

# جوانی را «فرصت» بدانیم!

گفتاری از محمد حسین صوفی، معاون صدای رسانه ملی

در نخستین هم‌اندیشی جوان و رادیو (تهران - ۲۷ دی ۱۳۸۹)

## اشاره

برگزاری نخستین هم‌اندیشی «جوان و رادیو» به میزبانی رادیو جوان و با حضور کارشناسان، مسئولان و مخاطبان جوان این ایستگاه رادیویی «اختصاصی»، فرصتی مناسب فراهم آورد تا به دور از روزمرگی‌ها و قیل‌وقال‌های مرسوم آن، از جایگاه و نقش «موجود» و «مطلوب» رادیو جوان در ایجاد «امید و آگاهی» و تقویت «اخلاق‌مداری و دین‌داری» در نزد جوانان ایرانی سخن به میان آید و با مشارکت اندیشمندان و پژوهشگران، راه‌هایی چند در رهروی از موجود به مطلوب در پیش روی سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان صدای جمهوری اسلامی و رادیو جوان قرار گیرد. حضور و سخنرانی معاون صدا، نقطه آغاز این هم‌اندیشی و بیانگر سیاست‌ها و هنجارهای سازمانی رادیو جوان در مجموعه صدای جمهوری اسلامی بود که می‌تواند در بردارنده نکات کلیدی در درک امروز و فردای حرکت رادیو در سپهر پرقاب‌ت رسانه‌ای ما باشد. گفتار پیش رو به درستی از این نکات کلیدی پرده برمی‌دارد و آنها را به عنوان چشم‌انداز و خط‌مشی در برابر دست‌اندرکاران فعال در عرصه رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو و جوانان قرار می‌دهد:



با وجود اینکه تحول  
در برنامه‌های رادیو  
جوان محسوس است،  
باید بدانیم و بدانید که  
حفظ ارزش‌ها و باورها  
و رعایت اصول اعتقادی  
در برنامه‌سازی مهم‌تر  
از هر هدف دیگری است  
و مسیری که این رادیو  
انتخاب کرده، مسیر  
درستی است و باید در  
همین جهت گام بردارد.

احساس می‌کنیم. جهان ما همان‌طور که در متن خبررسانی این همایش هم آمده، جهان سلطه بی‌امان رسانه‌هاست: «زیستن در جهان امروز، زیستن در فضای رسانه‌ای است. امروزه رسانه‌ها در زندگی اجتماعی انسان نقش مهمی یافته و آن را در شبکه پیچیده‌ای از ارتباطات قرار داده‌اند. درک این فضا برای همه و به‌ویژه جوانان ضروری است. «هم‌اندیشی جوان و رادیو» گامی است برای حرکت به سوی این هدف.»

رسانه‌ها شب و روز با انتشار اطلاعات و آگاهی‌های گوناگون، سازماندهی فضای عواطف و احساسات فردی و جمعی، و نیز ایجاد فرصت برای تفریح و سرگرمی، در حال شکل‌دادن به افکار و اندیشه‌ها، دستکاری باورها و نگرش‌ها و همچنین تأثیرگذاری بر بینش افراد در جامعه هستند. در این میان، نقش رسانه‌های مختص جوانان به واسطه اهمیت مخاطبان‌شان حساس‌تر و چشم‌گیرتر است. امروزه جوانی جمعیت و مطالبات جوانان یکی از دغدغه‌ها و چالش‌های همه جوامع در دنیا محسوب می‌شود. سلامت جوانان در هر جامعه تأثیری مستقیم بر سلامت کلی جامعه دارد و بحمدالله اکثریت جوانان ما از سلامت فکری و اخلاقی برخوردارند. جامعه‌ای که قشر جوانش از اعتیاد، ایدز، فساد، خشونت و بی‌بندوباری به

اجتماعی گسترده است. این وضعیت بالطبع مسئولیت‌های بیشتری را متوجه سیاست‌گذاران، مدیران، گردانندگان و برنامه‌سازان این رادیو می‌سازد.

درصد بالای جمعیت ۱۵ تا ۳۵ ساله کشور بیانگر آن است که ما صاحب جامعه‌ای جوان هستیم. جوان بودن جامعه به معنای دراختیارداشتن سرمایه انسانی، توانمندی و خلاقیت، خستگی‌ناپذیری و تحول‌آفرینی است و به همین دلیل از بسیاری جهات، فرصتی طلایی محسوب می‌شود. برای آنکه ما از فرصت جوان بودن جمعیت مجموعه تحت مدیریت خود به خوبی بهره‌برداری کنیم، برنامه‌ریزی‌ها و سازماندهی‌های دقیق در تمامی شئون مرتبط با ویژگی‌های این جمعیت از آموزش گرفته تا اشتغال و کار، و ورزش و هنر و ... ضروری است. یکی از عواملی که در این میان نقش کلیدی ایفا می‌کند، رسانه و از آن جمله رادیوست.

همه ما، و همکاران خوب رادیو جوان و دیگر دست‌اندرکاران که با این رسانه زندگی می‌کنیم، به‌خوبی با وسعت کارکردها و دامنه گسترده تأثیرگذاری رسانه در حوزه ارتباطات آشنایییم و می‌دانیم که چه جایگاه ممتاز و تعیین‌کننده‌ای در مناسبات و معادلات روزمره فرهنگی و اجتماعی وجود دارد و به‌اصطلاح با گوشت و پوست خود آن را

کشور ما بر اساس سرشماری سال ۱۳۸۵، کمی بیش از ۷۰ میلیون نفر جمعیت دارد. از این میزان جمعیت بخش مهمی در حدود ۳۰ میلیون نفر در فاصله سنی ۱۵ تا ۳۵ سال قرار دارند که مخاطبان اصلی و به اصطلاح رسانه‌ای آن، مخاطبان هدف (Target Audience) رادیو جوان محسوب می‌شوند. بنابراین، رادیو جوان به صورت بالقوه نزدیک به ۴۵٪ جمعیت کشور را به صورت مستقیم در معرض پیام‌رسانی خود قرار داده است که این رقم برای یک ایستگاه اختصاصی، جمعیتی درخور توجه را شامل می‌شود و دلیل اختصاص یک ایستگاه به خودش است و به این خاطر است که رهبر فرزانه انقلاب اسلامی می‌فرماید: «هویت جوان در دوران جوانی شکل می‌گیرد و باقی می‌ماند.»

البته همه ما می‌دانیم که مخاطبان ایستگاه‌های رادیویی از جمله **رادیو جوان**، همیشه علاوه بر مخاطبان هدف، شامل گروه‌های اجتماعی دیگر نیز می‌شوند. آمارهای مرکز تحقیقات صداوسیما و تجربه مستقیم دست‌اندرکاران این رادیو اختصاصی نشان می‌دهد که بسیاری از افراد کمتر از ۱۵ و نیز بیشتر از ۳۵ سال هم در زمره مخاطبان ثابت آن هستند که در مجموع نشان می‌دهد **رادیو جوان** ایستگاهی با ضریب نفوذ بالا و فراگیری

دور بوده و در عین حال به دنبال معنویت، اخلاق، خودباوری و خداجویی باشد، زندگی آرام‌تری را پشت سر خواهد گذاشت. بدیهی است که اگر نسل جوان به بداخلاقی، فساد و اعتیاد و بی‌بندوباری کشیده شود، سرآغاز سقوط و اضمحلال آن جامعه فراهم می‌شود. مسئله مهم این است که در اتخاذ هرگونه جهت‌گیری جوامع به سوی یکی از دو سر این طیف، کارکرد رسانه‌ها بسیار تعیین‌کننده است.

امروزه کمتر مسئله‌ای را می‌توان یافت که رسانه‌ها در حل آن، نقش برجسته‌ای نداشته باشند. طبیعی است که مسئله جوانی در جامعه ما هم از این قاعده مستثنی نیست. اگر جوانی در جامعه ما یک فرصت تلقی می‌شود، «فرصت» بودن آن تا حد زیادی به تعریف و توصیفی وابسته است که رسانه از آن ارائه می‌کند. البته، مقصود هرگز آن نیست که تأثیر عوامل مختلفی را که در پیدایش و شکل‌گیری پدیده‌های اجتماعی ذی‌مدخلند نادیده بگیریم. طبیعی است که در همه مسائل اجتماعی، مجموعه‌ای از عناصر مختلف دخیلند، ولی جایگاه رسانه در این میان بسیار محوری و کلیدی است و هر روز و هر لحظه بر اهمیت آن افزوده می‌شود.

خوشبختانه در مطالعات و بررسی‌های مختلفی که در قالب تحقیقات رسمی یا پایان‌نامه‌های دانشگاهی پیرامون «کارآمدی» رادیو جوان صورت گرفته، و با وجود اختلاف نظر و دیدگاه پژوهشگران، و تفاوت نتایج به دست آمده، با این قضاوت بالنسبه فراگیر مواجه بوده‌ایم که این رادیو تا حد زیادی در وظایف رسانه‌ای خود موفق بوده و توانسته تصویری روشن و شفاف از مسائل جوانان در کشور ارائه کرده و به حل مسائل این قشر و یافتن راهکارهای مناسب کمک کند. رادیو جوان در طول یک دهه و نیم فعالیت خود توانسته استعدادها و قابلیت‌های جوانان کشور را معرفی کند و از این راه به تلاش‌ها در مجموعه ارکان



رسانه‌ها در دنیای امروز بدون تحکیم و تعمیق ارتباط با مخاطبان خود نقش مؤثری نخواهند داشت. به واقع اگر مخاطب جوان حس نکند که رادیوی متعلق به او، صدای او را می‌شنود و به نظر و انتقاد او توجه می‌کند، چرا باید خود را علاقه‌مند به این رادیو بشمارد؟! ارتباط با مخاطب برای کشف کارآمدی‌ها و ناکارآمدی‌ها و اصلاح امور و اتخاذ رویه‌های تکامل‌بخش ضروری است.

اداره جامعه در مسیر بهره‌گیری مؤثر از ظرفیت‌های جوانان سمت و سوی مناسبی بیخشد.

ابتکاری را هم که امروز در **رادیو جوان** شاهد آن هستیم؛ یعنی برگزاری «نخستین همایش جوان و رادیو» با شعار زیبای «شنیده می‌شوید»، باید در راستای همین اهداف و به عنوان گامی مهم در بازشناسی ظرفیت گسترده جوانی و جوانان در کشور و یافتن شیوه‌های مناسب و جذاب برای بهره‌گیری مؤثر از این ظرفیت تلقی کرد.

این همایش همچنان که از فحوای فراخوان‌های آن برمی‌آید، دو هدف اصلی را تعقیب می‌کند:

- ایجاد پیوند میان جامعه دانشگاهی و پژوهشی کشور از یک سو، و برنامه‌سازان **رادیو جوان** از سوی دیگر.

- گسترش تعاملات میان برنامه‌سازان **رادیو جوان** و مخاطبان آن و تبادل تجربیات همکاران در این ایستگاه اختصاصی.

ما به روشنی، به هر دوی این پیوندها نیاز وافر داریم. رسانه‌ها در دنیای امروز بدون تحکیم و تعمیق ارتباط با مخاطبان خود نقش مؤثری نخواهند داشت. به واقع اگر مخاطب جوان حس نکند که رادیوی متعلق به او، صدای او را می‌شنود و به نظر و انتقاد او توجه می‌کند، چرا باید خود را علاقه‌مند به این رادیو بشمارد؟! ارتباط با مخاطب برای کشف کارآمدی‌ها و ناکارآمدی‌ها و اصلاح امور و اتخاذ رویه‌های تکامل‌بخش ضروری است. مخاطب اصلی‌ترین عامل در تحقق و برآورده شدن هدف ماست. پس ضمن ایجاد رابطه مستمر و متقابل، باید در جریان نقدها و پیشنهادها نیز قرار بگیریم.

از جهت دیگر، اگر رسانه نتواند میان عملیات و اقدامات روزمره و متعارف خود که به تدریج ماهیتی تکنیکی و تکرارشونده پیدا می‌کند و نیز پیکره علمی و پژوهشی جامعه (اساتید دانشگاه، به ویژه نظریه‌پردازان حوزه ارتباطات، جامعه‌شناسی و فرهنگ) پیوندی نظام‌مند برقرار کند، به تدریج به سازمانی

بی‌روح تبدیل می‌شود که گرچه فعالیت و کارکرد دارد، ولی قادر به تحلیل و شناخت توانمندی‌ها و نارسایی‌های خود و نیز انتقال آن به نسل‌های بعدی نیست.

به واقع، اگر نویسندگان و تحلیل‌گران رسانه‌های نوین در دهه‌های گذشته درباره عملکرد رسانه‌ها مطالعات و پژوهش‌های جامعی انجام نمی‌دادند، آیا برای ما راهی جز به اصطلاح اختراع دوباره چرخ چاه و تکرار تجربه‌های تلخ دیگر سازمان‌ها و نهادهای ارتباطی و تن‌دادن به خطاها و شکست‌های آنها باقی می‌ماند؟! اگر لازارسفلد و مک‌کوایل و دیگر صاحب‌نظران حوزه ارتباطات، امروزه نظریات جالبی در حوزه رسانه دارند، به واسطه آن است که زمانی فرصت آن را یافته‌اند تا عملکرد رسانه را در جامعه خود تحلیل و تبیین کرده، از آن درس‌هایی برای امروز بیاموزند.

به هر صورت ما به ارتباط با علما، دانشمندان، دانشگاهیان و پژوهشگران به‌سختی نیازمندیم و این ارتباط و پیوند را شرط لازم تعمیق و تضمین اثربخشی فعالیت‌های خود می‌شماریم.

خوشبختانه در این همایش، مقالات ارزشمندی در موضوعات کلیدی مورد بحث در رسانه برگرفته از رهنمودهای رهبر فرزانه انقلاب اسلامی عرضه شده است که هم به جنبه‌های نظری پیام‌رسانی در رادیو جوان و هم به وجوه عملی آن از نگاه مخاطبان توجه داشته است. موضوعاتی چون «رادیو، رسانه امید و آگاهی»، «رادیو، دین و اخلاق» و «جوانان، هویت ملی و رادیو» که بسیاری از این موضوعات برای اولین بار فرصت طرح و ارائه در چنین فضایی را یافته‌اند. این همایش و این حرکت فکری و پژوهشی، گرچه نقطه آغاز است اما آغازی مبارک است؛ چرا که به صدای جمهوری اسلامی امکان می‌دهد تا با قدرت و صلابت بیشتری در عرصه پیام‌رسانی به جوانان کشور ظاهر شود و برای این قشر تأثیرگذار در جامعه، محتوای رسانه‌ای مناسب‌تری را تدارک ببیند.

با وجود اینکه تحول در برنامه‌های **رادیو جوان** محسوس است، باید بدانیم و بدانید که حفظ ارزش‌ها و باورها و رعایت اصول اعتقادی در برنامه‌سازی مهم‌تر از هر هدف دیگری است و مسیری که این رادیو انتخاب کرده، مسیر درستی است و باید در همین جهت گام بردارد.

### بر این اساس چند توصیه داریم:

۱. ضمن حفظ تنوع برنامه‌سازی، اصول و معیارهای شرعی و اخلاقی به‌دقت رعایت شود.

۲. تکامل و رشد معنوی جوانان هدف نهایی برنامه‌سازی باشد.

۳. راهنمایی‌های لازم برای افزایش بصیرت دینی، اخلاقی و سیاسی در جوانان تقویت شود.

۴. گویندگان و نویسندگان به زبان جوانان سخن بگویند، اما حدود شرعی را رعایت کنند. برخی واژه‌ها حتی اگر کاربرد عمومی دارند، برای پخش از رادیو مناسب نیستند.

۵. جوانان را به آینده‌کشور امیدوار کنیم و چشم‌انداز روشنی پیش روی آنها بگذاریم. ۶. مسئله اشتغال جوانان باید هوشمندانه و بدون سیاه‌نمایی مطرح شود.

۷. بر ازدواج جوانان و به‌ویژه ازدواج‌های ساده تأکید شود.

۸. معضل اعتیاد که بخشی از جوانان را در بر گرفته، با ظرافت و دقت و در قالب مباحث کارشناسی مطرح شود.

۹. به نقش والدین و خانواده در پشتیبانی از جوانان به ویژه در حل مشکلاتی چون مسکن توجه شود.

۱۰. زبان جوانی زبان شادی و نشاط و امید است. تولید برنامه‌های سرگرم‌کننده و امیدبخش و شادی‌آفرین در دستور کار باشد تا بتوان فضای شاد و پرنشاط را در لحظه‌لحظه **رادیو جوان** احساس کرد.