



می‌شود. پس تخصص اعتبار در بخش‌های مختلف این رسانه باید با دید مثبت و بازتری به اجرا در آید.

آقای ترکمن در ادامه، درباره سایر فعالیت‌های انجام شده در مرکز کرمانشاه گفت: «برنامه دیگری که در مرکز کرمانشاه انجام شد، نظر سنجی از جوانان استان بود که بعد از استخراج داده‌ها توانستیم برنامه‌ای را با عنوان «پیک جوان» راه اندازی کنیم. در حال حاضر این برنامه با داشتن بیش از هزار نفر خبرنگار افتخاری جوان در سطح استان از موفق‌ترین برنامه‌های ویژه جوانان است.

کار دیگری که در این مرکز انجام شد، در همایش عظیم به نام‌های «جوانان و ارزش‌های انقلاب اسلامی» و «جوانان، ولایت و رسانه» بود که با جمعیتی حدود هزار جوان به اجرا درآمد.

تعاون صدای مرکز کرمانشاه درباره سایر موفقیت‌های آن مرکز گفت: «در مرکز، برنامه‌هایی وجود دارند که توانسته‌اند در حد بالایی از مخاطبان را به سوی خود جذب کنند؛ مثلاً برنامه «عصر بخیر کرمانشاه» تا به حال ۴۸ درصد مخاطب جذب کرده است و برنامه‌های «پیک جوان»، «خانواده» و «برنامه صبحگاهی» در مقام‌های بعدی قرار دارند.

وی در ادامه گفت: «با تمام کمبودها در سال گذشته توانستیم همه نهادان را

است. به همین دلیل تقاضای ما از مسئولان بوجه در بخش رادیو این است که نسبت به تأمین اعتبارات رادیو با عنایت بیشتری اقدام کنند. زیرا اگر ما حدود ۶۰ درصد از جمعیت یک میلیون و نیمی استان را مخاطب داشته باشیم در واقع یکی از عظیم‌ترین رسانه‌های استانی هستیم و هم‌اکنون نداریم و مسئولان باید به این فکر باشند که از مقبولیت این رسانه بی‌همتا، کم‌نشد و چیز دیگری جای آن را نگیرد.

بنابراین لازم است که ابتدا نیروی انسانی لازم برای این رسانه تأمین شود و سپس حقوق واقعی نیروها تأمین گردد. من فکر می‌کنم که همه مراکز صدای استان‌های کشور از تسلیم نااعادالانه اختیار بین تهران و سایر مراکز رنج می‌برند. بین عوامل مراکز با عوامل تهران فاصله غیر معقول درآمدی وجود دارد و آنچه که می‌تواند این فاصله را پر کند - سواى آن حقوقی که در تهران مترتب است - آن‌است که باید در یک سطح عمومی، کل تولید را دید و در یک سطح خاصیتی تهران را دید و در غیر این صورت اگر تنها به بهانه وضعیت اقتصادی تهران و شهرستان‌ها بین نیروهای هنرمند این قدر اختلاف بگذاریم، تنها موجب دلسردی نیروهای شهرستان‌ها خواهیم شد. ضمن آن که تعریف ما از هنر در صدا و سیما با هنر به طور عام متفاوت است. ما باید نسبت به جذب نیروهای هنرمند متعهد اقدام کنیم و این کار تنها با تأمین آنها مقدور

در بخش دیگر و در زمینه تحقیقات در خدمت برنامه‌سازی» ما با تحقیق سپری در استان کرمانشاه «مقام دوم این بخش از جشنواره سال گذشته را به دست آوردیم؛ همچنین با تحقیق «سالک عشق» که آشنایی با زندگی «آیت‌الله نجومی»، یکی از علمای کرمانشاه، است توانستیم به مرحله دوم داورى راه پیدا کنیم.»

معاون صدای مرکز کرمانشاه درباره حجم نیروی انسانی که در این مرکز مشغول به فعالیت‌اند، گفت: «در باره نیروی انسانی این مرکز باید گفت که ما با ایمان فاصله منطقی نداریم. زیرا در بعضی جاها در الگو کد خالی داریم و معلوم نیست این کسر الگو چگونه و در کجا می‌خواهد تأمین شود.

حجم تولید ما در سال، حدود ۶ هزار ساعت برنامه در طبقات مختلف است و ما برای این میزان تولید تنها ۳ گوینده، ۲ صدای‌دار، یک گزارشگر و ۷ تهیه‌کننده رسمی و رسمی آزمایشی داریم و بقیه نیروهای ما همه حق‌الزحمه‌ای هستند و در عین حال این میزان نیروی انسانی برای این حجم تولید به هیچ وجه کافی نیست.

آیة‌الله باید توجه داشت که چون کرمانشاه یک استان مرزی است، باید برای مقابله با هجوم تبلیغاتی دشمن در این ناحیه از قدرت و توان کافی برخوردار باشیم و یکی از راه‌های این مقابله کیفیت بالای برنامه‌سازی برای جذب مخاطبان پیشتر



سازمان وارد می شوم، همان‌حس شور و شوق و نشاط روزهای اول را دارم. البته نمی گویم که این حس کم نمی شود. خیلی طبیعی است که آدم در اثر مجاورت با هر چیزی به آن عادت می کند و عادت معمولاً ناآزگی، هيجان و نشاط را از بین می برد اما من با وجود همه سختی‌ها، خواستام و سعی کرده‌ام که همیشه به کارم عشق بورزم و آن را از گزند عادت و کسالت دور نگه دارم. عادت و کسالت، دلزدگی ایجاد می کند و دلزدگی، ابتذال را از بین می برد.

از کوبنده قدیمی کرمانشاه از سختی‌ها و مشکلات خاص کارش پرسیدم که او در جواب گفت:

«هر کاری ویژگی‌ها و سختی‌های خاص خودش را دارد. در عرصه ارتباطات و رسانه‌ها، هر چه وسعت کار و ابزار لازم بیشتر باشد، بهتر و جذاب‌تر می توان کار کرد. شما اگر رادیو را با تلویزیون مقایسه کنید، چون تلویزیون ابزار کار بیشتری در دست دارد، بهتر و راحت‌تر می تواند مخاطب جذب کند. خیلی‌ها جذب تلویزیون می شوند چون همراه موسیقی، تصویر زیبایی از طبیعت را پیش می کند و همین باعث چشم نوازی مخاطب است. تلویزیون می تواند رنگ‌ها را به کار گیرد، یک دکور زیبا و نورپردازی خوب آرایش یک برنامه را بسیار تغییر می دهد. اما در رادیو از این چیزها خبری نیست. آنچه را که مخاطب رادیو با آن سر و کار دارد، صوت و سکوت است و ما باید از همین‌ها برای تأثیر گذاری و ارسال پیام استفاده کنیم. گاهی اوقات فرکانس‌ها و میل هرس‌ها، صوتی را به وجود می آورند که

سال ۱۳۵۹ تا به حال در صدای مرکز کرمانشاه به کار گزارشگری، گویندگی و تهیه کنندگی مشغول بوده است. در حال حاضر هم به دلیل علاقه‌ای که به تمام نوارهای موجود در این مرکز دارد، مسئولیت آرشیه صدا را نیز به عهده گرفته است.

از او سوال کردیم که چطور وارد این شغل شده که او به ما پاسخ داد: «قبه هر حال هر کس در یک مقطع از زندگی‌اش به دنبال کار می‌کرد و در درجه اول هم به مشاغل مورد علاقه‌اش رو می‌کند. من هم این کار را دوست داشتم. زمینه‌اش که به وجود آمده، اقدام و اینجا مشغول به کار شدم».

از آنجا که علاقه‌مندی ایشان به کارش براساس جالب بود از او پرسیدم آیا بعد از بیست سال هنوز هم این علاقه وجود دارد یا خیر.

بسیار طبیعی است که هر کس در ابتدا کارش را دوست داشته باشد و خیلی خوب است اگر این حس علاقه به کار همیشه باقی بماند، آیا شما بعد از بیست سال فعالیت هنوز هم به کارتان علاقه روزهای اول را دارید؟

«کار با مردم و برای مردم بسیار متوع است. به خصوص اگر کار، تهیه کنندگی برنامه باشد. گویندگی هم کار جذاب و جالبی است. من هنوز به کارم بسیار علاقه دارم و می توانم بگویم علاقه‌ام از روزهای اول کارم، بسیار بیشتر شده. باور کنید من همیشه و هر بار که از در ورودی

انجام دهم، ضمن آن که حدود ۳۰ درصد برنامه‌های ما ارتقای درجه داشته‌اند و این در حالی است که حتی گاهی اوقات حتی از نداشتن برخی افلام ریز و پیش پا افتاده مثل میکروفن رنج می‌بریم، چه رسد به افلام بزرگ. جا دارد که مسئولان تجهیزات فنی به این مشکلات رسیدگی کنند».

محمد حسین ترکمن در ادامه به تئین جایگاه رادیوی محلی پرداخت و گفت: «یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های رادیوهای محلی، جذب مخاطب محلی است و این به دلیل همگونی این رسانه با بافت فرهنگی - مذهبی و خرده فرهنگ‌های منطقه است».

ویژگی دیگر این رسانه محلی، کوتاهی بعد از زمان و مسافت برای انتقال مخاطب از سوی رسانه به مخاطب یا از سوی مخاطب به رسانه است و این موضوع برای انعکاس به موقع مشکلات منطقه‌ای بسیار ویژگی خوبی است. به نظر می‌رسد



رسانه‌های محلی بهترین رشد دهنده و ارتقا بخشنده فرهنگ بومی مردم هستند از طرفی در حذف باورهای غلط و خرافی در سطح منطقه کمک می‌کنند و از طرفی به نشر و ترویج باورهای جدید مناسب می‌پردازند».

از دفتر کار آقای ترکمن که به راهرو وارد می‌شوم، صدای بسیار آشنایی، ذهن را برای بار دیگر به سال‌های جنگ و حساسه می‌برد؛ گوینده‌ای که در آن سال‌ها با صدای گرمش آشنا بودم و اینکه که سال‌ها از آن زمان می‌گذرد چنین صدایش در گوشم، خاطرات همراهی رادیویی محلی کرمانشاه در زمان جنگ را با مردم، به قوت و قدرت زنده می‌کند. جویای ناشی می‌شوم و با او به گفت و گو می‌نشینم. نامش مجتبی سلاح ورزی است و از

۱۵ درصد نقطه ضعف ندارد  
 ۱۰ درصد بی محتوا و تکراری بودن برنامه و نداشتن جذابیت و کیفیت  
 ۸ درصد عدم توجه کافی به مسائل بینکاری، طفر فرهنگی و اعتیاد در استان  
 در جدول دیگری در همین تحقیق دلایل پاسخ گویندگان که به رادیو گوش نمی دهند منعکس شده است. این دلایل عبارتند از:  
 ۲۵ درصد وقت ندارند  
 ۳۹ درصد علاقه ندارند  
 ۱۳ درصد رادیو بیادند  
 ۳ درصد علاقه بیشتر به تلویزیون و عدم فهم لهجه محلی  
 موضوعات پیشنهادی شنوندگان رادیو محلی کرمانشاه برای برنامه سازی به قرار زیر است:

- ۵۰ درصد جوانان
- ۴۸ درصد تفریح و سرگرمی
- ۴۶ درصد اطلاعات عمومی
- ۴۰ درصد اجتماعی
- ۴۰ درصد پزشکی و بهداشتی
- ۳۶ درصد معارف اسلامی و قرآن
- ۳۳ درصد تاریخی
- ۲۳ درصد اقتصادی
- ۳۰ درصد ورزشی
- بر اساس همین تحقیق ارزیابی شنوندگان از صدای مرکز کرمانشاه بدین گونه است:
- ۵۶ درصد خوب
- ۱۷ درصد متوسط
- ۱۵ درصد خیلی خوب و عالی
- ۴ درصد ضعیف

صدای مرکز کرمانشاه با چهار استودیوی فعال و یک استودیوی موسیقی، ۲۵ نفر پرسنل رسمی و ۲۳ نفر نیروی حق الزحمه ای در سال گذشته روزانه بیش از ۱۴ ساعت برنامه روی آنتن فرستاده است که ۶ ساعت آن تولیدی و ۸ ساعت و ۱۵ دقیقه زنده به اضافه حدود ۲ ساعت برنامه های تقنیمی بخش بوده است.  
 در یکی از محله های قدیمی کرمانشاه، پنج - شش نفر جوان حدود هجده - نوزده ساله کنار هم ایستاده اند. در دست یکی از آنان یک رادیوی کوچک دیده می شود و همه گوش ها به سوی صدای رادیو متمایل است. خوب گوش می کشم برنامه "پیک جوان" در حال پیش است.

می اتم. این که هر روز صبح برنامه زنده "صبح بخیر همشهری" را که او گوینده اش بود حتماً می شنیدم. می دانم که اکنون باید برنامه زنده ای را اجرا کند پس مزاحمش نمی شوم.

سری به واحد تحقیقات می زنم دستاوی که در آنجا تعالیت دارند، حاصل آخرین تحقیق در شهر کرمانشاه را پیش رویم می گذارند:

بر اساس این تحقیق ۴۵ درصد از مردان و ۴۷ درصد از زنان نمونه آماری به برنامه های رادیو گوش می دهند. که بیشترین شنونده (حدود ۶۰ درصد) در گروه های سنی ۲۰ سال به بالا است و کمترین میزان شنونده در گروه سنی ۱۹- ۱۵ سال (۳۸ درصد) است. جدول تفکیک سواد نیز نشان می دهد که بیشترین حجم شنونده (۵۳ درصد) دارای تحصیلات ابتدایی هستند و بعد از آن دیپلمه ها با (۵۲ درصد) و راهنمایی با (۵۱ درصد) بیشترین شنوندگان رادیو را تشکیل می دهند و گروه تحصیلات عالی با (۳۴ درصد) شنونده کمترین میزان را به خود اختصاص داده اند.  
 عمده دلایل رضایت شنوندگان از برنامه های رادیو به ترتیب نفاذ قوت،

در لحن مخاطب نتیجه مخرب دارد. در رادیو باید آفندر ابداع و جود داشته باشد تا بتوان با استخراج کلام، سکوت، موسیقی و افکت، پیام را به بهترین وجه ممکن به مخاطب رساند و بهترین تأثیر را گذاشت.

بنابراین کار کردن در این محدوده تنگ سخت است. علاوه بر این مشکلات، ما بعضی از مشکلات دیگر نیز داریم؛ مثلاً این که باید حتماً در قالب از قبل تعیین شده ای حرف زد؛ یا با کمترین امکانات کار کرد؛ و یا همیشه با حقوق و دست مزد ناگافی برای زندگی نرمال اجتماعی در ایران رویه رو هستیم.

قبل از اینکه از آقای سلاح ورزی خداقوت کتیب علاقه مند بوم بدنام آیا ایشان از کار در یک رسانه محلی راضی هستند یا خیر، ایشان اظهار داشتند:

"چون من کرمانشاهی هستم و شهرم را دوست دارم، کار کردن در شهر خودم و برای مردم خودم را بسیار دوست دارم، اما اگر قرار بود من در رادیوی محلی جایی که به فرهنگ قومی آنجا هیچ آشنایی ندارم، کار کنم، یا با سخن رویه رو می شدم؛ چرا که کار در یک رسانه محلی مستلزم شناخت دقیق فرهنگ آن منطقه و آشنایی و درک تمام آداب، رسوم و نحوه فرهنگ هاست و این کار برای افراد بومی آن منطقه کار مشکلی نیست. اما این که کار در یک رسانه محلی چه ویژگی دارد؛ باز همان بحث محدودیت، یک باز دیگر مطرح می شود. این که اگر شما در تهران برنامه بسازید یا در کرمانشاه یا هم متفاوت است. در تهران برنامه را برای تمام مردم ایران می سازید پس برنامه باید عمومی تر باشد اما در شهرستان برنامه قدری خصوصی است. در تهران به



شورسگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

عبارتند از:  
 ۱۶ درصد استفاده از زبان محلی  
 ۳ درصد تولید و بخش برنامه های متنوع و سرگرم کننده  
 ۱۲ درصد بیان مشکلات و مسائل مردم

۹ درصد بخش سرودهای محلی و نمایش های طنز یا گویش محلی  
 مهم ترین نقاط ضعف برنامه ها به ترتیب، عبارتند از:  
 ۱۶ درصد کم بودن مدت زمان بخش بعضی از برنامه های محلی

و وسعت تمام ایران سوژه هایی یافت می شود؛ اما اگر بخواهید در برنامه ای فقط به آداب و رسوم استان های کشور بپردازید، خیلی راحت نیست و چند برنامه ضعیف می کنید ولی در اینجا سوژه ها بسیار محدود هستند و باید با ابداع، سوژه خلق کرد و البته چون جمیع شنوندگان ما همگی فرهنگی بیشتری دارند، گفتگو و پیام دادن به آنها بسیار راحت تر است. وقتی که با آقای سلاح ورزی حرف می زنم مدام به یاد خاطرات گذشته



# رادیوی محلی جانشین پخش گسترده

○ حمیده هاشمی

تسریع و تسهیل پیشرفت مردم است. در واقع، هدف، شرکت دادن مردم و اختیار دادن به آنهاست، به منظور دست یافتن به مفهوم پخش محلی.

در این خصوص یکی از راه‌ها، مشخص کردن ویژگی‌های عمده رادیوی محلی است. (هر چند که ممکن است ویژگی‌ها انحصاراً در مورد پخش محلی قابل اجرا نباشد.) از میان ویژگی‌های رادیوی محلی، به این موارد می‌توان اشاره کرد:

۱- اهداف روشن و کاملاً مشخص دارد و همچنین نحوه دستیابی به آنها نیز معلوم است.

۲- مخاطب گراست، بدین معنی که علاقه و خواسته‌های مخاطب، کانون توجه برنامه رادیوی محلی است و مخاطب باید در مفهوم پردازی، آماده‌سازی، کاربرد و ارزیابی برنامه‌ها به طور فعال دخالت داشته باشد.

۳- مبتنی بر تحلیلی پایه‌ای است و پاسخ به سؤالاتی از قبیل چرا، چگونه، چه چیز... در مورد پخش رادیوی محلی و تأثیرات آن بر مردم، از طریق تحلیل روشن می‌شود.

۴- خدمت گراست و به رفاه مردم توجه می‌کند.

۵- طالب مشارکت مخاطبان است؛ این مشارکت برای مردم نوعی احساس تعلق و همدلندی، اهمیت داشتن و... ایجاد می‌کند.

۶- از نظام‌های نظارت و ارزیابی درونی برخوردار است.

۷- نحوه استفاده از دانش و اطلاعات جدید را به شنوندگان می‌آموزد.

۸- در صدد جلب همکاری مردم و مؤسسات در جهت توسعه محلی است.

۹- جهان بینی اعضای منطقه را منعکس می‌کند.

البته رادیوی محلی آن‌طور که در حال حاضر در جهان در حال توسعه فعالیت می‌کند، جلوه پخش شبکه سراسری را ندارد، اما واقعیت‌های رادیوی محلی ایجاب می‌کند که آنها در برنامه‌هایشان انجام امور زیر را به میزان و با شدت‌های متفاوت در نظر داشته باشند:

۱- مفهوم سازی در برنامه‌های رادیوی

محبت رادیوی محلی از مباحث جدیدی است که در سال‌های اخیر، پیش از گذشته پیش‌روی علم ارتباطات قرار گرفته است و در نوشته‌های اخیر، مستمراً از آن یاد می‌شود. در حال حاضر اگر چه مطالب نوشته شده در این زمینه چندان زیاد نیست، لکن پیشرفت‌های مهمی در این خصوص مشاهده می‌شود.

پژوهش رادیوی محلی جانشین پخش گسترده، برای معرفی رادیوی محلی و با تأکید بر رادیوهای محلی آسیا نگاهت شده است. در این پژوهش ابتدا به ذکر تعاریفی از رادیوهای محلی و ویژگی‌ها و تأثیراتی که می‌تواند بر جامعه بگذارد پرداخته شده است و سپس ضمن معرفی نمونه‌هایی از رادیوهای محلی برخی از مسائل و مشکلات آنها نیز بیان شده است.

رشد و گسترش پخش برنامه در دو زمینه است: پخش جهانی از طریق ماهواره و پخش محلی به کمک فناوری کم هزینه. این زمینه‌ها هر دو جدایی‌ناپذیر و تحقیق در خصوص آنها کم نیست، اما نتیجه کار، پیشرفت و کسب امکانات نوینی است که به گونه‌ای مشابه بر مردم اثر می‌گذارد.

بر این نکته به درستی تأکید شده است که رادیو را می‌توان به طرق گوناگون تعریف کرد. این تعاریف، به نقش رادیو در نظام رسانه‌های هر کشور بستگی دارد. رادیوی محلی را می‌توان از نظر تکنیکی به صورت پخش کم قدرت برنامه برای منطقه‌ای با جمعیت متجانس تعریف کرد یا این که رادیوی محلی ممکن است به شرکت افراد محل در تولید برنامه اشاره داشته باشد.

رادیوی محلی، پاسخ‌گوی نیازهای جامعه‌ای است که در خدمت آن قرار دارد و بر توسعه آن به سوی چشم انداز گسترده‌تر و به نفع ایجاد تغییر اجتماعی تأثیر می‌گذارد. فلسفه هدایتگر رادیوی محلی باید خدمت به منافع و خواسته‌های افراد محل باشد. باید با مردم - در جایی که هستند - در حدود سطح تحصیلی معمول و میزان علاقه و درک آنها - ارتباط برقرار کرد و در جهت کمک به آنها در نیل به اهداف مشخص‌شان اقدام نمود. رادیوی محلی به مردم در امر انباشت و تلقیح آگاهی و دانش کمک می‌کند که در تصمیم‌گیری‌ها بتوانند از آن استفاده کنند، لذا فلسفه کلی رادیوی محلی در گیر کردن افراد فعال در استفاده از رادیو در جهت