

در کنار تقویت اتحاد تحصیسی و روحی فرد، می‌توان به مسئله مهم انتقال موارث فرهنگی نیز پرداخت. تولید برنامه‌های با محتوای تاریخی می‌تواند مخاطب را با موارث فرهنگی خود آشنا کرده و حس غنا و فرهنگی را درون فرد نهاده‌اند کند. با توجه به سبیل بنیان کن غرب در حوزه فرهنگی و دور شدن جوامع مختلف از فرهنگ بومی خودشان، این مقوله اهمیتی ویژه می‌یابد.

در شرایطی که رسانه ملی نیازمند جذب مخاطب فراگیر برای مقابله با رقیب‌ات تاریخ و ظرفیت‌های تاریخی می‌تواند به زوای مهمی برای جذب مخاطب بدل شود. می‌توان گفت در حال حاضر برنامه‌هایی با رویکرد تاریخی تولید می‌شوند، اما سوال این است که آیا قالب‌های برنامه‌های تولید شده در جهت جذب مخاطب فراگیر بوده‌اند به گونه‌ای که بتواند رویکرد رسانه به تاریخ را رویکردی استراتژیک در حوزه جذب مخاطب دانست؟ پاسخ منفی است، چه اینکه عمده برنامه‌های تولید شده در دو قالب و در چند بازه زمانی محدود بوده و هستند. اول معدود برنامه‌های تخصصی گفتگو محور و کارشناسانه که دیدگاهی خاص به مخاطب و غنای محدود خود را دارند و قالب دوم سریال‌های تاریخی که در مقاطع محدودی همچون دوره قاجار و یا پهلوی خلاصه شده و تولید و پخششان نیز معمولاً به زمان‌هایی همچون دهه فجر مربوط می‌شود. به این تعداد می‌توان برخی سریال‌های تاریخ اسلام نیز اضافه کرد. با توجه به اقبال عمومی مخاطبین به همین سریال‌ها می‌توان فهمید که تاریخ توان بالایی در جذب مخاطب دارد.

پس آیا ضرورت ندارد که به محتوای تاریخی را به یکی از استراتژی‌های مهم جذب مخاطب یا تولید برنامه‌های قوی و قالب‌های مناسب تبدیل کرد؟ آیا نمی‌توان با تکیه بر این ظرفیت مغفول مانده و مهم به رفاقتی پویا با رقبای دیگر بر شتاد وارد شد؟ بدون شک تاریخ در همه ابعاد آن، حتی تاریخ جهان ظرفیتی مهم برای جذب مخاطب است که با هوشمندی می‌توان از آن برای تولید برنامه‌های موثر و جذاب بهره برد.