

# شبکه جوان در جستجوی جایگاه مناسب در میان جوانان

گفتگو با دکتر علیرضا نوری

مدیر شبکه جوان

محمد رضا شهیدی فرد

وقتی رادیو فقط یک شبکه والدی داشت همه می‌توانیم از این یک صدایی متصل به همدیگر یادآوری می‌کردیم که کشورهای دیگر هر کدام چندین و چند شبکه رادیویی دارند و از آن فایده‌هایی برنمی‌آورند. خواننده شده و در چشم بر هم زدن، ششم صاحب هشت شبکه رادیویی و شش شبکه تلویزیونی (به کاربردن واژه شبکه با تشامع فراوان و به حسب رواج آن، در این یادداشت استفاده می‌شود).

چنین اتفاقی به جادوی پیشتر شبیه بود. از مسیر این اتفاق می‌توان فهمیدیم که شبکه رادیویی و تلویزیونی فقط به چند دوربین و میکروفون و میکروفورستنده احتیاج دارد و لااخر، اینجا که مهیا شد خود به خود صاحب رادیو هستیم!

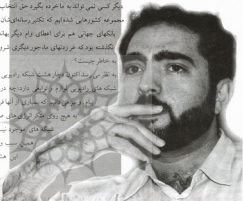
دیگر کسی نمی‌تواند به ما بخردد بگیرد حق انتخاب برنامه‌های متعدد را به او نداشته‌ایم. و نیز وارد مجموعه کشورهای شده‌ایم که تکثیر رسانه‌های شان را مدام بزمی دهند.

بانک‌های جهانی هم برای اعطای وام دیگر بهانه‌ای ندارند و کلی امتیازات دیگر. هنوز چندین تکلیف بود که فرزندان ما دچار دیگری شروع شد این همه شبکه که همه مثل هم هستند

به خاطر چیست؟

به نظر می‌رسد اکنون چهار هشت شبکه رادیویی هستیم. احتمالاً بسیاری از ما می‌دانیم که تعداد شبکه‌های رادیویی لازم و تریایی دارد چه در حوزه فرستنده پیام و چه در حوزه گیرندگان پیام. و بومی داریم که بسیاری از آنها فراهم نیست.

به هیچ روی فکر انزوی‌های صرف شده برای راه‌اندازی و ارتقاء سطح کیفی شبکه‌های موجود نیستیم و همه آنها را سزاوار تحسین می‌دانیم. به همین سبب و در پی فهم ضرورت‌ها و ویژگی‌های یکی از این هشت گانه، بعضی رادیو جوان با مدیر آن گفتگو کرده‌ام.



- آقای دکتر، من شما چقدر است؟
- سی و یک سال.
- این سن در مدیریت شما تأثیر ندارد؟
- مدیریت شبکه ویاال کردن ماست. کار سختی است که به عهده من گذاشته شده و شاید من در انجام این کار سخت، من‌تر بشوم و تجربه کسب کنم، اما مهم این است که من با این سنی که دارم، هرگز نتوانی تصمیم نمی‌گیرم و مجموعه افرادی را که با من کار می‌کنند در تصمیم‌گیری‌ها سهم می‌کنم و شاید مجموعه سنی مدیریت
- شبکه‌اشی بیش از حد سال ندارد.
- چه مدت است که مدیریت شبکه وایه عهده گرفته‌اید؟
- از اردیبهشت ۷۹ حدود یک سال است که مدیر شبکه هستیم، ولی از شهریور ۸۸ یعنی بعد از مسئولیت جدید آقای دکتر تسلط، قائم مقامی شبکه به من واگذار شد.
- چند سال است که در رادیو فعالیت می‌کنید؟
- از سال ۶۷.
- از چگونگی ورودتان به رادیو بگویید.
- ورود من خیلی معمولی بود، من به رادیو بسیار علاقه مند بودم، بعد از اخذ دیپلم در سال ۶۷ در آزمون تک‌گوش سراسری شرکت کردم و تا جواب آزمون معلوم شود چند ماهی بی‌کار بودم. در این مدت با دست اندرکاران گروه دانش صحبت کردم و از آبان ۶۷ به عنوان مترجم و نویسنده بخش‌های علمی و پزشکی (چون هم‌زمان در رشته پزشکی هم قبول شدم) به صورت جسته و گریخته مشغول به کار

شدم.  
 ○ آیا در حال حاضر، رادیو به همان اندازه برای شما جذابیت دارد که در دوران ورودتان به آن، جذابیت داشت؟  
 □ الان جذابیتش بیشتر شده. برای من چیزی تکراری نشده چون رادیو عرضه‌ای است که در آن می‌شود سنت شکنی کرد؛ هر روز کار نویی انجام داد و ایده‌های جدید



## فکر می‌کنم اطلاعاتم در باره رادیو، مجموعه‌های است از مسائل مربوط به: فن رادیو، پیام رادیویی، مخاطب رادیو و در حد متوسط اطلاعات نسبی درباره همه این مقوله‌ها.

را به اجرا گذاشت. شاید دلیل این جذابیت این باشد که الان پس از به دست آوردن چندین سال تجربه و افزوده شدن به دانش و آگاهی من، آشنایی‌ام به ریزه‌کاری‌ها بیشتر شده است. کار رادیو مثل بازی‌های کامپیوتری است که وقتی با آن آشنا شدید، بسیار علاقه‌مند می‌شوید. مدام در آن، راه‌حل‌های جدید کشف می‌کنید و ایده‌های نو می‌یابید و به مرحله‌های بعدی می‌رسید و زیبایی‌های کار بیشتر نمایان می‌شود و شما را جذب می‌کند. شاید شما هیچ وقت موفق نشوید به پایان کار برسید، رادیو هم همین طور است. رادیو پیچیدگی‌های خاصی دارد و شبیه یک پارل است که هنوز به نطفه آخراش نرسیده‌ام. جزایری از این پارل پیدا شده که کل مجموعه رادیویی ما هم جزو این جزایر هستند.  
 ○ آیا شما در زمان ورود به رادیو، خصوصیات رسانه را می‌شناختید؟  
 □ خیر، بنده با این خصوصیات آشنا نبودم و صرفاً به دلیل علاقه وارد کار شدم. علاقه‌ای که به مسائل انترتینی و شنیداری داشتیم. برام جذاب بود که کسی می‌تواند از

طریق شنیدن صدا صورت ظاهری گوینده را تجسم کند. در واقع آمدن من به رادیو و ماندنم در این عرصه به دلیل همین جذابیت‌های شیرین رادیو بود.  
 ○ شما فکر می‌کنید به عنوان یک برنامه‌ساز، در سطح کافسی اطلاعات رسانه‌ای دارید؟ (سواى این که شما مدیر شبکه هم هستید.)  
 □ برنامه‌سازی دستورالعملی کلی دارد که شما وقتی از آن تبعیت می‌کنید، می‌توانید بسرنامه‌ساز پاشید. دستورالعملی دیکته شده و شما عامل اجرای آن هستید. اگر تلقی از برنامه‌سازی این باشد، یله ممکن است من یک برنامه‌ساز باشم، اما به عنوان یک برنامه‌ساز خلاق که بتواند ایده بدهد و اجرا کند، خوبه، هر کسی می‌تواند در مرحله‌ای باشد. من نمی‌توانم درباره خودم بگویم که آیا برنامه‌سازی خلاق هستم یا نه، اما به هر حال از نگاه من لازمه این کار، داشتن عشق و علاقه به کار و کشف مسیرهای جدید و چالش و بسنده نکردن به کارهای سنتی و کلیسک است و هر کسی هم که نصیبی از

زمانی به فراخور سن و سالم دوست داشتم، اما الان میل و رغبتی به گویندگی ندارم چون فکر می‌کنم صدایم فیزیک خاص گویندگی را ندارد.  
 ○ اگر قبل از مدیریت شبکه گوینده می‌بوده‌اید آیا بعد از مدیریت باز هم به کار گویندگی ادامه می‌دادید؟  
 □ بله، به عنوان یک حرفه‌ای حتماً این کار را می‌کردم. چون وقتی کسی در کاری تخصص پیدا کرد، نسبت به تخصص خود مسئول می‌شود.  
 ○ شما معمولاً چند ساعت به رادیو گوش می‌دهید؟  
 □ چیزی حدود هفتده، هجده ساعت در روز.  
 ○ به طور دقیق؟  
 □ البته اگر بخوام روی برنامه خاصی زوم کنم، بسیار دقیق گوش می‌دهم، اما در غیر این صورت معمولاً در کنار گوش دادن به رادیو به کارهایم می‌پردازم.  
 ○ شما خودتان رادیو جوان را دوست دارید؟  
 □ بله.



بازهٔ محوشی داشته باشد، می‌تواند یک برنامه‌ساز خلاق باشد.  
 ○ شما در مجموعه برنامه‌سازی، غیر از نویسندگی چه کارهای دیگری می‌کردید؟  
 □ نویسنده، محقق، مترجم، کارشناس، سردبیر و گاهی اوقات هم، البته نه به عنوان تهیه‌کننده، اما به هر حال، فرم برنامه را خودم مشخص کرده‌ام.  
 ○ شما گویندگی هم کرده‌اید؟  
 □ خیر.  
 ○ آیا دوست دارید گویندگی کنید؟

○ فکر می‌کنید شبکه جوان در جامعه هم شبکه‌ای دوست داشتنی است؟  
 □ ممکن است باشد.  
 ○ آیا می‌توان برای مخاطبان این شبکه حد سنی خاصی را معلوم کرد؟  
 □ بله، وقتی شما در این شبکه از تحصیل و کنکور دانشگاه صحبت می‌کنید پس در واقع با جوانی صحبت می‌کنید که در سن هفده و هجده سالگی هستند. وقتی بحث اشتغال را مطرح می‌کنید و یا وقتی دربارهٔ ازدواج و تشکیل خانواده حرف می‌زنید

کوتاه تر است، مثل تغییر رادیو در چند دهه گذشته. حالا ما می‌خواهیم بدانیم که جوان در طول این چند دهه چه تغییراتی کرده است؟ ابتدا باید جوان را تعریف کرد. در فرهنگ ما معمولاً به کسی «جوان» گفته می‌شود که بعد از بلوغ جنسی برای تشکیل خانواده آماده می‌شود. اینک با توجه به این تعریف باید دید فرد جوان در طول زمان چه تغییراتی کرده است. مثلاً هفتاد سال پیش، یک نوجوان گاهی قبل از رسیدن به بلوغ جنسی ازدواج می‌کرد و قبل از ازدواج، با کار کشاورزی می‌کرد و یا در کارگاه پدرش مشغول بود و بدین ترتیب وضعیت نیمه مستقل داشت. بنابراین یک جوان دورانی بسیار کوتاه داشت و خیلی سریع وارد زندگی و مسئولیت‌های آن می‌شد. این جوان با جوان امروز بسیار فرق دارد. در حال حاضر سن جوانی طولانی شده است.

چه اتفاقی برای سن جوانی افتاد که تغییر کرد و طولانی شد؟ بعد از گرایش به تحصیل، سن بلوغ نوجوان با دوران تحصیلش قرین شد و بعد هم بحث دانشگاه رفتن مطرح شد. بعد از دانشگاه هم باید به سربازی رفت و بعد وارد بازار کار شد و در نهایت بعد از استقلال مالی ازدواج کرد. در این میان و در گذر زمان، سن بلوغ هم کاهش پیدا کرده و از پانزده سال به حدود سیزده سالگی رسیده؛ پس می‌بیند که ما در اینجا با یک دوره جوانی بسیار طولانی رو به رو هستیم. به تبع این طولانی شدن سن ازدواج، شکل ظاهری جوان هم تغییر کرده است. این جوان از همه لحاظ با جوان قبلی متفاوت است و البته شرایط رادیو و ایران هم تغییر کرده است و باید مقتضیات جدید زمان را هم پذیرفت. اینک باید بتوانیم برنامه‌هایی تهیه کنیم که به نیازهای قشر جوان پاسخ دهد.

○ البته مشکل دیگری که به ذهن من می‌رسد این است که تغییرات جوانان بسیار گسترده‌تر از آن چیزی است که شما گفتید؛ یعنی این که جوان در تهران، از شمال تا جنوب شهر با هم متفاوت است چه رسد به جوانان شهرستانی و روستایی

کنار هم می‌توانند مفید باشند.

○ شما به عنوان مدیر یک شبکه چه چیزی را به عنوان ابزار کار لازم می‌دانید؟  
 □ ما هیچ وقت خودمان را از علم روز بی‌نیاز نمی‌دانیم، اما این به معنی استاد رسته شدن نیست. مجبور شدن یعنی این که شما از مسائل روز رسته‌ای که در آن کار می‌کنید در سطح جهان اطلاع داشته باشید و در کنار آن از تجربیات دیگران و از دیدگاه متخصصان استفاده کنید. ادعای ما این نیست که در اداره شبکه به این نقطه رسیده‌ایم، اما فرض من این است که در اداره شبکه مسافت زیادی را طی کرده‌ایم.

## یکی از نیازهای جوانان، ایجاد حسن اتحاد و ارزش دادن به شخصیت و نظرات آنان است.

○ ما در سال ۱۳۸۰ و در ایران زندگی می‌کنیم و رسانه رادیو در اختیار ماست تا اختصاصاً برای مخاطبان جوان کار کنیم. شما بین این چهار مؤلفه چطور نسبت لازم را برقرار می‌کنید؟ می‌خواهم بدانم تعریف شما از رسانه رادیو، جوان و ایران در سال ۱۳۸۰ چیست؟

□ برای پاسخ به این سؤال ابتدا باید مختصات فضایی به اضافه مؤلفه زمان را مطرح کنیم. بر این اساس جوانی که در سال ۱۳۸۰ در ایران زندگی می‌کند با جوانی که در سال ۱۳۶۰ در ایران زندگی می‌کرد، دو جوان متفاوت هستند؛ یعنی در فضا و در نقطه رادز جای‌مختلط اشغال کرده‌اند و لزوماً برهم تطبیق ندارند. این شکل عمومی تصویر من است. از وضعیت حاضر، یعنی در نقطه‌ای به نام ایران، در زمانی مثلاً سال ۲۰۰۱ میلادی، دو متغیر به نام جوان و رادیو در اختیار ماست و ما باید بدانیم که همه اینها از لحظه‌ای به لحظه دیگر متفاوت هستند. بعضی چیزها عمر تغییرشان طولانی است، مثل فرهنگ یک کشور که ممکن است در طول یک نسل این تغییر اتفاق بیفتد و بعضی چیزها عمر تغییرشان

مخاطبان شما به طور عمده جوانان هستند. البته در هر کدام از این موضوعات، استثنای سنی هم وجود دارد. شبکه جوان چون عمده موضوعاتش حول این محور است مطرح می‌شود، مخاطبانش قشر جوان جامعه هستند.

○ به نظر شما این موضوعاتی که نام بردید، موضوعات جذابی هستند؟  
 □ موضوعاتی که ما مطرح می‌کنیم از چند حالت خارج نیست؛ اول، سرگرمی که برنامه‌های محدود در این قاعده باید مخاطب را سرگرم کنند. دوم، اطلاع‌رسانی؛ یعنی باید اطلاعات مورد نیاز مخاطب را در اختیارش قرار بدهند و سوم، ایجاد ارتباط با مخاطب و توجه به نیازهای او. ما نباید نسبت به مسائل مخاطب بی تفاوت باشیم، زیرا اگر بخواهیم فقط از گل و بلبل صحبت کنیم و تنها با طنز و فکاهی مخاطب را سرگرم کنیم یا صرفاً اطلاع‌رسانی کنیم، مخاطبان خواهند گفت که این رسانه نیاز مرا نمی‌داند. پس ما وظیفه داریم به مشکلات مخاطبان توجه کنیم و انعکاس دهنده مشکلات آنها به مسئولان باشیم. لذا توجه به این نکته، جذابیت ایجاد می‌کند و البته نکات جذاب دیگری هم هست.

○ اگر قرار شود در دانشگاه یک عنوان درسی درباره رسانه و تدریس کنید، چه چیزی را تدریس خواهید کرد؟  
 □ من خودم را در حدی نمی‌دانم که درباره رسانه چیزی تدریس کنم. ممکن است بتوانم تجربیاتی را که درباره رادیو دارم به دیگران منتقل کنم.

○ شما در مباحث توریک رسانه، کدام بخش را می‌شناسید؟  
 □ فکر می‌کنم اطلاعات درباره رادیو، مجموعه‌ای است از مسائل مربوط به فن رادیو، پیام رادیویی، مخاطب رادیو و در حد متوسط اطلاعات نسبی درباره همه این مقوله‌ها، اما در حد کار آکادمیک نیست و ضرورتی هم ندارد که مدیر یک شبکه رادیویی متخصص امر ارتباطات و رسانه باشد و یا لزومی ندارد که متخصص رسانه هم کار عملی رسانه‌ای کرده باشند؛ اینها در





راستی همه چیز را نمی‌پذیرد و در مقابل هر حرفی یک یا چند علامت سؤال می‌گذارد و در مقابل بدیهی‌ترین نصیحت پدرانه می‌گوید: «تا اگر کسی را دوست داشته باشی از او دفاع نامعقول می‌کنی و اگر از کسی بدش بیاید به طور کلی و مطلق روش می‌کنی. شیفته‌ی محض، تفریح‌محض و علامت نخواهد همه چیز را خودش تجربه کند. یک جوان، نظر دوست را بهتر می‌پذیرد و لذا گروه مرجع او همسالان و دوستان هستند. در اینجا یکی از نقش‌های اساسی رسانه مطرح می‌شود که همان فرهنگ‌پذیر کردن جوان است؛ یعنی رسانه با او دوست می‌شود و با استفاده از زبان و ادبیات خود او، با او ارتباط برقرار می‌کند و او را به پذیرش فاکتورهای اجتماعی ترغیب کرده، با هنجارهای اجتماعی آشنا می‌کند. بیعت دیگر این است که رسانه باید به فرد قدرت تحلیل بدهد و برای این که کسی بتواند تحلیل کند ابتدا باید به او اطلاع‌رسانی کرد. البته قدرت تحلیل را همه رسانه‌ها به سنجاب نمی‌دهند، اما یکی از اهداف ما در شبکه جوان دادن قدرت تحلیل به جوانان است تا بتوانند تشخیص بدهند هر موضوعی با عرف چندفرهنگی فاصله دارد و چه رفتاری با رفتار اجتماعی ما سازگاری دارد. جهت‌تأثیر بر نحوه رفتار جوانان ابزار مختلفی وجود دارد که یکی از آنها موسیقی است. در همه دنیا هم استفاده از موسیقی جا افتاده است. موسیقی می‌تواند بر تمام احساسات افراد تأثیر بگذارد، می‌تواند ما را شاد، شگفتان و با عصبانیت کند. از این طریق

داند که دیگر رادیو را فراموش کرده‌اند. به هر حال بعد توسعه‌یافتگی و توسعه‌یافتگی رسانه‌ها باعث می‌شود که ما تعدادی از شنوندگان بالقوه خود را از دست بدهیم. مهم این است که در توزیع نرمال ما جاهایی را که توسعه نسبی دارند تحت پوشش داریم.

○ آیا این حرف نشان‌دهنده این نیست که شبکه‌ی جوان توسعه نیافته است؛ چون در هر حال در مناطق توسعه‌یافته شنونده از دست می‌دهد؟

□ خیر، شبکه جوان به کلیت مخاطبان نگاه می‌کند. مخاطبان تهرانی شاید تنها ده درصد از کل شنوندگان بالقوه ما هستند و با توجه به دسترسی آنها به سایر رسانه‌ها، ما ترجیح می‌دهیم که مجموعه جوانان کل کشور را در نظر بگیریم. توسعه یافتگی هم این نیست که ماحتملاً ما چیزی ما این توسعه‌یافته داشته باشیم. رادیوی ما این توان را دارد که در سراسر کشور مخاطب داشته باشد و آنها را برای توسعه یافتگی آماده کند.

○ الگوی جوان شما چیست و برای رسیدن جوانان به آن الگو چه کردید؟

□ ما الگوی خاصی را اسم نمی‌آوریم و ویژگی خاصی را هم مطرح نمی‌کنیم، ما اول باید بفهمیم دنبال چه هستیم. اهداف برای شبکه تعریف شده که جزو اهداف سازمان بوده و در محدود اهداف کلی نظام است. مثلاً ما باید پیش‌بینی مخاطبان را تعمیق کنیم، ما این مسئله را بگذاریم هدف می‌دانیم و سرپوش برنامه‌ریزی می‌کنیم. ما باید بدانیم که کارکرد این رسانه در چه‌امدی است؛ آیا انتظار محبوبیت دارد که بتواند بر مخاطبان بالفعل و بالقوه خودش تأثیر بگذارد؟ آیا زودپیش‌تواند یک حرکت اجتماعی ایجاد کند؟ آیا این قابلیت را داریم؟ به طور کلی و با تعاریف یاد شده آنچه را که می‌شود از رادیو جوان انتظار داشت اولاً این است که در اینجانب جامعه‌پذیری کار مفید و مؤثری انجام بدهد در دوران کودکی، خاتمه‌ده و بعد از آن مدرسه در جامعه‌پذیر کردن فرد نقش مهمی دارند، اما در دوران جوانی، جوان به

که شهر به شهر روحیات و نقش‌ها متفاوت می‌شود. چون نواها بسیار متفاوت هستند شما با این مشکل گسترده در طیف مخاطبانان چه می‌کنید؟ آیا می‌شود برای این همه آدم برنامه ساخت؟

□ خوب البته ما باید ظرفیت کار رسانه‌ای خودمان را درک کنیم. ما باید حد تعارضی از مخاطبان را ارضای نگه داریم. سعی شبکه جوان این است که طی یک برنامه‌ریزی کلی در سطح کشور، یک رضایت نسبی را به وجود بیاورد و حرفش برای عموم جوانان قابل استفاده باشد. درست است که شرایط متفاوت است، اما در حد زیادی از این مشکلات، کاملاً مشترک است و ما روی آن نقاط مشترک دست می‌گذاریم. می‌ماند تفاوت‌های فرهنگی قومی که به دلیل گسترش رسانه‌های جمعی، آنها هم کم‌کم به نقاط مشترک می‌رسند. حالا دیگر کمتر دیده می‌شود که فرهنگ ازدواج در یک قوم مثل سابق مانده باشد، اما آیا ما باید نسبت به این تغییرات بی‌تفاوت باشیم؟ خیر، اینجاست که تقسیم وظایف پیش می‌آید و رادیوهای محلی یا به عرصه می‌گذارند؛ مثلاً بحث خودسوزی دختران ایلامی بحث همه دختران ایرانی نیست اما

## به نظر من در تمام شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی ما پیشرو هستیم. جسارت شبکه ما در هیچ کدام از شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی ندارند.

بحث مهمی است که باید در رسانه‌های همان منطقه به آن توجه بشود. در هر حال ما باید به نقاط مشترک بپردازیم و برای هر جا که توانیم برنامه مناسبی پیش کنیم، طبیعی است که مخاطبان آنها را از دست بدهیم، مثلاً در حال حاضر بخشی از جوانان تهرانی را از دست داده‌ایم، چون آنها انتظار به سایر رسانه‌های توسعه یافته دست رسی

زده، اما ما چون به شیوه گذشته عادت کرده‌ایم برای حرکت به شیوه دیگر، یعنی و اینترنت خاصی داریم که خیلی سنگین به سمت تحولات روز حرکت می‌کنیم و البته کار سختی است که ما محور بحث‌ها را از سرگرمی و اطلاع‌رسانی، یک باره به بحث‌های سنگین چالشی تغییر بدهیم.

○ این حرف‌ها قبلاً هم به طور جدی مطرح می‌شد اما به نظر من شکست خورد، نظر شما چیست؟

دوباره کنیم و کارکردهای رسانه را از نو مرور کنیم. قبل از این، کار رادیو از حد یک رسانه شنیداری اطلاع‌رسانی و سرگرم‌کننده فراتر نرفته و اگر هم بوده سطحی عمل کرده است و فقط در بُعد احساسات دینی کار کرده است.

○ این کارها را بلند بوده‌ایم یا نه؟

□ نه، توجه نداشتیم.

○ یعنی اگر توجه داشتیم، بلند بودیم کار کنیم؟

□ این کاری است



**ما باید رجعتی دوباره کنیم و کارکردهای رسانه را از نو مرور کنیم. قبل از این، کار رادیو از حد یک رسانه شنیداری، اطلاع‌رسانی و سرگرم‌کننده فراتر نبود و اگر هم بوده سطحی عمل کرده است و فقط در بعد احساسات دینی کار کرده است.**

که شرایط فعلی اقتضا کرده است تا به آن توجه کنیم. اگر ما به رسانه‌های غروب و گل دنیا نگاه کنیم، به دلیل رقابتی که بین آنها هست، حیات آنها پسه می‌سازد

□ این مسئله قابل بحث است که آیا این مسئله اصلاً آن طور که شما می‌گویید بود یا اگر بود آیا شکست خورد یا نه؟ شیوه چه بود؟ آیا شیوه رسانه‌ای بود یا نه؟ به هر حال باید متخصصان امر درباره این موضوع، بحث کنند.

○ آیا رادیو می‌تواند کارهای بزرگ انجام بدهد؟

جذب مخاطب بستگی دارد و اگر مخاطب جذب نکنند محکوم به شکست هستند، پس باید همیشه خود را دست اول نگه دارند. اما رسانه‌ها، به دلیل بسی‌ریسب بوده‌اند، کمتر به میزان استقبال مخاطبان توجه کرده‌اند و اگر قرار بود مخاطبان قدری را بوجه ما را تعیین کنند، آیا ما می‌توانستیم باز هم روی پای خودمان بایستیم؟ اگر ما بخوایم به این موضوع توجه جدی بکنیم و بدانیم که برپا بودن این رسانه از کارکرد خوش است یا نه، چطور می‌خواهیم بدانیم ملایک تشخیص چیست؟ در سایر کشورها به بعضی کم شدن تعداد مخاطب آن رسانه تعطیل و ورشکستگی اعلام می‌گردد، اما برای ما، نظر سنجی‌ها این مسئله را نشان می‌دهد. من فکر می‌کنم چون زمینه رقابتی مشخصی نداشتیم، به همین دلیل به میزان مخاطبان کمتر توجه کرده‌ایم. ولی الان احساس می‌کنم که رویکرد رادیو و تلویزیون باید متفاوت و متناسب با نیازهای روز جامعه باشد. این روزها تاریخ مصرف حرف‌های گل و بلبل گذشته و زمان چالش فکری است و اگر محور این باشد در کنارش هم می‌شود حرف‌های گل و بلبلی

موسیقی بر رفتارهایمان هم تاثیر می‌گذارد و نهایتاً این رفتارهای فردی ما هستند که رفتارهای اجتماعی را می‌سازند. شما وقتی خوشحال هستید یک جور رفتار می‌کنید و وقتی غمگین یا غمگین هستید طور دیگری عمل می‌کنید. شبکه جوان و پاهر شبکه دیگری می‌تواند با استفاده از موسیقی بر رفتار مخاطبانش تاثیر بگذارد. ما مجموعه کارکرد رسانه‌ای را در این قالب‌ها نگاه می‌کنیم که چگونه می‌توان بر فرهنگ، رفتار اجتماعی، اطلاعات و دانش و بالا بردن سطح اطلاعات فشر جوان تاثیر گذاشت، مثلاً این که آیا شبکه جوان می‌تواند درباره بهبود دیدگاه‌های اعتقادی فشر جوان کار کند؟ به نظر من می‌تواند، ولی باید بداند روی چه جاهایی باید انگشت بگذارد. در این باره می‌توان سه کار انجام داد، اول این که درباره احساسات مذهبی کار کنیم؛ دوم این که در مورد شعائر مذهبی کار کنیم و سوم این که روی معرفت دینی تاکید کنیم. در سالهای گذشته ما در این قسمت آخر بسیار کم کار کرده‌ایم هر چند که می‌توانستیم بسیار کار کنیم. کار درباره این مرحله می‌تواند راهی باشد برای حل ابهامات دینی نسل جوان باشد. اگر در فلسفه دین دقه و مسائل توحیدی مشکل داشته باشید، به چه کسی می‌خواهید مراجعه کنید؟ مگر به غیر از مراجعه به علمای دینی راه دیگری دارید؟ اگر یک جوان سؤالی داشته باشد، به هر عالی می‌تواند مراجعه کند و او جوابش را بدهد؟ آیا این دسترس برای همه وجود دارد؟ طبیعی است که این دسترس برای همه وجود ندارد. اما رسانه می‌تواند در این زمینه ارتباط مناسبی ایجاد کند و این کار کرد را پیدا کند که معرفت دینی را بالا ببرد.

○ به نظر شما واقعاً رادیو می‌تواند اینقدر مؤثر باشد؟ پس چرا در طی این سال‌ها که ما این رسانه را در اختیار داشته‌ایم حتی یک‌صدم از این حرف‌ها را به کسی زده‌ایم و به باور نرسانده‌ایم؟

□ نکته بسیار خوبی است. این نکته‌هایی را که من می‌گویم، مفروض است ولی متأسفانه فراموش شده. ما باید رجعتی

طرح کنیم، مثل ساختن نمایش رادیویی دربارهٔ ترور هنرترین لوترکنیگ، یا دربارهٔ «جنایات آمریکا در ویتنام» و یا به‌جای بران اهالی فرقهٔ داویدیسیم در آمریکا؛ بدون این که حرف مستقیم زده بشنویم، می‌توانیم حقیقت و ماهیت دولت آمریکا را به راحتی به مخاطب منتقل کنیم. اول انقلاب حرف‌های ما انقلابی بود و الان باید حرف، هنری باشد؛ مثلاً با خلق داستانی که جوانان دوست دارند به موضوع جنگ بپردازیم به جای این که فقط از چند افکت گلرله و اقتضای استفاده کنیم. مناسفانه ما از قالب‌های هنری استفاده نمی‌کنیم و این آفت بزرگی است که به کار رادیویی به شکل رفع تکلیف نگاه بشود، در حالی که با نوآوری، با موسیقی و کلام می‌شود بهترین برنامه را در قالب ایده‌آل ساخت.

○ شما قبول دارید رادیوی ما رادیویی مرده است؟

□ رادیوی ما کارکردهای خودش را از دست داده است. جایگاه خودش را نمی‌شناسد. شما رادیوهای بیگانه را ببینید که چگونه با ظریف‌ترین و ماهرانه‌ترین شیوه‌ها کار سیاسی می‌کنند، ما هیچ وقت واژهٔ تلویزیون بیگانه را نشنیده‌ایم، اما با عنوان رادیوهای بیگانه، با آن کارکرد سیاسی بخری آشنا شدیم. برای حرفی‌ای که در رادیو دیده می‌شود چند دلیل وجود دارد: اول فراموش کردن کارکرد واقعی رادیو، دوم این که هر رسانه باید زبان مخاطب خودش را بشناسد و با همان زبان با او حرف بزند و اگر با زمان پیش نرود مرده است. رادیویی که در زمان گذشته مانند مرده است و ما تقریباً چهار این مشکل هستیم. سوم این که ما قابلیت‌های ذاتی رادیو را فراموش کرده‌ایم؛ همان لقبی فرم دراماتیک، روایت‌پردازی و این که رادیو در همه جا می‌تواند بدون کمترین تمرکز حواس و تنها از طریق حس شنوایی در دسترس باشد و مخاطب رادیو می‌تواند در کنترل آهنگ‌های رادیو و شکل برنامه‌ها نقش داشته باشد مثلاً در همه جای دنیا، ترانه‌های درخواستی، بیشترین شنونده را دارد، چون هم مطابق ذوق شنونده است و

هم مخاطب در ساخت برنامه سهیم است و این به مخاطب حس خوبی می‌دهد و چهارم این که دست‌اندرکاران رادیو بنا به دلایل بسیاری بی‌انگیزه هستند. از جمله مشکلات دیسگر، توسعه پیدا کردن شبکه‌های رادیویی و عدم رشد مناسب در میزان افراد زنده و حرفه‌ای. ما به میزان توسعهٔ شبکه‌ها نیروی انسانی تربیت نکرده‌ایم.

○ شما در شبکه خودتان در این باره چه کرده‌اید؟

□ یکی از کارهایی را که فکر می‌کردیم باید انجام بشود این بود که سعی کنیم شباهت خودمان را با شبکه‌های دیگر از بین ببریم؛ مثلاً گروه‌های تخصصی، مثل سیاسی و اقتصاد را با حمایت آقای دکتر لاریجانی و آقای خجسته از بین بردیم و نام و مأموریت بعضی از گروه‌ها را عوض کردیم؛ مثلاً گروه معارف را به گروه «جوان و اندیشه» تغییر دادیم. خود این موضوع مسئله مخاطب را به نفع ما تغییر می‌دهد. پس اولین قدم اصلاح ساختاری گروه‌ها بود. در شبکه جوان مباحث سیاسی و اقتصادی هم مطرح می‌شود ولی نه به صورت

تخصصی، بلکه با دیدی جدید؛ مثلاً بحث اقتصادی زمانی مطرح می‌شود که با ازدواج جوان رابطه پیدا می‌کند و این گونه مسائل زمانی مطرح می‌شود که با مسائل اجتماعی جوان گره می‌خورد.

○ آقای دکتر، به نظر من با این که ما در دهه ۸۰ زندگی می‌کنیم ولی هنوز همان بحث‌های محتوای دهه ۶۰ وجود دارد. چرا؟ من امیدوارم بوم که شما را به عنوان یک مدیر جوان که در دهه دوم روی کار آمده‌اید، ساختارگرا تر ببینم، اما شما هم محتوای دهه‌ایم و تنها امتیاز شما این است که شما پاور کرده‌اید که جوان تغییر کرده پاور کرده‌اید که باید کار جدید کرد اما نمی‌دانید چگونه. من می‌خواهم بگویم رادیو خیلی کمتر از آنچه که شما فکرش را می‌کنید قابلیت دارد و شما پاور عجیبی نسبت به رادیو دارید. شاید شما هم محتوای دهه‌ایم و هنوز رادیو را نمی‌شناسید.

□ اجازه بدهید نکته‌ای را بگویم. وقتی صحبت از محتوا می‌شود، این به مفهوم محتوای دهه‌ای نیست. من به محتوا با دید گذشته نگاه نمی‌کنم، بلکه با دید آینده نگاه می‌کنم. در زمینه محتوا هم مطلب کارکرد رسانه‌ها بود که گفتیم. بحث محتوا نبود. من نگفتم که چند درصد برنامه‌های ما چنین محتوایی دارند؛ اگر می‌گفتیم، شما می‌توانستید بگویید که ما محتوا زده‌ایم، من باید بگویم که ممکن است چنین چیزی ده درصد کلیت شبکه ما باشند؛ بحث انگیزش‌های اجتماعی و غیره. دربارهٔ باقی قضایا نگفتم که چه اتفاقی در حین وقوع است. قصد ما تلاش بودیم که بگویم چند درصد برنامه‌ها این گونه‌اند. می‌خواهم بگویم که ما به مرزبندی بین محتوا و ساختار نپرداخته‌ایم. در محتوا اصولی را باید مطرح کنیم که به آن توجه نشده یا ایجاد دیگری را هم مورد توجه قرار دهیم. بحث عملکرد رادیو، در دهه اول انقلاب بود که به اینجا کشیده شد. و اما در ساختار برنامه‌ها به عنوان نمونه به موسیقی اشاره کردم که یکی از عناصر ساختاری رادیو است و صحبت شد که هنوز دربارهٔ



**رسانه باید به فرد قدرت تحلیل بدهد و برای این که کسی بتواند تحلیل کند ابتدا باید به او اطلاع‌رسانی کرد. البته قدرت تحلیل را همه رسانه‌ها به مخاطب نمی‌دهند اما یکی از اهداف ما در شبکه جوان دادن قدرت تحلیل به جوانان است تا بتوانند تشخیص بدهند هر موضوعی با عرف چقدر فاصله دارد و چه رفتاری با رفتار اجتماعی ما سازگار دارد.**

مگر این که شما یک شبکه علمی داشته باشید و مثلاً شبکه CBC یا روجستر کانادا که از آن انتظاری جز پخش برنامه‌های علمی نمی‌رود. اتفاقاً برنامه‌های موسیقی

## برای کرجتای که در رادیو دیده می‌شود چند دلیل وجود دارد: اول فراموش کردن کارکرد واقعی رادیو. دوم این که هر رسانه باید زبان مخاطب خودش را بشناسد و با همان زبان با او حرف بزند و اگر با زمان پیش نرود مرده است.

آن هم کم است. با بی‌بی‌سی پخش‌هایی دارد که به پخش برنامه‌های تئوری و فلسفی می‌پردازد. در شبکه‌های عمومی مدیریت می‌تواند یک ناشر موفق باشد که به تقاضای بازار نگاه می‌کند. حال مشتریان بازار چه کسانی می‌توانند باشند؟ مخاطبان تقاضا چیست؟ رسانه‌های این اسرارد این شبکه‌ها جدیدترین موسیقی‌های روز دنیا و سبک‌های ورزشی و فوتبال را پخش می‌کنند. یعنی تنها پخش‌گوی یک عده هستند. آن هم مخاطب و نه هیچ کس دیگر؛ مثلاً در آلمان شبکه‌های تلویزیونی به پخش جام باشگاه‌های آلمان و لیگ فوتبال اروپا و بدون دیدگاه بازاری و تجاری حاکم است. می‌تواند می‌شود. آنها نیز بازار را در دست دارند و از تمام جذابیت‌ها برای جوانان، مثل موسیقی، سگس و اکشن و... استفاده می‌کنند. ما هیچ وقت نگاهمان به رسانه این گونه نبوده است. ما در نظام اسلامی زندگی می‌کنیم که یک نظام محتروی است. گفتیم که راه‌اندازی یک شبکه موسیقی صرف یا استفاده از انواع موسیقی‌های روز دنیا بسیار ساده است. اما

بحث موسیقی در کل کشور به یک نتیجه کلی نرسیده‌ایم. نه تنها مدیران شبکه‌های ما که کلیت جامعه ما نمی‌داند تکلیفش درباره موسیقی چیست؛ یعنی سلیقه، متعدد و متنوع، هنوز صدور یک حکم کلی درباره موسیقی کنار دشواری است. شما ناآشنا کننده موسیقی نیستید. دخیل هم نیستید؛ من به عنوان یک فردی که در شبکه رادیویی جوان کار می‌کنم خیلی استقبال می‌کردم که موسیقی خاص جوانان در کشور ما تولید شود. موسیقی پایه که تولید می‌شود نمونه کوچکی از این کار است. پخش‌های مسئول تولید و ناآشنا موسیقی، چقدر در ایمن‌بازار و به این امر اهتمام داشته‌اند؟ موسیقی جوانان دنیا چقدر وارد کشور ما شده است؟ چقدر از آن در کشور ما قابل استفاده است؟ رادیو مصرف کننده موسیقی است. در ممالک دیگر موسیقی از سراسر دنیا به آنها سرازیر می‌شود. در ممالک ما چه؟ موسیقی از فروشگاه‌های متعدد به ما می‌رسد و البته این امر کاملاً درست و اصولی است؛ بنابراین سیستم ما مصرف‌کننده‌های همیشه با منابع محدود. نکته دیگر آن که فراموش نکنیم که مملکت ما یک مملکت محتوایی است. اداره کردن یک رادیو یا برنامه‌های موسیقی و اطلاع رسانی صرف، کار بسیار ساده‌ای است. اما در رسانه جمهوری اسلامی ایران شما از چند جهت پاسخ‌گو هستید اول به مخاطبان، دوم به سیاست‌گزاران و سوم به وجدان و وظایف شرعی و عرفی خود. در ممالک دیگر چگونه است؟ به جرات می‌توانم بگویم که در ممالک دیگر این گونه نیست. هیچ کشوری مثل کشور ما محتوایی نیست. البته منظور من هم این نیست که همه مطالب در آن کشورها سطحی و فارغ از محتواست. ولی به هر مرجعی هم پاسخ‌گو نیستند. یعنی تنها به مخاطبان و نیازهای آنها پاسخ می‌دهند. در آنجا یک نظام اقتصادی و بازاری حاکم است که به همه چیز به دید بازار نگاه می‌کند و همه چیز برای آنها جنبه تجاری دارد. یک مدیر رسانه در کشور غربی، مدیر یک شرکت تجاری است و نه یک مؤسسه فرهنگی.

آیا ما می‌توانیم به پخش همه نوع موسیقی موجود در کشورها بپردازیم؟ نظامی که حاکم بر رادیوی ما است. نظامی است مبتنی بر نیاز، مصلحت و تمایل. نیاز مشخص است؛ نیاز به احترام، اعتماد، ارزش دادن مسائل روز مره زندگی مثل خوردن و خوراک و... ما باید به این موضوع یا دید مصلحت نگاه کنیم؛ یعنی این جاده مدام پارک و پارک‌تر می‌شود. شما از جاده وسیعی به نام نیاز، یک جاده پارک‌تری به نام تمایل و جاده خیلی پارک‌تری را به نام مصلحت انتخاب می‌کنید، که هم تمایل طرف، هم نیاز او و هم مصلحت او در خود دارد. این است که می‌شود محتوا اگر مصلحت را برآورد، سراغ تمایل می‌رود که می‌شود ساختار صرف و این می‌تواند به جذب مخاطب بیشتر، کمک کند و به قول شما رادیو را زنده نگه دارد. ولی ما خواستار آسپای رادیو به هر قیمتی نیستیم. رادیو وقتی می‌تواند و باید زنده بماند که بتواند در بیان مصلحت‌ها موفق گردد. این که شما می‌فرمایید ما فرمایش نیستیم. برمی‌گردد به ضرورت پاسخ‌گو بودن و خود ما هم اعتقاد داریم که همه چیز در جهت جذب مخاطب بیشتر است. بهم به هر قیمتی نیست.

آقای دکتر در کشورهای دیگر چنین نیست. آنها هم به هر قیمتی مخاطب جذب نمی‌کنند. آنها هم حد و حدودی دارند. اما چرا ما با توجه به مقررات خودمان هم کاری نکرده‌ایم؛ یعنی با توجه به سیاست‌هایی که فرمودید، ابتدا مخاطب را به پای رسانه بکشاییم و سپس حرف خودمان را بزنیم. این مسئله در شبکه جوان به عنوان شبکه‌ای که باید بر طرفدارترین شبکه رسانه‌های کشور باشد حادتر است. من می‌خواهم پرسیم که شما به عنوان مدیر شبکه جوان چقدر در جریان تولید و برنامه‌سازی در این شبکه حیاتی قرار دارید؟ آیا نیروی انسانی لازم، امکانات، بودجه و... را برای کار در این شبکه در اختیار دارید؟

تحلیل برنامه‌های شبکه جوان مستلزم گوش دادن به آن است. رجوع به آنرا

هم. اگر چه اطمینان صددرصدی به آمارها وجود ندارد. حاکی از جذب مخاطب در این شبکه است. اتصالاً شبکه جوان مخاطب‌های خوبی پیدا کرده است که البته هنوز ابعاد آن نیست. ولی به عنوان رادیوی دوم مملکت بعد از رادیو پیام از نظر جذب مخاطب رادیوی نسبتاً موفق است. ما یک نوع ارزایی نقطه‌ای داریم و یک ارزایی دراز مدت. نقطه‌ای همان ارزایی آنی رادیو است. این گونه ارزایی، نقطه‌ای است که نتیجه‌گیری درستی هم از عملکرد یک رسانه، به دست نمی‌دهد. همیشه باید ارزایی دراز مدت داشته باشیم. ما باید به چند چیز توجه کنیم. وقتی نیازهای جوانان مطرح می‌شود باید آنها را رفع کنیم. یکی از نیازهای جوانان، ایجاد حس اعتماد و ارزش دادن به شخصیت و نظرات آنان است. در عالم برنامه‌سازی، چگونه می‌شود این حس را ایجاد و تقویت کرد. جوان را باید در برنامه سهم کرد. مثلاً در همین برنامه‌هایی که در حال پخش است یا بخش سوزانی که از جوانان می‌شود، به ایجاد حس اعتماد در آنان کمک می‌کنیم که البته این امر با رعایت حد و حدود و خطوط فرم همراه است ولی می‌خواهیم این دایره اعتماد را وسیع‌تر کنیم. این گونه به جوان می‌گوئیم که او را جدی گرفته‌ایم و کسر نه راه دیگری وجود ندارد. تعریف و تمجید نمی‌تواند راه‌گشا باشد. بنابراین یکی از

می‌کند. ما از قضاوت درباره صحبت‌های افراد در برنامه‌هایی که می‌سازیم، پرهیز می‌کنیم. ما آستانه‌ای را برای جوانان در نظر گرفته‌ایم که خیلی بالاتر از جاهای دیگر است. یعنی در نظر گرفته‌ایم که جوان مانه تنها دین‌گریز نیست بلکه سوالات او می‌تواند در جهت روشن شدن بسیاری از قضایا مفید هم باشد. این آستانه بالای است. ما این شیوه را در پیش گرفته‌ایم و شیوه دیگری هم نداریم. اگر کسی روش دیگری دارد، مطرح کند ما استقبال می‌کنیم. درباره بحث نظارت و اشراف من بر برنامه‌های شبکه نباید بگویم که با توجه به وظیفه خودم بر برنامه‌های شبکه اشراف خوبی دارم و حداقل در طول روز هفتده یا هجده ساعت برنامه‌هایی رادیو و شبکه خودمان را گوش می‌کنم. در جاهایی هم که لازم بوده با تماس و حضور مستقیم دخالت کرده‌ام.

○ در پخش هم حضور پیدا می‌کنید؟

□ به دلیل رابطه دوستانه من با همکاران در شبکه، تماس مستقیمی با همکاران در بخش‌های مختلف دارم.

○ فکر می‌کنید رادیوی شما بگ رادیوی

پشرواست؟

□ به نظر من در تمام شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، ما پیشرو هستیم. جسارت شبکه ما را هیچ کدام از شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی کشور ندارند. قدرت انعطافی

سریع شبکه که ویژگی‌های جوانان که همگی جسارت خاص خود را می‌خواهد. مسلماً از شبکه ما یک شبکه ویژه جوانان ساخته است؛ مثلاً طرح مقبولیت یا مشروعیت نظام از زبان یک جوان جسارت می‌خواهد. قصد ما هم ایجاد شبهه نیست زیرا برای این مسائل پاسخ مناسب خودش را داریم.

○ آیا به این فکر کرده‌اید که بهترین‌های رادیو را در شبکه جوان جمع کنید؛ مثلاً بهترین گویندگان، بهترین تهیه‌کنندگان و بهترین نویسندگان را از شبکه‌های مختلف دعوت کنید و یک شبکه ممتاز بسازید یا

این که این انتخاب دست شما نیوید؟

□ می‌توانم بگویم که برنامه‌سازان ما در بین شبکه‌های رادیویی چیزی کم ندارند و این به معنای این نیست که ما از خودمان خیلی راضی و متشکر هستیم. از دو راه می‌توان برنامه‌سازان و دیگر عناصر

برنامه‌سازی را به شبکه آورد؛ یکی از طریق شبکه و دیگری از این طریق که شبکه این قدر جذاب شود که برنامه‌سازان خوب و حرفه‌ای برای برنامه‌سازی در شبکه ما اعلام آمادگی کنند، که طبق منابع موفق برنامه‌سازان بسیاری مایل به همکاری با شبکه ما شده‌اند. دلیل این امر هم میدان دادن به برنامه‌سازان در شبکه ماست و من فکر می‌کنم هر دو کار را ما باید با هم انجام دهیم. برآیند کلی عملکرد برنامه‌سازان رادیو، متوسط است که با

دادن مجال به آنها این برآیند افزایش می‌یابد.

○ پخش تلفن زنده از رادیو کار سختی است؟

□ بله، زیرا در هیچ کجا این اتفاق نمی‌افتد. مگر مسائل سطحی و با این که فرد آن قدر مورد اعتماد باشد که تلفن زنده او را پخش کنند، ما در مسائل چالشی و محتوایی این امکان را فراهم می‌کنیم.

○ مسئولیت این

تصمیم‌ها در صورت





ضروری در برنامه‌سازی است که این اصل در گویندگی هم جایگاه ویژه‌ای دارد. مسلماً تهیه‌کنندگان مایه طور صد درصد این از زندگی دانشجویی‌اش، برایش برنامه

**دوست دارم وضعیت شبکه ما به این حد برسد که حرف ما حرف مؤثری برای قشر جوان باشد؛ یعنی به عنوان یک نیروی باادراوند یا محرک در بعضی از حرکتهای اجتماعی و کارها فراخوان باشد و جوانان به حرف ما بیا بدهند.**

عاصم آن هنگام را بخش کنیم. مثلاً در تعطیلات تابستان برنامه‌های او با برنامه‌های هنگام پایان ترم و امتحانات باید تفاوت بکند. ما در بعضی از برنامه‌ها سعی کرده‌ایم این حالت فصلی را حفظ کنیم. اما برنامه‌های شش ماهه و یک ساله هم داریم و ایجاد تنوع یکی از اصول جذاب مخاطب است. کار خوبی که شبکه جوان در سال گذشته انجام داد این بود که اصلاح ساختاری را در گروه‌ها انجام داد. گروه‌ها را تقییل داد و اسم گروه‌ها را عوض کرد و بر حسب این تغییر نام، مأموریت گروه‌ها را نیز تغییر داد؛ مثلاً وقتی گروه معارف به گروه جوان و اندیشه، تغییر نام می‌دهد، مأموریتش هم می‌شود مطرح کردن اندیشه‌های مختلف، اندیشه فلاسفه مختلف، زبان علم و دین و اندیشه‌های جدید. این مأموریت، مأموریت جدیدی است و ما هم بعد از این تغییر آمدیم برنامه‌ها را تغییر دادیم؛ یعنی در روز یکم تیر ماه سال ۷۹ بعد از یک برنامه ریزی ۹.۱۰ مسأله، تعدادی از برنامه‌ها را تغییر دادیم؛ یعنی حدود هفده ساعت از برنامه‌ها را با بیست و هفت عنوان جدید در یک روز مطرح کردیم که این کار اصلاً شبکه ما لازم بود. ما به طور کلی برنامه‌های تخصصی را حذف کردیم؛ مثلاً: برنامه‌های صرفاً علمی، سیاسی، اقتصادی... همه را حذف کردیم. چون مخاطبان این

فرهنگ ما سازگاری دارد. برنامه‌های در روز ماست. ولی توجه‌هایمان، همان ۳۰ درصد موسیقی است؟

بله، این که برنامه رویتن هر روز ماست. ولی توجه‌هایمان، همان ۳۰ درصد موسیقی است؟

بله.

آیا شبکه شما از نظر موسیقی شکل فاضلی دارد؟

بله.

به نظر من موسیقی در شبکه ما نسبت به گذشته فرق کرده است. اما این که آیا شبکه است یا نه، پنجاه - پنجاه است. در مورد برنامه‌های شبکه لازم است توضیح بدهم. اهدا، این است که در هر فصل برنامه‌ها را تغییر بدهیم. با توجه به شرایط

طرح یک سؤال تند، با شخص شماست؟

بله، شبکه ما با هجده ساعت برنامه زنده، حساس‌ترین و در عین حال پرخطرترین مسئولیت را به جان خود می‌خورد تا اعتماد مخاطبان خود را جلب کند و ضمن حفظ به تقویت اعتماد آنها بپردازد.

تنگنید در صورت احتمال طرح یک سؤال خارج از خطوط فرمز از طرف شخصی که او را نمی‌شناسید، مسئولیت این مسئله یا چه کسی است؟

مدیر شبکه و البته همه در حد خود مسئولیت دارند.

**چرا؟**

همه ما می‌بایست با درایت و پیش بینی واقع‌گرایانه عمل کنیم در غیر این صورت می‌بایست پاسخگو باشیم.

با توجه به وسعت کشور ایران و ذوق‌های متفاوت جوانان ایرانی علاوه بر شناخت این ذوق و سلیقه‌ها، آیا تلاشی در جهت تربیت و دادن اطلاعاتی پرامون موسیقی صورت گرفته و آیا اصلاً توانایی چنین عملی در شبکه شما وجود دارد؟

در ارائه و با در فهم؟

هر دو.

فرض بر این است که در فهم آن چنین ویژگی در نظر گرفته شود، چون از ملزومات کار تهیه‌کنندگی داشتن ذوق موسیقیایی است.



**اگر نداشته باشند؟**

این برای ما هم مشکل‌ساز می‌شود. ما باید بدانیم که در کجا از چه موسیقی‌ای استفاده کنیم. داشتن انواع مختلف موسیقی در جاهای مناسب خود، نیاز اصلی و

برنامه‌ها بسیار خاص‌اند؛ مثلاً اگر شما در یک برنامه علمی دربارهٔ نسبیّت علم و خاص صحبت کنید، ممکن است مخاطب زیادی نداشته باشد و اگر در برنامه اقتصادی بحث بودجه مطرح شود، ممکن است هیچ کس گوش ندهد و همین طور در سایر برنامه‌ها. ما سعی کرده‌ایم در هر زمینه‌ای نکات کاربردی را مطرح کنیم، نکات کاربردی اجتماعی، سیاسی و حتی در مقولات اعتقادی و دینی. پرداختن به این مسائل مورد علاقه جوانان است، و با



پاسخ به سؤالاتی که در ذهن جوان هست. اگر طرح نمی‌کنند، در ناخودآگاه ذهنش هست و به این سؤالات باید پاسخ داد. به هر حال این تغییر هفده ساعته، کار بی‌سابقه‌ای بود که ما انجام دادیم. آقای لاریجانی هم برنامه‌های سال گذشته را شنیده بود و در جشنواره نسبت به شبکه جوان نید دیگری داشت. در جشنواره پارسال باید ترنید نگاه می‌کرد اما در جشنواره امسال نگاه ایشان کاملاً عوض شده بود و با دید ناپید بود. ما هر روز بحث‌های مناظره‌ای و چالشی داریم و البته باید آنها را گوش کرد و بعد راجع به آنها صحبت کرد و نظر داد.

○ حداقل و حداکثر این برنامه‌ها چقدر است؟

○ از ده دقیقه تا سه ساعت.

○ آیا شما به سبف قسرار دادن بسرای زمان برنامه‌ها اعتقاد دارید؟ یا نه

مثلاً از دید شما یک برنامه می‌تواند ۹ ساعت طول بکشد؟

□ من به این موضوع اعتقاد دارم که شنونده تا حدی می‌تواند برنامه را تحمل بکند ولی من فکر می‌کنم می‌شود کتکش ایجاد کرد و یک برنامه را طولانی کرد و شنونده را پای رادیو نگه داشت.

○ آیا پیش آمده که در برنامه زنده‌ای تعداد تماس‌های مردم آن قدر زیاد باشد که بدلتید کتکش ایجاد شده و براین اساس برنامه بعدی را حذف کنید و آن برنامه و ادامه بدهید؟

□ بله، ما این کار را دربارهٔ «گلبرگ» یا «بیباید بیرسیم» کرده‌ایم و حتی اگر در سطح شهر اتفاق خاصی افتاده، ما برنامه‌ای را قطع کرده‌ایم و گزارش زنده آن موضوع جدید را پخش کرده‌ایم.

○ من با احترام به عقاید متخصصان نگاه می‌کنم، ولی شما فکر نمی‌کنید بعضی از آنها ذهن بسته‌ای دارند و آنها بعضی از بهترین تهیه‌کننده‌های رادیو را تکثیر کرده‌اند که مسئول چرا اجازه می‌دهد گوینده بداهه‌گویی کنند؟

□ بله این مشکل وجود دارد، اما اگر میزان بلوغ شبکه به حدی برسد که این کارها را بشود کرد، ما با کسی تعارف نمی‌کنیم و این کارها را انجام می‌دهیم. اما عاشق سبک شکنی معقولان در محدوده رادیو هستیم.

○ شما به عنوان مدیر این شبکه از کار خودتان راضی هستید؟ از این که در این شبکه کار می‌کنید، خوشحالتید یا ناراحت و نوسخته؟

□ من به دنبال مدیر شبکه شدن نبودم، اما خوشحال هستم از این که در حال حاضر روز به روز با چیزهای جدید روبه‌رو هستم و می‌توانم برای انجام یک کار جدید عده‌ای را با خودم همراه کنم و با حتی با عده‌ای که کار نمی‌کنند همراه شوم. البته کار پُر استرسی است و دغدغه‌های خاص خودش را دارد. به عوض این که در مورد محتوا کار کنیم یا به دنبال اطلاعات به روز

رادیوهای دنیا باشیم مقام به دنبال کارهای اجرایی سخت و بی‌خود و دست و پاگیر هستیم؛ مثلاً «جایگیر، امکانات فنی فراهم کن، مشکلات مالی را حل کن و کارهای از این دست» و به همین دلیل من خسته هستم. البته احساس می‌کنم در طول این مدت در شبکه کارهای خوبی انجام شده است که خودم از کاری که در شبکه انجام داده‌ایم، یک رضایت نسبی دارم و بقیه هم قضاوت خاص خودشان را دارند، منتها به دلیل همین رضایت نسبی، می‌توانم سختگی‌ها را تحمل کنم. اما این که مدیریت یک شبکه چه مزایایی برای یک فرد دارد؟ می‌خواهم بگویم که هیچ مزیتی ندارد و فقط یک مسئولیت سنگین بر دوش دارد. امیدوارم که این تلاشها مورد عنایت پروردگار متعال هم باشد و به عنوان حسنه در صفحه اعمال ما ثبت شود.

○ اگر کار دیگری می‌کردید، وضع شما بهتر بود؟

□ هر کار دیگری می‌کردم حداقل بیشتر از حالا درآمد داشتم.

○ شما برای خانواده‌تان چقدر وقت می‌گذارید؟

□ بسیار کم.

○ چند فرزند دارید؟

□ یک پسر دارم.

○ او از پدرش راضی است یا نه پدری پرخاشنگ و خشن دارد؟

□ پرخاشنگی که نه، ولی من نگران این هستم که در حد باید و شاید به او رسم آینه از نظر فکری و چه تفریح و سرگرمی و شاید اینها باعث بشود که در آینده اجتماعی بار نیاید و با کمبودهای عاطفی پیدا کند و البته یک مدیر شبکه با این حجم کار این مشکلات را دارد.

○ آقای خسته خودشان می‌گویند که به خانواده‌شان خوب رسیدگی می‌کنند آیا این توصیه را به مدیرانشان هم می‌کنند؟

□ بله، به ما هم توصیه می‌کنند ولی واقعاً خود این هنر است که آدم در عین



○ **نظر شما درباره این گفت‌وگو به عنوان یک افغان رسانه‌ای چیست؟**  
 □ البته این گفت‌وگو خوب است اما ما کارهای واجب‌تری داریم؛ یعنی اهالی رادیو کارهای واجب‌تری دارند. ما باید بتوانیم خیلی سریع، بیش دوباره‌ای از رسانه و رادیو در ذهن دست‌اندرکاران رادیو ایجاد کنیم.

○ **به نظر شما این گفت‌وگو در مرحله رادیو‌های نمی‌تواند این بیش را ایجاد کند؟**  
 □ این گفت‌وگو می‌تواند، ولی ما راه‌های نزدیک‌تری داریم.

○ **مثلاً چه راهی؟**  
 □ ما باید از صاحب‌نظران رسانه‌ای در بیرون سازمان بخواهیم که بایند و در اینجا کار تطبیقی انجام بدهند. این راه مفیدتر و سودمندتر است. چاپ شدن «مجله رادیو» خوب است اما انتظار ما این است که واحدی بایند و جلسات روزانه و هفتگی داشته باشد. مثلاً رادیو بی‌بی‌سی را نقد کند. رادیوهای جوانان دنیا را بررسی کند و این اطلاعات در اختیار مدیران قرار گیرد، چون خود ما فرصت این کار را نداریم که راجع به رسانه‌های مطرح دنیا تحقیق کنیم ولی باید افراد رسانه‌ای را دعوت کنیم تا به ما بگویند در دنیا و در عالم رسانه‌ها چه اتفاقاتی در حال رخ دادن است. این به نظر من خیلی موثرتر است.



حد برسد که حرف ما حرف مؤثری برای قشر جوان باشد؛ یعنی به عنوان یک نیروی باز داورنده یا محرک در بعضی از حرکت‌های اجتماعی و کسرها و فراخوان‌ها باشد و جوانان به حرف ما بیاهند.

○ **بعضی از مدیران سازمان معتقدند که ما برای مردم برنامه نمی‌سازیم؛ بلکه برای مدیر بالاتر برنامه می‌سازیم؛ اوست که باید راضی باشد. شما این طور فکر نمی‌کنید؟**

□ نه، من اصلاً این طور فکر نمی‌کنم.

○ **آیا تا به حال پیش‌نیامده است که شما شکل و محتوا و ساختاری را متناسب با روحیه مخاطب بداند اما آقای دکتر خجسته مخالف آن برنامه باشد؟ در این حال چه می‌کنید؟**

□ خیلی پیش آمده که آقای خجسته و یا حتی آقای دکتر لاویجانی پیشنهاد داده است ولی به آن نتوانیم عمل کنیم، البته نه این که تعهدی در عمل نکردن به آن پیشنهاد بوده؛ مثلاً ما برنامه‌های درباره ازدواج داشتیم که آقای خجسته پیشنهادی در مورد آن داشته، ما هم ابتدا با آقای دکتر در بین عوامل برنامه‌ساز و کارشناسان برنامه «بنجیدیم و دیدیم که بازتاب بدی داشت»؛ ولی ایشان پیشنهاد به ارائه آن موضوع داده بود که ما به ذیلی که گفتیم نتوانستیم به پیشنهاد ایشان عمل کنیم. البته در سازمان ذهنیت همه مدیران تقریباً به هم شبیه است و خود آقای خجسته فردی است کار کرده و پیشنهادهایی ندارند که کاربردی نباشد و همه حرف‌های ایشان در چارچوب تجربه رادیوست.

گرفتنی‌های زیاد بتواند به خانواده‌اش هم برسد.

○ **آیا تا به حال شده است وقتی که شما در منزل هستید، دکتر خجسته به شما زنگ بزند و یا شما کاری داشته باشید؟**  
 □ بله، بارها. گاهی ساعت ده، دوازده شب، و با صبح زود و با صبح خودشان با از دفترشان زنگ می‌زنند و برای فردا یا من قرار کاری می‌گذارند.

○ **این موضوع برای خانواده شما مزاحمت ایجاد نمی‌کند؟**  
 □ به هر حال بعضی وقت‌ها به واسطه چنین فشارهایی، برنامه‌هایی که با خانواده داشته‌ام، به هم خورده است. ولی این مسئولیتی است که پذیرفته‌ام.

○ **من از میز کارتان می‌فهمم که شما آدم پرکاری هستید و با موضوعات متعددی رو به رو هستید. این درست است؟**  
 □ شاید میز کارم این طور نشان بدهد.

○ **ولی در هر حال شما با این موضوعات مواجه هستید.**

□ بله، در هر حال ما در محیط کار هم با مسائل متعدد اجرایی دست به گریبان هستیم و هم از لحاظ محتوا باید بتوانیم اطلاعاتمان را به روز کنیم. این شلوغی روی میز سی، چهل درمادش محتوایی است و بقیه‌اش هم اجرایی و اداری و تشکیلاتی و من دوست داشتم این نسبت عکس بود و محتوایی بیشتر بود.

○ **چه شغلی به شما پیشنهاد بشود، اینجا را واگذار می‌کنید؟**

□ اگر امکان ادامه تحصیل برابم فراهم شود، ترجیح می‌دهم به ادامه تحصیل بپردازم.

○ **منظورم شغل بود؛ مثلاً کاری در وزارت کشور یا در خیرگزاری‌های جمهوری اسلامی و یا هر جای دیگر که برای شما جذابیت داشته باشد.**

□ من به کارهای مربوط به اینترنت و نشر هم علاقه دارم؛ ولی کار رسانه‌ای مثل رادیو هنوز برابم جذابیت‌های زیادی دارد.

○ **آیا برای رادیویی که آن را مدیریت می‌کنید، آرزویی دارید؟**

□ دوست دارم وضعیت شبکه ما به این