

پسندید

کتابچه راهنمای هدایت، تکريم، الكوسازی و نكده است

خسبگان

ویژه صداوسیما
ورسانه‌ها



تهیه و تدوین: توسعه تفکر روش آفرین (تنرا)

فهرست مطالب

مقدمه

فصل اول: فرهنگ‌سازی و هدایت

۱-۱- مقدمه

۱-۲- راه‌کارها و رویکردهای صحیح در فرهنگ‌سازی و هدایت

نخبگان

فصل دوم: تکریم و الگوسازی

۱-۲- مقدمه

۲-۲- راه‌کارها و رویکردهای صحیح در تکریم و الگوسازی نخبگان

فصل سوم: نگاه‌داشت

۱-۳- مقدمه

۲-۳- راه‌کارها و رویکردهای صحیح در نگاه‌داشت استعدادها برتر و

نخبگان

مقدمه

رویکردها و اقدامات کلان مرتبط با نخبگان و استعداد‌های برتر در «سند راهبردی کشور در امور نخبگان» ارائه شده و لازم است این سند و رویکردها و اقدامات موجود در آن مبنای عمل در حوزه‌های مختلف نظام نخبگانی قرار گیرد. لکن با توجه به اینکه این سند یک سند راهبردی در سطح ملی است، بسط و تبیین آن در حوزه‌ها و موضوعات مختلف لازم و ضروری می‌باشد. لذا در این کتابچه سعی خواهد شد رویکردها و اقدامات سند که مرتبط با حوزه فعالیت رسانه‌ها و علی‌الخصوص رسانه ملی است، در قالب نکات و توضیحاتی، شرح و بسط داده شوند تا استفاده از آن‌ها و عمل به وظایف محوله به این دستگاه‌ها در قبال استعداد‌های برتر و نخبگان اولاً شفاف و واضح شده و ثانیاً وحدت نگاه و رویکرد در بخش‌ها و مجموعه‌های مختلف ذی‌ربط به موضوع ایجاد گردد.

اما لازم است ابتدا تعاریف بعضی از مفاهیم کلیدی بر اساس آنچه در سند راهبردی کشور در امور نخبگان تنظیم شده است، ارائه گردد:

◆ **نخبه:** به فردی برجسته و کارآمد اطلاق می‌شود که در خلق و گسترش علم، فناوری، هنر، ادب، فرهنگ و مدیریت کشور در

چارچوب ارزش‌های اسلامی اثرگذاری بارز داشته باشد و همچنین فعالیت‌های وی بر پایه‌ی هوش، خلاقیت، انگیزه و توانمندی‌های ذاتی از یک سو و خبرگی، تخصص و توانمندی‌های اکتسابی از سوی دیگر، موجب سرعت بخشیدن به پیشرفت و اعتلای کشور شود.

♦ **صاحب استعداد برتر:** به فردی اطلاق می‌شود که با توجه ویژگی‌های ذاتی خود امکان رسیدن به مرحله نخبگی را داراست ولی هنوز زمینه‌های لازم برای شناسایی کامل و بروز استعدادهای ویژه‌ی او فراهم نشده است.

♦ **فعالیت نخبگانی:** فعالیتی است آگاهانه، خلاقانه و نوآورانه با اثر گذاری محسوس بر پیشرفت کشور در حوزه‌های مختلف از قبیل: علم، فناوری، هنر، ادب، فرهنگ و مدیریت با تأکید بر شناخت مسائل و مشکلات کشور

♦ **گروه نخبه:** هر یک از گروه‌ها، سازمان‌ها و نهادهایی که در مقایسه با سایر هویت‌های مشابه، توانمندی انجام فعالیت‌های نخبگانی را دارا هستند.

♦ **گروه استعداد برتر:** هر یک از گروه‌ها، سازمان‌ها یا نهادهایی که استعداد کسب توانمندی‌های ویژه‌ای را دارد ولی برای تبدیل آن‌ها به گروه نخبه، باید حمایت‌ها و برنامه‌ریزی‌های لازم صورت پذیرد.

♦ **اجتماع نخبگانی:** شامل افراد یا گروه‌هایی است که به تشخیص بنیاد ملی نخبگان، توانمندی‌های بالقوه یا بالفعل انجام فعالیت‌های نخبگانی را دارا هستند؛ بنابراین شامل همه افراد و گروه‌های نخبه و صاحب استعداد برتر است.

♦ **نظام نخبگانی:** شامل مجموعه بخش‌های مختلف کشور مشتمل بر نقش‌آفرینان، نهادها، قوانین، سازوکارها و روندهایی است که بر «فعالیت‌های نخبگانی» و «اجتماع نخبگانی» به صورت مستقیم اثر گذارند.

فصل اول - فرهنگ‌سازی و هدایت

۱-۱. مقدمه

فرهنگ‌سازی و هدایت استعدادها و نخبگان کشور، یکی از وظایف مهم هر نظامی می‌باشد. در حقیقت صرف داشتن استعداد یا توانمندی بالا کافی نیست و این استعداد باید در مسیری صحیح و درست هدایت شده و رشد یابد تا موجب تعالی صاحب استعداد و جامعه شود. بنابراین فرهنگ‌سازی و هدایت نخبگان برای رشد صحیح و شکوفایی مناسب آن‌ها ضروری است. لذا نظام نخبگانی کشور باید توجه و عنایت ویژه‌ای به امر هدایت و جهت‌دهی نخبگان داشته باشد. بر همین اساس در این فصل رویکردهایی که رسانه‌های کشور به عنوان بخش مهم و تأثیرگذار کشور باید در فرهنگ‌سازی و هدایت نخبگان و استعدادهای برتر مورد توجه قرار دهند، بر اساس سیاست‌های سند راهبردی کشور در امور نخبگان ارائه شده است.

۱-۲. راه کارها و رویکردهای صحیح در فرهنگ‌سازی و هدایت نخبگان

جهت فرهنگ‌سازی و هدایت نخبگان راه کارها و رویکردهایی بر اساس محتوای سند راهبردی کشور در امور نخبگان و اسناد پشتیبان آن استخراج شده‌اند. این موارد در کادر زیر ارائه و در ادامه تشریح شده‌اند:

۱. تقویت دلبستگی استعدادها و نخبگان به کشور،

فرهنگ و مردم

۲. تبیین جایگاه و اهمیت رشته‌های علوم انسانی

۳. ترویج نقشه جامع علمی کشور

۴. استفاده از نخبگان به عنوان عوامل ساخت و اجرای

برنامه‌های مربوط به آنها

۵. تولید و ساخت مستندات از داستان زندگی کارآفرینان

۶. معرفی مجموعه‌های نخبگانی و تبلیغ تولیدات آنها

با تخفیف‌های ویژه

۷. فرهنگ‌سازی در جهت امور نخبگان

۱. تقویت دلبستگی استعدادها و نخبگان به کشور، فرهنگ

و مردم

از جمله بحث‌های فرهنگی، دلبستگی به کشور است که بخشی از آن ذاتی و فطری است که باید تقویت شده و اهمیت آن تذکر داده شود؛ متأسفانه در حال حاضر نداشتن هیچ‌گونه تعصبی به شهر و کشور تبدیل به ارزش شده است؛ طبق روایات حبّ وطن یکی از جبهای مورد تأیید و مطلوب دین است، لذا باید ترویج شود. در بحث فرهنگی باید دستاوردها، زیباییها و نقاط قوت و مثبت کشور برای عموم مردم، به‌خصوص جوانان بازگو شود، آن هم نه به‌صورت مستقیم که اتفاقاً میتواند تأثیر منفی داشته باشد بلکه در قالب مستندهایی جذاب که

اتفاقاً برخی نخبگان کشور هم به شکلی در آن حضور دارند. همچنین با ساخت مستندهایی که متخصصان خارجی از زیبایی‌ها، فرهنگ و نقاط قوت کشور صحبت می‌کنند و یا از حضور گردشگران خارجی در تقویت دل‌بستگی به کشور مؤثر خواهد بود. البته نکته حائز اهمیت، ایجاد جذابیت در این مستندهاست که می‌بایست توجه و هزینه ویژه‌ای نسبت به آن صورت پذیرد.

سند راهبردی کشور در امور نخبگان < راهبرد کلان ۵ >
راهبرد ملی ۱ < اقدام ملی ۳:

آشنا ساختن اجتماع نخبگانی با جاذبه‌های طبیعی، زیارتی، فرهنگی و اجتماعی کشور به منظور ارتقای خودآگاهی ملی و حس دل‌بستگی به میهن و همچنین افزایش آگاهی از خدمات متقابل اسلام و ایران با تأکید بر جایگاه بی‌بدیل اسلام در شکل‌دهی به هویت ایرانی و ارتقای تمدن ایرانی.

۲. تبیین جایگاه و اهمیت رشته‌های علوم انسانی

متأسفانه در سطح جامعه و خصوصاً در مدارس و حتی دانشگاه‌های کشور، به علوم انسانی نگاه درستی وجود ندارد. با وجود اهمیت بسیار بالای این رشته‌ها، گرایش عمده استعداد‌های برتر به سمت رشته‌های فنی و تجربی است و این رشته با استعداد‌های متوسط و ضعیف پر می‌شود. متأسفانه علاوه بر اینکه این نگاه اشتباه در خانواده‌های دانش‌آموزان وجود دارد، کادر مدارس و حتی مشاوران نیز به این اشتباه دامن می‌زنند. لذا می‌بایست، جایگاه و اهمیت رشته‌های علوم انسانی در میان مردم تبیین شود. یکی از بهترین راه‌ها برای تشویق استعداد‌های برتر برای گرایش به سمت رشته‌های علوم انسانی، معرفی بازار کار و معرفی دامنه تأثیرگذاری مشاغل مربوط به این رشته، در کنار بیان اهمیت آن‌ها

برای دانش‌آموزان است که رسانه‌ها می‌توانند نقش بسیار مؤثری در این خصوص داشته باشند.

اگر شماها انشاءالله زبده شوید و در همین علوم انسانی، مثلاً تاریخ، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی که خودتان گفتید پیشرفت کنید، حقیقتاً بدانید ارزش شما در جامعه و در سطح بین‌المللی از یک پزشک پیشرفته، یقیناً کمتر نیست، بلکه بیشتر هم هست. شما الان نگاه کنید، ببینید، در این چهره‌های معروف دنیا چند تا پزشک هستند، چند تا جامعه‌شناس یا مورخ وجود دارد. می‌بینید که تعداد برجستگی دومی بیشتر است منتها باید کار کنید تا پیش بروید.

مقام معظم رهبری

دیدار نخبگان جوان - ۱۳۸۵/۰۶/۲۵

۳. ترویج نقشه جامع علمی کشور

تحقق آرمانهای متعالی انقلاب اسلامی ایران نظیر احیای تمدن عظیم اسلامی، حضور سازنده، فعال و پیشرو در میان ملتها و کسب آمادگی برای برقراری عدالت و معنویت در جهان در گرو پیشرفتی همه‌جانبه در علم است؛ علمی که دارای سه شاخصه عدالت، معنویت و عقلانیت است. تحقق این هدف نیازمند ترسیم نقشه راهی است که در آن نحوه طی مسیر، منابع و امکانات لازم، تقسیم کار در سطح ملی و الزامات طی این مسیر به طور شفاف و دقیق مشخص شده باشد. به همین منظور نقشه جامعه علمی کشور با تأکید بر حوزه علم و فناوری تهیه و تدوین شده است. حال که این نقشه جامع علمی کشور تدوین و به تصویب رسیده است، لازم است نهادها و رسانه‌های مختلف خصوصاً صداوسیما در جهت ترویج آن از ظرفیت‌های خود به نحو احسن استفاده نمایند.

سند راهبردی کشور در امور نخبگان < راهبرد کلان ۵ >
راهبرد ملی ۱ < اقدام ملی ۶:

ترویج نقشه جامع علمی کشور در سطوح مختلف
اجتماع به‌ویژه در بین اجتماعات نخبگانی از طریق
تقویت ارتباط نهادهای تخصصی - حرفه‌ای و گروه‌های
نخبه با آموزش‌های عمومی، برنامه‌های صدا و سیما و
غیره.

۴. استفاده از نخبگان به عنوان عوامل ساخت و اجرای برنامه‌های مربوط به آن‌ها

به تعبیر ظریف مقام معظم رهبری باید کسانی برای نخبگان کار کنند که
خود شیرینی نخبگی را چشیده باشند و حس نخبگی را درک کنند. یک
نخبه با توجه به اینکه شناخت کامل تری نسبت به نخبگان و وضعیت
آن‌ان در جامعه دارد و شرایط کار، تحصیل، زندگی، مشکلات، ارائه
ایده‌ها و ... را از نزدیک لمس کرده است، قطعاً در یک برنامه تلویزیونی
اگر به عنوان عوامل اجرایی تولید یک برنامه در مورد نخبگان قرار
بگیرد مثل مجری، تهیه کننده و ... بهتر می‌تواند در این حوزه برنامه
ساخته و برنامه‌ی مثمر ثمرتری تولید خواهد شد. برنامه‌های پایش
شبکه‌ی یک در حوزه اقتصادی یا برنامه‌ی راز شبکه‌ی چهار از جمله
برنامه‌های موفق صدا و سیما در سال‌های اخیر بوده‌اند که عوامل
اجرائی آن از میان افراد صاحب‌نظر و نخبه‌ی حوزه خود بوده‌اند و
اتفاقاً استقبال گسترده بینندگان را هم در پی داشته‌اند.

۵. تولید و ساخت مستنداتی از داستان زندگی کارآفرینان

داستان به صورت ناخودآگاه مفاهیم بسیاری را به مخاطب منتقل
می‌کند و در ضمن بسیار هم برای شنونده شیرین است. صدا و سیما
می‌تواند با استفاده از ابزار داستان و نیز ابزارهای صدا و تصویر که
جذابیت دوچندانی به داستان می‌افزاید، از زندگی کارآفرینان که در

واقع نخبگان واقعی جامعه هستند، مستند، فیلم و سریال ساخته و از این طریق مخاطبان بسیاری را به این مسیر تشویق کند. اما نکته قابل توجه اینکه باید مسیر پیشرفت کار آفرین چنان به تصویر درآید که اولاً برای مخاطب کاملاً روشن بوده و ثانیاً قابل الگوبرداری باشد.

۶. معرفی مجموعه‌های نخبگانی و تبلیغ تولیدات آن‌ها با تخفیف‌های ویژه

یکی دیگر از زمینه‌هایی که رسانه‌ها می‌توانند در رابطه با نخبگان مؤثر باشند، ارائه برخی پشتیبانی‌ها از آنان است. به عنوان مثال ساخت مستندهایی از مجموعه‌های نخبگانی مثل مدرسه حکمت و یا ارائه تبلیغات با تخفیف ویژه برای مجموعه‌های نخبگانی.

۷. فرهنگ‌سازی در جهت امور نخبگان:

رسانه‌ها از جمله ابزارهای قدرت‌مند یک کشور در فرهنگ‌سازی می‌باشند. در ذیل زمینه‌هایی که این رسانه‌ها می‌توانند در آن نقش آفرین باشند، بیان می‌گردد:

◇ فرهنگ‌سازی در جهت قدرشناسی از نخبگان

رسانه‌ها می‌توانند این فرهنگ را در سطح جامعه همگانی کنند که خود جامعه، بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد قدر نخبه را دانسته و او را از نظر مادی و معنوی حمایت و تأمین نمایند. البته در صورتی که این اتفاق بیفتد، یک مکانیزم صحیح و خودکار شکل گرفته که خود را تقویت می‌کند، به این ترتیب که مثلاً بخش خصوصی برای رفع نیاز خود از نخبه کمک خواسته و او را به استخدام خود در می‌آورد یا از او مشاوره می‌گیرد، و در این فرآیند هم شرکت خصوصی منتفع شده و هم فرد نخبه از نظر مادی و معنوی حمایت می‌گردد.

◇ تلاش برای اصلاح رویکرد طلبکارانه نخبه به

رویکرد وظیفه‌مدار

در حال حاضر برچسب نخبگی ما عاملی شده برای تبدیل افراد توانمند و با استعداد (البته و بی استعداد) برای طلبکاری از نظام و جامعه. یعنی فردی که به عنوان نخبه معرفی میشود انتظار دارد نظام همه مشکلاتش را حل کند جامعه به او احترام ویژه بگذارند. در حالی که فرد نخبه به واسطه استعداد خدادادی خود، مسئولیت بیشتری نیز دارد و در واقع می‌بایست بسترها برای کسانی فراهم میشود که علاوه بر توانمندی، احساس وظیفه و همت بلند هم داشته باشند.

◇ اصلاح فرهنگ نخبه‌پروری و جایگزینی آن با تکریم

کار نخبگانی

تنش‌های ناشی از اعلام کارهای برتر به عنوان کار نخبگانی بسیار کمتر از تنش‌های معرفی افراد به عنوان نخبه و چهره ماندگار و این‌هاست. چرا که افراد، مخلوطی از راستیها و ناراستیاند. برچسب نخبگی بر فرد در نظر عامه تأییدی است بر همه کارهای افراد. ضمن اینکه با تعدد سلايق و دیدگاههای مختلف، افراد مختلفی شایسته نخبگی هستند، اما اتفاق نظر در مورد کارها سهلتر حاصل میشود. لذا رسانه‌های می‌توانند با ایجاد مطالبه در مورد معرفی و تکریم امور نخبگانی افراد به جای پرداختن به خود نخبه، سازمان‌های متولی را به حرکت به این سمت صحیح هدایت نمایند.

◇ فرهنگ‌سازی جهت توجه به تنوع استعداد در زمینه‌های

کاری، هنری، فرهنگی، مذهبی و ...

تعریف استعداد و هوش به صورت تاریخی بیشتر بر استعدادهای علمی تمرکز داشته و اغلب سایر جنبه‌های هوش نادیده گرفته شده است. حیطه‌هایی مانند مدیریت و هنر دو نمونه از استعدادهایی است که به صورت سستی کمتر

مورد توجه جوامع مختلف خصوصاً نظام‌های آموزشی بوده است. پذیرش تنوع استعدادها مستلزم توجه به استعدادها در عرصه‌های مختلف هنری، مذهبی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و... است. از این رو لازم است بنیاد ملی نخبگان و سایر دستگاه‌های مربوطه وزارت علوم و بهداشت را تشویق کنند تا علاوه بر توجه به برگزیدگان آموزشی به سایر برگزیدگان دانشجویی توجه نموده و اقدامات لازم جهت شناسایی این استعدادها را طراحی نمایند. یکی از راه‌های فرهنگ‌ساز در این مسیر، انعکاس و پشتیبانی از برگزاری مسابقات هنری، مذهبی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و... است.

فصل دوم – تکریم و الگوسازی

۲-۱. مقدمه

تکریم نخبگان و الگوسازی از آن‌ها از تأکیدات سند راهبردی کشور در امور نخبگان می‌باشد به طوری که به عنوان یک اقدام ملی در سند مطرح شده است.

سند راهبردی کشور در امور نخبگان <راهبرد کلان ۵ >
راهبرد ملی ۱ < اقدام ملی ۴:

تکریم نخبگان و الگوسازی از آنان برای صاحبان استعداد‌های برتر از طریق ترویج رموز موفقیت و زمینه‌سازی برای هدایت گروه‌ها و فعالیت‌های نخبگانی از سوی آنان، با تأکید بر امکان‌پذیری انجام فعالیت‌ها با امکانات موجود.

از طرف دیگر باید توجه داشت که مهاجرت نخبگان صرفاً به‌خاطر مسائل مالی نیست. فراهم نبودن فضای کشور برای بروز توانایی‌ها، عدم قدرشناسی مسئولان و ... و خلاصه عدم تکریم نخبگان از جمله مهم‌ترین علل خروج این قشر از کشور است. علاوه بر اینکه تکریم نخبگان خود موجب الگوسازی برای قشرهای جوان‌تر و هدایت آن‌ها

به مسیر نخبگی خواهد شد. با توجه به اهمیت موضوعات تکریم و الگوسازی نخبگان، در این فصل نکاتی در رابطه با این دو موضوع اساسی ارائه می‌گردد.

۲-۲. راه‌کارها و رویکردهای صحیح در تکریم و الگوسازی نخبگان

جهت فرهنگ‌سازی و هدایت نخبگان راه‌کارها و رویکردهایی بر اساس محتوای سند راهبردی کشور در امور نخبگان و اسناد پشتیبان آن استخراج شده‌اند. این موارد در کادر زیر ارائه و در ادامه تشریح شده‌اند:

۱. تولید برنامه‌هایی که نخبگان و مسئولین روبروی هم قرار بگیرند
۲. ارتقا نحوه اجرای همایش چهره‌های ماندگار از طریق همکاری با مراکز علمی
۳. اجتناب از بازتولید الگوهای غلط جامعه در برنامه‌های تلویزیونی
۴. چهره‌سازی نخبگان آتی‌دار

۱. تولید برنامه‌هایی که نخبگان و مسئولین روبروی هم قرار بگیرند

نخبگان باید بتوانند مثل آقازاده‌ها با مسئولین ارتباط برقرار کنند تا رشد کنند. این نمونه آقازاده‌ها برای رشد نشان می‌دهد که ارتقاء در کشور ما در مرحله اول معلول ارتباط با مراکز قدرت است. این قاعده بازی است. نخبگان باید به مسئولین وصل شوند و یکی از بهترین فضاها برای این اتفاق برنامه‌های تلویزیونی است. اینجاست که نخبگان می‌توانند حرف‌های خود را به گوش مسئولین رسانده و مسئولین نیز با بیان چالش‌ها و موانع، هم‌فکری مناسبی جهت رفع مشکلات ایجاد گردد.

۲. ارتقاء نحوه اجرای همایش چهره‌های ماندگار از طریق همکاری با مراکز علمی

از جمله اقدامات شایسته و به‌جایی که در سال‌های اخیر در کشور صورت پذیرفته است، برگزاری همایش چهره‌های ماندگار است. این اقدام پسندیده، اگرچه درخور تقدیر بسیار است اما اگر ملاحظاتی در رابطه آن مورد توجه قرار گیرد، اثرگذاری بسیار بیشتری خواهد داشت. بنیاد ملی نخبگان و سایر مراکز علمی از قابلیت خوبی برای همکاری در اجرای این همایش برخوردارند و قطعاً علاقه‌مند هستند که از این فرصت مغتنم استفاده کرده و از آن به عنوان ابزار بسیار مناسبی جهت تکریم، الگوسازی و حتی نگهداشت نخبگان بهره ببرند. لذا فرصت خوبی برای رسانه ملی است که از انگیزه و علاقه این نهادهای علمی برای هرچه غنی‌تر کردن این برنامه استفاده نماید. در ذیل به برخی از اقداماتی که به ارتقاء اثربخشی این همایش کمک می‌کند، اشاره می‌شود:

◇ بسترسازی برای حضور فعال فرهنگستان‌ها و دانشگاه‌ها

در انتخاب چهره‌های ماندگار؛

◇ در همایش چهره‌های ماندگار کشور، صرفاً به تقدیر و

تشکر پرداخته می‌شود، در صورتی که این همایش فرصت

مناسبی است که از اساتید درخواست شود در حوزه‌های

اختصاصی خود برای رفع مشکلات جامعه نظر و پیشنهادات،

مقالات و صحبت‌های خود را ارائه دهند؛

◇ مستندسازی تجارب چهره‌های ماندگار و معرفی

زندگی‌نامه آن‌ها با ابزارهایی مثل مصاحبه، نماهنگ و ... به

مردم.

سند راهبردی کشور در امور نخبگان <راهبرد کلان ۵ >
راهبرد ملی ۱ < اقدام ملی ۲:

ارائه مناسب و جذاب دستاوردهای فعالیت‌های نخبگانی
با هدف ایجاد امید و انگیزه و نشان دادن فرصت و امکان
انجام فعالیت‌های کلان و مؤثر در کشور.

۳. اجتناب از بازتولید الگوهای غلط جامعه در برنامه‌های تلوزیونی

متأسفانه روندی که در حال حاضر در رسانه‌ها خصوصاً صدا و سیما مشاهده می‌شود، تمایل به ارائه الگوهای غلطی است که مطلوب ذائقه بخشی از جامعه است، اما اصالت حقیقی ندارد. حضور مکرر بازیگران، خوانندگان در برنامه‌های صداوسیما از این دست است که به نوعی به بازتولید الگوهای غلط در جامعه کمک می‌کند. صداوسیما باید یک برنامه اساسی و بلندمدت برای تغییر ذائقه مردم در این رابطه داشته باشد که اولین گام ضروری آن، تغییر نگاه رقابت با شبکه‌های ماهواره‌ای است. علاوه بر این صداوسیما می‌بایست به جای توجه صرف به کمیت مخاطبان به عنوان عامل موفقیت برنامه‌های خود، به کیفیت مخاطبان یعنی اینکه چه قشری آن را می‌بینند و چه تأثیری روی آن‌ها دارد، و .. توجه نمایند. چراکه تا زمانی که صداوسیما ماهواره را رقیب خود بداند و از طرف دیگر کمیت و نه کیفیت مخاطبان را عامل موفقیت بداند، بعید است بتواند به سمت الگوسازی صحیح روی آورد.

۴. چهره‌سازی نخبگان آتیه‌دار

یکی از ابزارهایی که صداوسیما می‌تواند بسیار از آن بهره‌برد، چهره‌سازی است. ما در بسیاری از رشته‌های علمی، هنری، فرهنگی و ... دارای نخبگان بسیاری هستیم که چون مطرح نشده‌اند، امکان الگوسازی آن‌ها وجود ندارد. یکی از روش‌هایی که می‌توان این نخبگان را که عمدتاً هم جوان هستند به الگو تبدیل کرد، ساخت

برنامه‌هایی است که این افراد کنار چهره‌های شناخته شده در رشته خود قرار بگیرد. در این صورت می‌توان نخبگان جوان‌تری که از منظر شاخصه‌های مختلف مورد قبول نظام هستند را به تدریج جایگزین چهره‌هایی کرد که شاید از همه جوانب هم برای الگو قرار گرفتن مناسب نباشند. به عنوان مثال یک متخصص مطرح ایرانی که در زمینه تخصصی خود بسیار قوی و حتی در سطح جهانی مطرح است، اما از جنبه‌های اعتقادی چندان شاخصه‌های مطلوب را دارا نمی‌باشد، می‌تواند در چند برنامه تلویزیونی کنار نخبگان غیرمطرح اما متخصص، معتقد و انقلابی قرار بگیرد و در یک روند تدریجی و در طی چند سال، در افکار عمومی جایگزین وی گردد.

فصل سوم - نگه‌داشت

۳-۱. مقدمه

آمارهای صندوق بین‌المللی پول در سال ۲۰۰۹ نشان می‌دهد که سالانه حدود ۱۸۰ هزار ایرانی تحصیل کرده به امید زندگی و یافتن موقعیت‌های شغلی بهتر از کشور خارج می‌شوند. این صندوق بین‌المللی در گزارش خود می‌افزاید که رقم خروج حدود ۱۸۰ هزار نخبه تحصیل کرده از ایران، به معنی خروج سالانه ۵۰ میلیارد دلار ارز از کشور است.

خروج نخبگان یکی از معضلاتی است که در سال‌های اخیر شدت بیشتری گرفته است. افرادی که نظام هزینه‌بسیاری را برای تحصیل آن‌ها در طول دوران پیش از دانشگاه و دانشگاه می‌نماید، دقیقاً زمانی که این هزینه‌ها به زمان باردهی نزدیک می‌شود، این افراد شروع به خروج از کشور می‌نمایند. به آماری که در ادامه ارائه می‌گردد، دقت نمایید:

کشور کانادا

همانطور که در جدول زیر مشاهده می‌شود در شرایطی که تعداد دانشجویان خارجی کانادا در مقاطع تحصیلات تکمیلی کمتر از دو و نیم برابر شده تعداد دانشجویان ایرانی در این کشور حدود ۸ برابر شده است.^۱

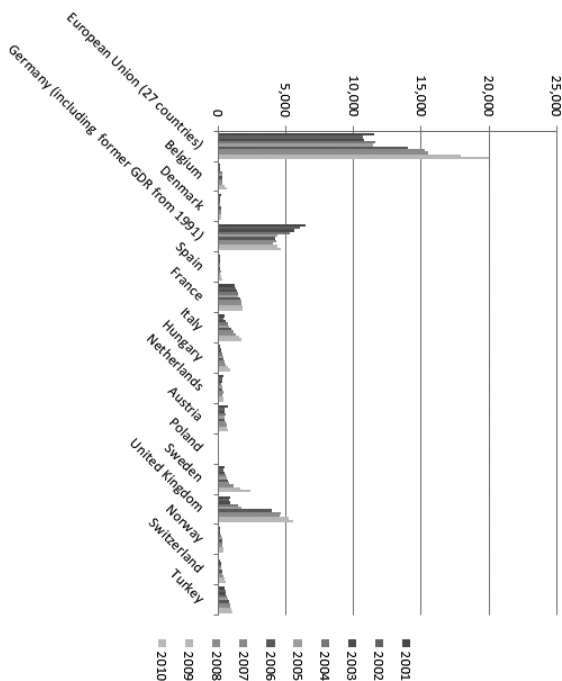
1. SOURCE: Statistics Canada, Center for Education Statistics, special tabulations (2011)

ثبت نام دانشجویان رشته های علوم و مهندسی در دانشگاه های
کانادا بر اساس ملیت در سال های ۱۹۹۹ و ۲۰۰۸

سال، ملیت	علوم فیزیک و فیزیولوژیک	علوم کامپیوتر و ریاضیات	علوم کشاورزی	علوم اجتماعی	مهندسی	مجموع
۱۹۹۹						
آمریکا	۲۸۰	۸۰	۷۰	۲۷۰	۱۹۰	۸۹۰
چین	۱۴۰	۱۶۰	۲۰	۱۳۰	۳۳۰	۷۹۰
هند	۳۰	۳۰	۲۰	۴۰	۱۱۰	۲۳۰
مکزیک	۴۰	۳۰	۲۰	۴۰	۷۰	۲۰۰
مراکش	۴۰	۴۰	۱۰	۳۰	۷۰	۱۸۰
ایران	۴۰	۲۰	۲۰	۲۰	۸۰	۱۷۰
جمع	۱,۵۱۰	۷۵۰	۴۷۰	۱,۶۹۰	۱,۹۸۰	۶,۳۹۰
۲۰۰۸						
چین	۴۸۰	۴۹۰	۱۰۰	۳۳۰	۸۷۰	۲,۲۷۰
ایران	۱۷۰	۱۹۰	۲۰	۵۰	۹۹۰	۱,۴۲۰
آمریکا	۲۹۰	۱۳۰	۷۰	۳۷۰	۱۴۰	۱,۰۱۰
هند	۱۷۰	۹۰	۴۰	۴۰	۴۲۰	۷۶۰
مراکش	۴۰	۹۰	۲۰	۵۰	۲۷۰	۴۶۰
مکزیک	۶۰	۳۰	۱۰	۳۰	۲۲۰	۳۵۰
جمع	۳,۳۱۰	۲,۰۴۰	۸۵۰	۳,۱۵۰	۵,۷۹۰	۱۵,۱۳۰

اتحادیه اروپا

همان‌طور که در نمودار زیر مشخص است، غیر از آلمان که در دوره‌ای افت داشته (البته در سال‌های اخیر مجدداً رشد داشته است) اغلب کشورها با رشد دانشجویان ایرانی مواجه بوده‌اند.



مالزی

اما آخرین آمار مربوط به کشور مالزی است که پدیده‌ای در جذب دانشجویان ایرانی به حساب می‌آید. آنچه مسلم است رفتن دانشجویان ایرانی به این کشور در دهه اخیر اتفاق افتاده و قبل از آن سابقه نداشته است. این روند به قدری سریع بوده است که در سال ۲۰۱۰ تعداد دانشجویان ایرانی با بیشتر شدن از دانشجویان چینی باعث شد ایرانیان رتبه اول را از نظر تعداد بین دانشجویان خارجی در کشور مالزی کسب کنند. جدول زیر در بردارنده آمار دانشجویان خارجی کشور مالزی در سال ۲۰۱۰ است.^۳

بر اساس گزارش‌ها تعداد دانشجویان ایرانی در کشور مالزی در سال ۲۰۰۹، ۱۰۹۳۲ نفر یعنی حدود ۹۰۰ نفر کمتر از سال ۲۰۱۰ بوده است.^۴

رتبه	کشور مبدأ	تعداد دانشجویان	درصد از کل
۱	ایران	۱۱۸۲۳	٪۱۳,۶
۲	چین	۱۰۲۱۴	٪۱۱,۸
۳	اندونزی	۹۸۸۹	٪۱۱,۴
۴	یمن	۵۸۶۶	٪۶,۷
۵	نیجریه	۵۸۱۷	٪۶,۷
۶	لیبی	۳۹۳۰	٪۴,۵
۷	سودان	۲۸۳۷	٪۳,۳
۸	عربستان سعودی	۲۲۵۲	٪۲,۶
۹	بنگلادش	۲۰۴۱	٪۲,۳
۱۰	بوتسوانا	۱۹۱۱	٪۲,۲
۱۱	سایر	۳۰۳۴۳	٪۳۱,۹

با توجه به آمار ارائه شده، ضروری به نظر می‌رسد که همه دستگاه‌های دخیل در حوزه‌های مرتبط با نخبگان در کشور به شکلی برنامه‌ریزی نمایند، تا حد ممکن بتوانند از خروج این سرمایه‌های با ارزش

3. <http://www.iie.org/en/Services/Project-Atlas/Malaysia/International-Students-In-Malaysia>

4. Statistics of Higher Education of Malaysia-2010

جلوگیری نمایند. صدا و سیما و سایر رسانه‌ها نقش بسیار مؤثری در این زمینه می‌توانند داشته باشند که در این فصل به برخی از روش‌ها و رویکردهای مناسب در این حوزه اشاره می‌گردد.

۳-۲- راه‌کارها و رویکردهای صحیح در نگاه‌داشت استعداد‌های برتر و نخبگان

بر اساس محتوای سند راهبردی کشور در امور نخبگان و اسناد پشتیبان آن، راه‌کارها و رویکردهایی که می‌تواند در نگاه‌داشت استعداد‌های برتر و نخبگان مؤثر باشد، استخراج شده‌اند. این موارد در کادر زیر ارائه و در ادامه تشریح می‌شوند:

۱. تولید برنامه‌هایی برای برانگیختن حس مسئولیت و غیرت نخبگان
۲. توسعه‌ی کرسی‌های نظریه‌پردازی و آزاد اندیشی
۳. هدایت هدفمند مباحث و برنامه‌های مهاجرت نخبگان

۱. تولید برنامه‌هایی برای برانگیختن حس مسئولیت و غیرت نخبگان
اقتصاد آمریکا و کشورهای غربی چقدر از ما قوی‌تر است؟ به همین اندازه در جذب نخبه با امکانات مالی و مادی از ما موفق‌تر و رقابت در این زمینه‌ها برای ما سخت‌تر است. اما کاری که ما می‌توانیم انجام دهیم علی‌الخصوص (رسانه‌ها و خصوصاً صدا و سیما) این است که با برانگیختن حس مسئولیت نخبگان و ایجاد حبّ به وطن سعی در نگهداری آن‌ها در کشور کنیم، نه با وعده چند میلیون تومان پول و امثال آن. ما باید روش‌های انگیزشی مبتنی بر مزایای رقابتی و اعتقادی خودمان را طراحی و برای استفاده و حفظ نخبگان به کار گیریم که برای موفقیت در این زمینه همکاری صدا و سیما و متولیان امور نخبگان نیز ضروری است.

۲. توسعه‌ی کرسی‌های نظریه‌پردازی و آزاداندیشی

کرسی‌های نظریه‌پردازی و آزاداندیشی دو نهاد اصلی در ایجاد فضای تعاملی و تضارب آراء در جامعه و خصوصاً جامعه‌ی نخبگانی است. این کرسی‌ها علاوه بر اینکه فضای آزاداندیشی و نشاط فکری را در کشور رونق می‌بخشد، این امکان را فراهم می‌کند تا نخبگان استعداد‌های خود را در حوزه‌های مختلف بروز دهند. رسانه ملی با توجه به گستردگی مخاطب یکی از بهترین فرصت‌های کشور برای گسترش این کرسی‌هاست. برنامه زاویه شبکه چهار که در حوزه علوم انسانی فعالیت می‌کند از جمله این کرسی‌هاست که در فضای رسانه ملی اجرا شده و با مخاطب قابل توجهی نیز جذب کرده است.

سند راهبردی کشور در امور نخبگان <راهبرد کلان ۳ >
راهبرد ملی ۱ < اقدام ملی ۳:

ارزیابی و گسترش فعالیت‌های کرسی‌های نظریه‌پردازی و نقد و مناظره نخبگانی و برنامه‌ریزی برای تبدیل آن‌ها به محل حضور و تعاملات فکری گسترده‌تر نخبگان و اندیشمندان.

۳. هدایت هدفمند مباحث و برنامه‌های مهاجرت نخبگان

در بحث مهاجرت نخبگان نیایست سلبی برخورد شود و فقط سختی‌ها و مشکلات زندگی در خارج از کشور بیان شود. بلکه در کنار آن‌ها می‌بایست مزایایی مثل قدرت علمی دانشگاه‌ها و کیفیت تدریس نیز به شکل واقعی منتقل شود. همچنین ضروری است که همه ابعاد زندگی در خارج از کشور نیز ارائه گردد. مواردی مثل این که خرید خانه سخت نیست اما تا سال‌ها باید قسط‌های خرید آن را پرداخت کرد. یا اینکه برای عموم شفاف شود که زندگی در خارج از کشور شاید از ابعاد امکانات مادی، رفاه بیشتری را برای فرد در پی داشته باشد اما دوری از اقوام و آشنایان، زندگی را در بعدها‌ی معنوی با چالش اساسی

روبرو خواهد کرد، خصوصاً در دوران پیری که آن چنان کسی اطراف فرد نیست که نیازهای او را بر طرف نماید.

نکته مهم دیگر که می‌بایست اطلاع‌رسانی شود، عدم حفظ شأن و منزلت در کشورهایی است که تعداد بی‌شمار از ایرانی‌ها به این کشورها مهاجرت کرده‌اند. وضعیتی که در حال حاضر در کشور مالزی در مورد ایرانی‌ها مشاهده می‌شود.

در کنار تمام اطلاع‌رسانی‌های صحیح و به موقع، رسانه‌ها می‌توانند روی یک نکته دیگر هم تأکید داشته باشند و آن تشویق نخبگان به استفاده از فرصت‌های مطالعاتی به جای مهاجرت است. در حال حاضر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی فرصت‌های مطالعاتی شش ماهه را در اختیار دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری قرار می‌دهد. به نظر می‌رسد در صورت اطلاع‌رسانی مناسب نسبت به این فرصت‌های مطالعاتی، کاهش قابل توجهی در تقاضای مهاجرت در بین دانشجویان ایجاد گردد.