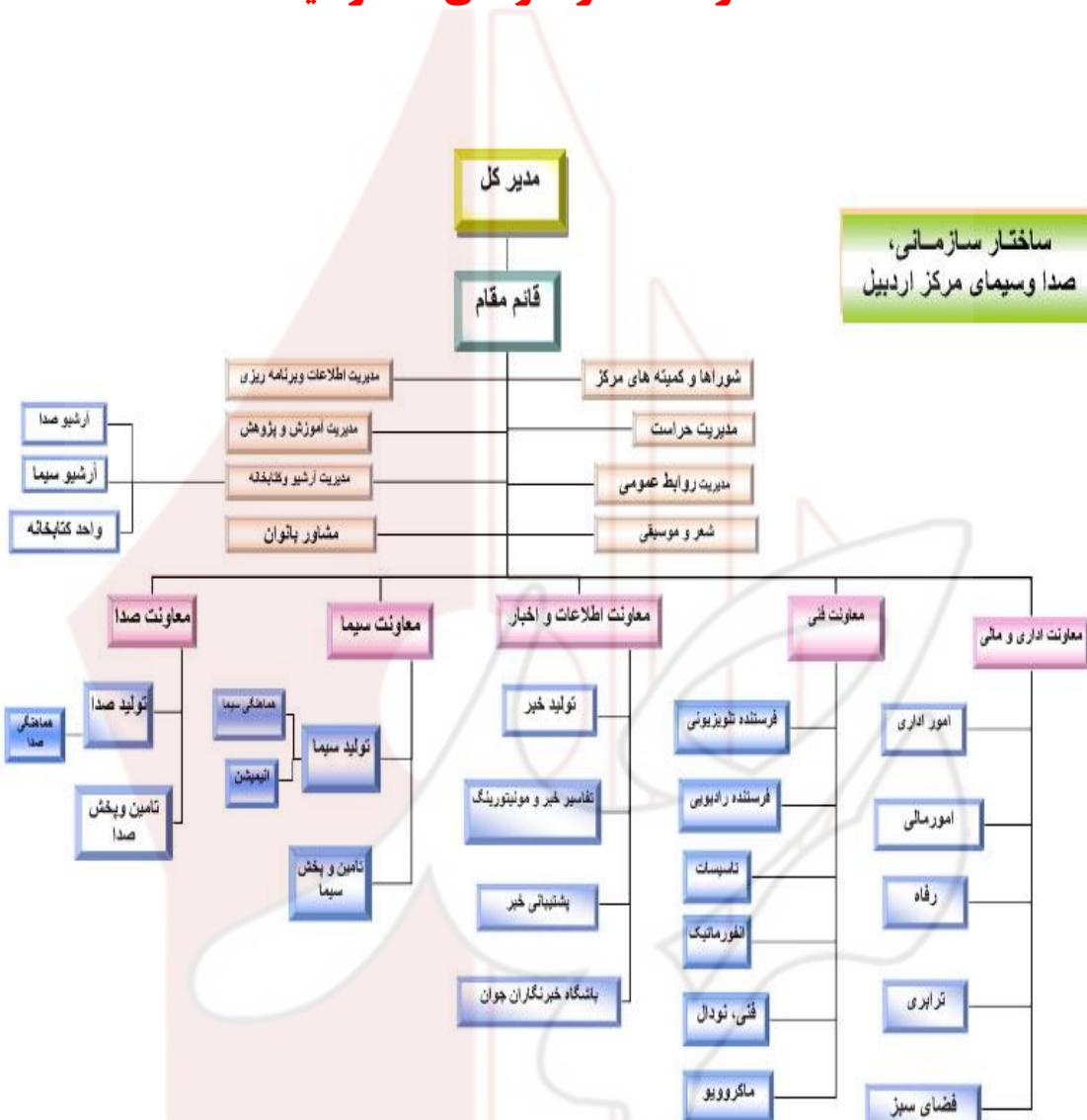
اهداف سازمانی این مرکز عبارتند از:

ساماندهی پژوهش‌های اسلامی مورد نیاز صدا و سیما
تأمین مطلوب نیازهای پژوهشی برنامه‌های رسانه ملی با مضامین معارف اسلامی
اعتلای محتوای برنامه‌های اسلامی رسانه ملی
این مرکز از معاونت‌ها و اداره کل‌هایی در همین راستا تشکیل شده است
این مرکز دارای دو اداره کل زیر می‌باشد: اداره کل پژوهش اداره کل خدمات رسانه‌ای
اساسنامه سازمان صداوسیما در ۲۷ مهر ۱۳۶۲ به تصویب مجلس رسید. یکی از
مقررات این اساسنامه ماده ۷ آن است که این سازمان را رادیو و تلویزیون انحصاری
ایران ساخته است

تاسیس فرستنده و پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در هر نقطه کشور در انحصار
این سازمان بوده و چنانچه اشخاص حقیقی یا حقوقی اقدام به تأسیس یا بهره‌برداری از
چنین رسانه‌هایی کنند از ادامه کار آنان جلوگیری به عمل آمده و تحت تعقیب قانونی
قرار خواهد گرفت.

ساختار تشکیلاتی هر مرکز استانی که به عنوان نمونه مرکز اردبیل را در ذیل به آن
اشاره شده است:

نمونه ساختار سازمانی صدا و سیما



منابع مالی صدا و سیما ایران (تامین بودجه و اعتبارات لازم)

فروش زمان پخش **رادیو و تلویزیونی** به تبلیغات بازارگانی

دریافت هزینه **آبونمان** از تمام مشترکان **برق** در ایران

دریافت مبلغی با عنوان **عوارض توسعه** شبکه صدا و سیما از فروش هر دستگاه
تلویزیون

دریافت مبلغ از **تیم‌های ورزشی** مورد نمایش در اوقات خاص

درآمد حاصل از انتشارات **سروش**

درآمد حاصل از انتشار **مجلات**

درآمد حاصل از **روزنامه جام جم**

درآمد حاصل از شرکت صنعتی **سیما چوب**

درآمد حاصل از شرکت **صوتی و تصویری سروش**

بودجه مصوب که هرساله در مجلس تصویب و سپس از خزانه دولت دریافت می‌کند
تولید برنامه مشارکتی که با مشارکت مالی ارگان‌ها، موسسات، شرکت‌ها و ...ی دولتی
و غیردولتی انجام می‌شود

بودجه برخی نهادهای مذهبی و فرهنگی



منابع انسانی صدا و سیما اسلامی ایران

منابع انسانی صداوسیما غالباً از راههای زیر تأمین می‌شود:

دانشگاه صداوسیما (دانشگاه صدا و سیما یک دانشگاه دولتی و وابسته به سازمان صدا و سیما است)

در این دانشگاه دارای دورشته اصلی فنی و تولید می‌باشد:

که رشته فنی شامل صدا، تصویر و فرستنده می‌باشد که هر کدام زیر گروههای مختلفی متناسب با نیاز سازمان دارند که تمرکز این نیروها داری تخصص الکترونیک و مخابرات است

در رشته تولید شامل عکاسی، تهیه کنندگی، کارگردانی، فیلمبرداری و خبرنگاری تربیت می‌کند

و در دوره کارشناسی ارشد نیز تمرکز آن روی بخش فنی می‌باشد که علاوه بر دانشجویان و فارغ التحصیلان خود از سازمان از بیرون هم دانشجو می‌پذیرد برای رشته‌های الکترونیک و مخابرات با زیر شاخه‌های مرتبط مثل سیستم آنتن و مایکروویو

دانشکده صداوسیما – قم

هنرستان صداوسیما

فراخوان عمومی جهت تامین نیروهای فنی خارج از تربیت دانشگاه صدا و سیما مثل رشته‌های مکانیک و برق قدرت و تاسیسات و معماری

نیروهای برنامه‌ای

کلیه پذیرفته شدگان می‌بایستی از فیلترهسته گزینش عبور کنند.

صدا و سیما از نگاه بنیانگذار انقلاب اسلامی

در سایه رهنمودهای امام خمینی رحمه الله

رسانه های گروهی، به ویژه صدا و سیما و این مراکز آموزش و پرورش عمومی، می توانند خدمت های گران مایه ای به فرهنگ اسلام و ایران نمایند.

اگر رادیو و تلویزیون اصلاح شود، همه امور اصلاح می شود.

این دستگاه، دستگاهی است که در خدمتگذاری می تواند بهترین دستگاه ها باشد و در خیانت، می تواند بالاترین خیانت را بکند.

تلویزیون باید بنگاه تعلیمات اسلامی باشد.

نقش رادیو و تلویزیون در سرتاسر کشور از همه دستگاه ها بالاتر است.

تمام رسانه ها مربی یک کشور هستند، باید تربیت کنند کشور را، افراد یک کشور را و باید خدمت کنند به ملت.

رادیو و تلویزیون یک دستگاه آموزشی است، سینما یک دستگاه آموزشی است، باید دستگاه ها را به طور مسالمت، به طور صحیح، به طور سلیم اداره کرد و من از خدا می خواهم که از این به بعد ایران ما یک ایران منزه باشد، با تفاهم و برادری تلاش کنید برای توحیدی کردن دستگاه رادیو و تلویزیون.

صدا و سیما از نگاه مقام معظم رهبر انقلاب اسلامی

در سایه رهنمودهای مقام معظم رهبری - مُدّظله العالی

ما باید روز به روز شاهد نوآوری، ابتکار، خلاقیت و ارائه کارهای خوب و برجسته در صدا و سیما باشیم و کارگذاران این سازمان، برای جبران مظلومیت صدای حق انقلاب و مقابله با فریاد باطل دشمن ب برنامه ریزی کنند.

صدا و سیما به عنوان یک دستگاه تأثیرگذار بر رفتار، اندیشه های سیاسی، عقاید مذهبی و فرهنگ عمومی مردم، باید هدایتگر جامعه در جهت خیر و صلاح باشد.

از علماء و صاحب نظران و هنرمندان و دیگر قشرهایی که به نحوی می توانند در رسانیدن این سازمان مهم به جایگاه شایسته خود مؤثر باشند، انتظار دارم که با مدیریت آن همکاری کنند.

به طور کلی صدا و سیما مدرسه ای گسترده برای طرح حقایق اسلام ناب محمدی صلی اللہ علیه و آله و معارف اهل بیت علیهم السلام به گونه ای اصیل و صحیح گردد.

هدف در صدا و سیمای جمهوری اسلامی، تأثیر گذاشتن بر روی انسان ها و کشاندن آن ها به سمت آن انسانی است که اسلام و بیانش انقلابی اسلامی می خواهد آن انسان را بسازد و به وجود بیاورد.

هدف این است که صدا و سیما را به آن اوچی برسانیم که کلیه برنامه های مطلوب با بهترین کیفیت ها در جهت رسوخ دادن و نفوذ دادن اندیشه اسلام ناب در زندگی مخاطبینش باشد تا به حد کمال برسد.

صدا و سیما به عنوان اثر گذارترین مجموعه فرهنگی کشور، باید همچون سال های اخیر، تقویت وحدت، افزایش امید مردم به آینده روشن کشو، ترغیب ملت به حضور در

صحنه های مختلف و افزایش شجاعت مسؤولان و قشرهای تأثیرگذار را سرلوحه اهداف خود قرار دهد.

نقش صدا و سیما در زندگی اجتماعی

صدا و سیما، تنها رسانه ای است که با دامنه ای گسترده از امواج و با انتشار افکار و ارائه راهکارهای متفاوت، زندگی اجتماعی را به طور محسوسی متحول می سازد. برنامه های مختلف و گوناگون رادیو و تلویزیون، دنیایی از خبر، اندیشه، صوت و تصویر را در برابر دیدگان مردم می گشاید و به این وسیله، در ابعاد گوناگون، نقش اساسی و حیاتی در زندگی مردم جامعه ما ایفا می کند.

صدا و سیما و پیام رسانی

صدا و سیما، از شمار مهم ترین وسایل ارتباط جمعی است. این رسانه، ابزاری اجتماعی - فرهنگی به معنای عالی آن است که اثر چشمگیری بر همه ابعاد زندگی انسان ها دارد، این در شرایطی است که عموم مردم جامعه، از هر قشر و طبقه ای و با هر نوع فرهنگ و آداب و رسومی، از این رسانه استفاده می کنند. بنابراین، پیام های برنامه ها ممکن است به شکل های مختلفی در بین مردم جامعه فرهنگ سازی کند.

صدا و سیما، یک بنیان دینی

کشور ما، کشوری اسلامی است که تمامی شالوده های آن، بر پایه اصول اسلامی بنیان نهاده شده است. بنابراین، باید همه بخش های آن، بر اساس اصول و مبانی اسلامی عمل کنند. صدا و سیما هم که یکی از ارکان اساسی این نظام است، باید در مسیر آموزش، افزایش رشد و آگاهی تمام بخش ها، تزکیه و اصلاح افراد، پاسداری از استقلال، آزادی و ارزش های اسلام و ریشه کن ساختن تمام زمینه های فساد و تباہی

و در راه مصلحت های اسلام و ملت حرکت کند. صدا و سیما باید چنان حساب شده و دقیق عمل کند که نه تنها هیچ شبکه ای در بین مردم جامعه به وجود نیاورد، که جامعه را یک دست و همگام با هم به سوی اهداف عالی انسانی و اسلامی به پیش ببرد

نقش صدا و سیما در تحولات اجتماعی

در عصر کنونی که عصر ارتباطات نامیده شده، رسانه ها و به ویژه صدا و سیما، با انتقال دانش و اطلاعات جدید و مبادله افکار، در راه پیشرفت جوامع نقش مهمی را ایفا می کنند.

با آغاز این عصر، جوامع بشری در آستانه دگرگونی های مهمی قرار دارند و یکی از مهم ترین نتایج این دگرگونی ها، تغییر در عقاید و راه و رسم زندگی مردم است.

صدا و سیما به عنوان یک رسانه عمومی و مردمی، هم تحت تأثیر تحولات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است و هم دگرگونی های جوامع را در خود منعکس می کند و در این بین، نقش بسیار اساسی و حیاتی به عهده دارد.

در صورتی که این وسایل در راستای اهداف جامعه قرار گیرند، وسیله اصلاح، وحدت، کنترل درونی و اشاعه ارزش های به وجود آمده در جامعه خواهند شد و اگر بر خلاف اهداف جامعه عمل کند، به وسیله ای زیان بار مبدل می شود.

دانشگاهی همگانی

صدا و سیما که مهم ترین رسانه همگانی است، باید دانشگاهی باشد که در آن دین، اخلاق، ارزش های اسلامی، راه و رسم درست زندگی و تازه های جهان علم و سیاست و

اندیشه های نوین به بهترین شیوه بازگو شود؛ دانشگاهی که تمام ملت در آن سهیم هستند و هیچ محدودیتی برای هیچ فردی وجود ندارد.

اگر این رسانه و تمام کسانی که هر یک به نوعی مشغول خدمت در این سازمان هستند، دلسوزانه و خالصانه با بهره گیری از رهنمودها و ارزش های والای دینی در راستای اطلاع رسانی و ساخت برنامه های مختلف علمی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی گام بردارند، به راستی این رسانه همگانی، دانشگاهی خواهد شد که فرهنگ جامعه را به کمال خواهد رساند و بهترین الگوهای زندگی را در اختیار مردم قرار خواهد داد.

جایگاه موسیقی در صدا و سیما ایران

صدا و سیما سالهای است در حوزه موسیقی مورد نقد فراوان قرار دارد و هر دو گروه موسیقی سنتی و جهانی فعال در کشور معتقدند صدا و سیما بهایی به موسیقی در شبکه های تلویزیونی نمی دهد و تلویزیون ایران هم تنها مجموعه تلویزیونی در میان همه کشورهای است که شبکه مستقل موسیقی نداشته و فقط به یک برنامه موسیقیایی یک ساعت در زمان خواب مردم اکتفا کرده است.

مشاور عالی رئیس جمهور هم چندی پیش اعلام کرد هنوز در صدا و سیما جای یک برنامه خوب درباره کتاب خالی است، همان طور که جای یک برنامه خوب درباره موسیقی نیز خالی است، بخشی از این مسئله به دلیل تفاوت نگاه دوستان ما در صداوسیما و دوستان ما در وزارت فرهنگ و ارشاد است همچنین مدیر خانه موسیقی نیز از بی مسئولیتی صدا و سیما درباره وضعیت موسیقی انتقاد کرد. مسولان صدا و سیما معتقدند موسیقی در کشور با مشکلات خاصی مواجه است که باید در رسانه ملی روی مبانی آن بحث و گفت و گو شود تا به راه حل درستی در این زمینه برسیم.

هرچند افتتاح شبکه (آوا و نوا) که در سال ۹۱ توسط ریاست وقت صدا و سیما دنبال شد کم کم از دستور کار صدا و سیما خارج شد اما اخیراً زمزمه‌هایی برای افتتاح شبکه‌ای موسوم به (شبکه هنر) به گوش می‌رسد که قرار است علاوه بر پخش آثار فاخر موسیقی‌ای به پخش فعالیت کاری هنرمندان سایر رشته‌ها نظیر خوشنویسی، معرق، سفال و ... تحت کلیپهای چند دقیقه‌ای و همراه با قطعات موسیقی بپردازد، از زمان دقیق شروع بکار این شبکه اطلاع دقیقی در دسترس نیست، این موضوع از زمانی قوت گرفت که نظرسنجیها علاقه زیاد مردم به افتتاح شبکه مستقل موسیقی در سیما را نشان می‌داد

نقش رسانه در شکل دهی فرهنگ اجتماعی

رسانه‌ها با تحولاتی که در جنبه‌های مختلف از بعد فن آوری تجهیزاتی و حجم و روش داشته اند بعنوان حاملان و منتقل کنندگان پیام می‌تواند در ساخت فرهنگ عمومی باورها و افکار عمومی مؤثر باشند. آنها بدون در نظر گرفتن مرزهای جغرافیائی عقیدتی و فرهنگی امکان حضور در همه نقاط جغرافیائی پیدا کرده اند. این بحث مورد قبول و پذیرش همه دست اندکاران امر فرهنگ است فرهنگ عمومی یک پدیده پویا است و سکون در آن معنا ندارد و هر روز با اختراعات اکتشافات نظریه پردازی و رفتارهایی که در دنیا در ابعاد مختلف شکل می‌گیرد فرهنگ عمومی پذیرای این رفتارها و پذیرای این تحولات و دگرگونی‌ها است.

بنابراین کسانی که اثر و تأثیر گذاری بالاتری در این فرهنگ داشته باشند می‌توانند در شکل دهی فرهنگ عمومی موفق تر باشند. تأثیر در فرهنگ اجتماعی با استفاده از ابزارهایی است که آن ابزارها امکان این تأثیرگذاری را معین می‌کند مطبوعات به

عنوان یکی از این ابزارها و صدا و سیما به عنوان ابزاری دیگر در این راستا مطرح است. و چون نفوذ حضور نحوه بیان و شکل انتقال پیام در رسانه صدا و سیما به طرز ویژه‌ای است که مخاطب را می‌تواند با انواع و اقسام شگردها و روش‌هایی که در آن هست به خود جلب کند این رسانه می‌تواند در نحوه تغییر دگرگونی در فرهنگ عمومی پرنفوذ‌ترین و مؤثرترین عامل باشد. ما الان در شرایطی واقع شده ایم که فرهنگ عمومی بدون در نظر گرفتن مرزهای جغرافیائی و عقیدتی دستخوش تغییر و دگرگونی است یعنی عرصه فرهنگ اجتماعی امروز یک عرصه کاملاً رقابتی است و در شناخت این عرصه آنچه اثر را بیشتر می‌کند این است که از طرفی پیام نگرش و ارزشی به گونه‌ای به عنوان فرهنگ و آن هم فرهنگ عمومی به مخاطبین ارائه شود که منطبق با نیازهای عموم جامعه باشد. یعنی جامعه نسبت به آن پیام فرهنگ و ارزش احساس نیاز کند. از طرفی وقتی می‌توانیم موفق باشیم که بتوانیم ان پیام ارزش را به نحو مطمئن و به نحوی که در مخاطب اثر بگذارد منتقل کنیم. برای این که همه این امور به نحو احسن شکل بگیرد می‌بایست در عرصه ملی دارای اهداف مشخص و معین بوده و منطبق با آن اهداف کلان نظام است پیام را انتخاب و بنحو احسن منتقل نمود.

به هر حال صدا و سیما به عنوان یک رسانه بسیار مهم و بعنوان یکی از ابزارهای تأثیرگذاری بر فرهنگ عمومی وقتی مؤثر است که بتواند با مخاطبینش منطبق با نیازهای آنها و با روش‌های درست و مورد قبول برنامه را ارائه کند. صدا و سیما برای آنکه بتواند مخاطب را خوب بشناسد و بتواند مسائل را خوب به مخاطبین منتقل کند با کمبود امکانات در عرصه تخصص مطالب و تحقیق روبروست. از این رو می‌بایست با قسمت‌های علمی تخصصی جامعه ارتباط داشته باشد و صدا و سیما برای اینکه این ارتباط را برقرار نماید در مراکز استانها در تهران و در شبکه‌ها علی رغم انجام حجم عظیمی از تحقیقات نیازمند به محقق و نیازمند به اهل مطالعه و نیازمند به اهل تخصص است. در

بعد فرهنگی سیاسی و اقتصادی رسانه صدا و سیما بعنوان یک ابزار می‌تواند این تضادها را در درون جامعه، توسعه و به تعادل برساند.

ارزیابی عملکرد صداوسیما

در ارزیابی خود از عملکرد صداوسیما من فکر می‌کنم آنچه در بازنگری قانون اساسی برای صدا و سیما پیش بینی شده در طول چند سال گذشته اراده‌ای بر اجرای آن نبوده است. در اصل ۱۷۵ قانون اساسی سه محور مهم وجود دارد:

یکی انتصاب رئیس توسط مقام رهبری که هر چند سال انجام می‌شود، دیگری نظارت بر صدا و سیما توسط هیأت نظارت منتخب سه قوه و محور سوم نیز این است که اداره، نظارت و خط و مشی صدا و سیما را قانون معین می‌کند اما در چندین سال گذشته این کار انجام نشده یعنی صدا و سیما چندین سال در اداره، نظارت و خط مشی بدون داشتن قانون اداره شده است.

ویکی از نقاط مثبتی که تلقی می‌شد این بود که چون رئیس صدا و سیما را رهبری تعیین می‌کند پس صدا و سیما زیر نظر رهبری است و اعتماد عمومی ایجاد می‌شد که رهبری بر این نهاد اشراف دارد. این در حالی است که ایشان فقط رئیس آن را تعیین می‌کنند. پس چه کسی بر این سازمان اشراف دارد؟

رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس ادامه در مصاحبه ای در با خبرگزاری دانشجویان ایران در فروردین ماه ۱۳۹۸ فرمودند: در بحث نظارت هم ما با نمایندگان مجلس که ناظر صدا و سیما هستند گفت و گوهایی داشتیم. آنها گفتند ما اختیاری نداریم و هیأت نظارت عملاً حالت استطلاعی دارد و نه استصوابی و حالت تشریفاتی دارد نه مؤثر، در حالیکه تفسیر شورای نگهبان از نظارت بر انتخابات، نظارت استصوابی است اما شنیده‌ام

نظرارت سه قوه بر صدا و سیما را استطلاعی می‌داند که اگر چنین باشد خیلی دقیق به نظر نمی‌رسد.

وی یادآور شد: مجموع این مسائل باعث شده صدا و سیما مانند مجمع‌الجزایری اداره شود که معاونتی از جایی دستور بگیرد این کار را بکند یا نکند، در جای دیگر یک تهیه کننده نقش محوری دارد و برنامه دیگری هم مجری محور است. در واقع مدیریت صدا و سیما یک مدیریت مرکز نیست، در حالیکه تصور مسئولین صدا و سیما این است که این مدیریت مرکز است و این مرکز نباید آسیب ببیند اما عملًا اینطور نیست.

صداوسیما؛ مجمع‌الجزایری که هیچ کس از آن راضی نیست

ایشان (مازنی) در ادامه ابراز عقیده کرد: در حال حاضر یک سازمان عریض و طویل مجمع‌الجزایری شکل گرفته که نه مردم از عملکرد آن راضی هستند، نه مسئولان و نه مجموعه کارکنان سازمان، من فکر می‌کنم اشکال اصلی این است که نخواستیم تحولات جهانی را در حوزه رسانه بپذیریم (خبرگزاری دانشجویان ایران، فروردین ۱۳۹۸)

نتیجه گیری

رسانه‌ها به طور اعم و رادیووتلویزیون به شکل خاص، یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی هستند که نقش اساسی در انتقال میراث فرهنگی و اجتماعی و ارزش‌های جوامع دارند.

در دوره‌ی کنونی که عصر اطلاعات و تکنولوژی‌های نوین نام گرفته است، این رسانه‌ها هستند که با کارکردهای خود و به کارگیری شیوه‌های جدید اطلاع رسانی، الگوهای نوین فرهنگی و اجتماعی را به جوامع وارد می‌کنند که جایگزین ارزش‌ها و

الگوهای فرهنگی سنتی می شوند و به عنوان عاملان تغییر و تحول در ارزش ها و هنجرها و الگوهای فرهنگی جوامع عمل می کنند.

بنابر این ، رسانه ها نقش مهمی در گستره‌ی جهانی شدن ایفا نموده و یکی از عاملان اصلی جهانی شدن فرهنگ هستند.

نکته‌ی عمیق در جهانی شدن فرهنگی به معنای انتقال هنجرها و ارزش هاست که در الگوهای ظاهری فرهنگ متجلی می شوند و رسانه ها از اشکال عمدی فرهنگ در جهان و عامل انتقال فرهنگ هستند.

بنابر این ، توجه به کارکردهای رسانه ها در هر کشور ، اهمیت بسیار زیادی دارد و باید با تدوین استراتژی های صحیح در تدوین برنامه های رسانه ها از جمله برنامه های تلویزیون ، تدبیری اتخاذ شود که بتوان از تهدیدات جهانی شدن پرهیز نمود و از نقاط قوت آن بهره گرفت.

اگر بنا به تعریف فوق رسانه صدا و سیما را عامل و کارگزار طرح مهندسی فرهنگی بدانیم، باید آن را فraigیرترین و گسترده‌ترین نهاد مؤثر در عملیاتی کردن طرح مهندسی فرهنگی شناخت.

این رسانه کارکردهایی دارد که براساس آنها می‌تواند در اجرای مهندسی فرهنگی آنچنان مؤثر عمل نماید که جانشین دیگری برای آن متصور نیست.

از این رو است که امروزه هر طرح فرهنگی حتی اگر سازمانها و نهادهای دیگر متولی اجرای آن باشند برای عملیاتی شدن به رسانه صدا و سیما نیاز دارد.

منابع

مردم‌سالاری آنلاین، دوشنبه ۱۸ آذر ۱۳۹۸ ساعت ۱۱:۵۸

تابناک، تاریخ انتشار: ۰۴ شهریور ۱۳۹۹ - ۱۴:۵۸ August ۲۰۲۰

خبرگزاری دانشجویان ایران، شنبه / ۲۴ فروردین ۱۳۹۸ / ۰۸:۰۰، دسته‌بندی: مجلس، کد خبر ۹۳۱۴۰۹۸۰۱۲۴۰، خبرنگار ۷۱۱۳۲

محله هنر و سینما، پاورقی هنر و سینما، کد مقاله: ۹۶۰۵۰۰۰۲۴

ویکی‌پدیا، دانشنامه آزاد

مجله گلبرگ، مردادماه ۱۳۸۳، شماره ۵۳

تصویب مصوبات مجلس شورای اسلامی، تاریخ تصویب ۱۷/۰۴/۱۳۶۱، ۱۹۰، ماده: ۶۵ تبصره: ۱ بند: ۱۵، شناسنامه

تاریخ امضا: ۱۷/۰۵/۱۳۶۱ تاریخ انتشار: ۰۳/۰۶/۱۳۶۱ تاریخ تایید: ۱۷/۰۴/۱۳۶۱
شماره پرونده: ۳۰۷/۱ روزنامه ۱۰۹۲۲، دوره: ۱ شماره جلد: ۱ شماره صفحه: ۱۹۰، شماره چاپ: ۱۳۶۱

پایان

امیدوارم همواره سالم و تندرنست باشد

آرام باشید و توکل به خدا کنید

در پناه خدای مهربان باشید

یوسف هدایی

پائیز ۱۳۹۹