

رادیو در حلقه نخبگان



❖ تدوین و تنظیم: هیئت تحریریه مجله رادیو

اشاره

بالندگی و شکوفایی بیش از پیش رادیو در سپهر پرقابلیت رسانه‌ای و قرارگیری آن در جایگاه رسانه‌ای سرآمد و متشخص در ایران امروز، جز با بهره‌گیری مستمر از آرا و اندیشه‌های صاحب‌نظران و نخبگان در عرصه‌های گوناگون دانش و معرفت به دست نمی‌آید. تعامل دوسویه در راستای درک هرچه افزون‌تر دغدغه‌های دلسوزانه و منصفانه اصحاب اندیشه و نظر در مقابل، شناخت هرچه بهتر استعدادها و ظرفیت‌های اصحاب رسانه می‌تواند طبیعه‌ای شایسته در همراهی و همگامی نظر و عمل و در رهروی مناسب راه پرفراز و نشیب دستیابی به آرمان‌ها، اهداف و چشم‌انداز متعالی پیش‌رو به‌شمار آید؛ اگرچه حرکت به کمال را هیچگاه پایان و کرانی متصور نیست.

صدای جمهوری اسلامی به منزله صدای ملی همواره و در همه حال، و امروز بیش از هر زمان، مفتخر به میزبانی استادان و صاحب‌نظران عرصه‌های ارتباطات و جامعه‌شناسی بوده است و از اندیشه‌های کارگشای آنها در طراحی و تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های خود بهره گرفته است تا با مهندسی و مدیریت شایسته پیام به سرآمدی و تشخیص در دامنه فعالیت‌های ایستگاه‌های رادیویی عمومی، اختصاصی و تخصصی خود دست یابد و پیش‌تاز و پیشگام در عرصه‌های مورد انتظار و تأثیرگذار بر افکار عمومی جامعه و مخاطبان هدف باشد.

حضور استادان بزرگوار در نشست صمیمانه که به برکت روزها و شب‌های گران‌سنگ ماه پرفیض رمضان برگزار و به زیور ارائه اندیشه‌ها و طرح دغدغه‌های دلسوزانه نخبگان آراسته شد، گواهی آشکار بر چنین پیوند و تعاملی است.

آنچه در پیش روی شما خوانندگان کرامی قرار دارد، گزارشی است از مهم‌ترین محورهای طرح‌شده در چنین نشستی آغازین که از این پس به صورت فصلی برگزار می‌شود تا نویدی بر آغاز حرکتی پرتلاش‌تر از پیش بر دستیابی هرچه نزدیک‌تر به منزلگاه‌های بالاتر و والاتر پیشرفت در سایه‌سار عدالت در دهه چهارم انقلاب اسلامی، نزد برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان صدای جمهوری اسلامی به‌شمار آید.

در آغاز نشست، محمدمهدی لیبی، مدیرکل پژوهش‌های رادیو، با آرزوی قبولی طاعات و عبادات و تشکر از حضور استادان محترمی که در ماه مبارک و گرمای تابستان و تعطیلی دانشگاه‌ها قدم رنجه کرده‌اند، هدف از برگزاری نشست را، برگزاری جلسه‌ای صمیمانه عنوان کردند که در آن قرار است رسانه جمعی رادیو، از زاویه نگاه دانشگاهیان عزیز به صورت خاص بررسی شود. آقای لیبی اذعان داشت که در دو سال اخیر حجم زیادی از بررسی‌ها در ابعاد و جنبه‌های گوناگون رادیو به انجام رسیده است و مواردی متعدد، چه از نظر کمی و چه کیفی، مدنظر قرار گرفته است که در پرتو آن، سعی بر کاهش ایرادها و اشکالات بوده است. ایشان از حاضران در نشست درخواست کرد که انتقادات و پیشنهادهای خود را به بهترین شکل ممکن ارائه دهند تا نگاه استادان از بعد علمی بررسی شود؛ به‌ویژه آنکه تعدادی از استادان از زمره پیشکسوتان رادیو به‌شمار می‌آیند. در ادامه، جناب محمدحسین صوفی، معاون صدا، با آرزوی قبولی طاعات و عبادات و تشکر از حضور استادان دانشگاه، مراسم افطاری را به آغازی برای برگزاری مستمر نشست‌هایی از این دست تعبیر کردند که در آن، بیشتر حاضران از مسئولان دست‌اندرکار در عرصه‌های تحقیق، پژوهش و اندیشه هستند. معاون صدا در ادامه مختصری از شرایط امروزی رادیو را در سپهر رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران ارائه و بیان کردند که در حال حاضر ۱۶ ایستگاه رادیویی عمومی، اختصاصی و تخصصی وجود دارد که برخی از آنها حتی به‌صورت برون‌مرزی در حال کار و فعالیت هستند. همچنین، بیش از ۳۰ رادیوی استانی و شهری با بُرد محدود نیز در حال کار و فعالیت هستند.

معاون صدا محور سخن اصلی نشست را در دایره همان ۱۶ ایستگاه رادیویی عمومی، اختصاصی و تخصصی مشخص کردند که شماری از آنها مانند: **قرآن و معارف**، تخصصی و شماری دیگر مانند: **جوان و فرهنگ**، اختصاصی و باقیمانده عمومی هستند؛ مانند: **رادیو پیام** و...

ایشان از راه‌اندازی رادیوهای خانواده و نمایش در آینده‌ای نزدیک خبر دادند که در زمره رادیوهای تخصصی صدا خواهند بود.

معاون صدا همچنین از رادیو اینترنتی **ایران صدا** یاد کردند که به‌صورت ترکیبی از

بخش‌های عام و خاص کارکرد دارد و در دل خود نیز بسیاری از بخش‌های رادیوهای دیگر را در آرسنیو خود به مدت شش ماه نگهداری می‌کند. نکته جالب توجه آن است که در طول شبانه‌روز چیزی در حدود ۳۵۰ ساعت برنامه رادیویی تولید و پخش می‌شود که در کنار آن، اداره کل پخش اخبار صدا در معاونت سیاسی سازمان، بخش‌هایی مانند اخبار به‌صورت جداگانه ارائه می‌شوند. ایشان در ادامه به طرح چند پرسش از استادان حاضر در نشست دست زدند:

- پرسش اول: با توجه به موقعیت امروزی رسانه‌ها، مهم‌ترین جایگاه و نقشی که رادیو در سپهر رسانه‌ای دارد، چیست؛ به‌ویژه آنکه طبق پژوهش‌های صورت‌گرفته هر اندازه که مخاطبان از نظر اطلاعات و تحصيلات در مقطع بالاتری قرار می‌گیرند، ارتباطی بیشتر با رادیو برقرار می‌کنند؟

■

معاون صدای رسانه ملی: ما می‌خواهیم بیش از گذشته تعامل میان دانشگاهیان و رسانه برقرار باشد. پس اگر جلسات، مقالات و کارگاه‌هایی آموزشی سراغ دارید که به کار محصولات تولیدی مکتوب می‌آیند؛ مانند: انواع کتب یا مجلات رادیویی، به ما معرفی کنید تا در روندهای برنامه‌سازی استفاده شوند یا در فعالیت‌های آموزشی صدا و یا فعالیت‌های آموزشی دانشکده مورد استفاده قرار گیرند.

■

رتال جامع علوم انسانی

- پرسش دوم: در شرایط فعلی رسانه‌ای، مزیت نسبی رادیو چیست و چطور می‌توان آن را حفظ کرد و استفاده از آن را گسترش داد؟

- پرسش سوم: با توجه به محدودیت‌هایی که در زمینه پخش موسیقی و دیگر مواردی از این دست وجود دارد، چه مواردی به عنوان جایگزین پیشنهاد می‌شود؛ به‌ویژه آنکه به‌صورت مستمر درخواست‌هایی متفاوت برای موسیقی ارائه می‌شود؟

- و پرسش چهارم: رابطه میان رسانه رادیو و گروه‌های نخبه چیست و نخبگان چه جایگاه و نقشی باید در رادیو داشته باشند؟

سپس دکتر غلامرضا جمشیدیها، رئیس دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، انتقاد کردند که معمولاً ارتباط میان رادیو و استادان ادامه‌دار نبوده است و تنها در دقیقه ۹۰ به حضور استادان اهمیت داده می‌شود. دکتر اعظم راودراد، استادیار گروه ارتباطات دانشگاه تهران، در آغاز بیان کردند که دانشجویانی که در مقوله رادیو تحصیل می‌کنند، به سختی می‌توانند با رادیو رابطه‌ای برقرار کنند. وضعیت موجود تنها در صورت احساس نیاز رادیو پدید می‌آید و در صورت احساس نیاز دانشگاه، معمولاً همکاری لازم جهت برقراری ارتباط صورت نمی‌پذیرد! و گزارش‌هایی که دانشجویان درباره بازدید خود از رادیو به صورت شخصی می‌دهند، ناامیدکننده قلمداد می‌شود.

خانم راودراد در آسیب‌شناسی برنامه‌های رادیو به دو محور اصلی اشاره کرد که اولی، موردی است که نمی‌تواند در اختیار رادیو باشد، اما بر رادیو تأثیرگذار است؛ مانند: بحث مشروعیت موسیقی در کشور و پذیرش اعتمادسازی رادیو در عرصه تولید و پخش خبر که در اختیار معاونت سیاسی است. چون چنین پس‌زمینه‌ای وجود دارد، ارتباط با مخاطب بسیار کم می‌شود. ایشان اصرار داشتند کیفیت پایین نیست، اما مخاطب پایین است که به همین مورد اول بازمی‌گردد.

دکتر راودراد در مورد دوم به بحث محتوا در رادیو اشاره کردند و اذعان داشتند که برخی موارد به شدت رادیویی هستند؛ مانند: خبر، گفت‌وگو و موسیقی که محتوا را تشکیل می‌دهند که البته خود هدف نیستند، اما به مطرح‌شدن رادیو کمکی شایان می‌کنند.

ایشان اذعان کردند که پس از اعتمادسازی باید به مخاطب توجه شود؛ به‌ویژه که مخاطب امروز، مخاطب دیروز نیست و حتی شیوه ارتباط او با رادیو عوض شده است و به همین دلیل، جایگاه و نقش رادیو تغییر یافته است. رادیو پرکننده خلأ ارتباطی است که به سهولت و با کمترین هزینه در دسترس قرار دارد.

استادیار گروه ارتباطات دانشگاه تهران یادآور شد که در فضای آزاد رادیو هست و بسیاری از رسانه‌های دیگر نیستند. بنابراین، اگر جایگاه مخاطب به درستی مشخص شود، برنامه‌سازی نیز به صورت هدفمندتری اجرا و پیاده‌سازی می‌شود. اگر به مخاطب خارج از منزل و محل کار، مانند: ترافیک، پارک و... توجه شود، نقش

رادیو، پررنگ‌تر می‌شود و رادیوهای خاموش، دوباره روشن می‌شوند!

در ادامه، دکتر موسی عنبری، استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، از قابلیت رقابت رادیو با ابزارهای ارتباطی جدید گفتند و اشاره کردند که به عنوان نمونه، تلویزیون با توجه به حضور تصویر دارای جایگاه و نقش پررنگ‌تری است و در برخی موارد مانند کارهای متفکرانه نمی‌توان به رادیو گوش داد. اما مزیت رادیو آن است که در بسیاری موارد به هنگام کار یا عملکرد خاصی می‌توان به رادیو پرداخت و باید با شناخت این مزیت نسبی از آن بهره برد تا رادیو را بیشتر و بهتر مطرح کرد، برای نمونه می‌توان بحث پیوند رادیو و کار را مطرح کرد. به عنوان مثال، می‌توان از **رادیو پیام** یاد کرد که می‌تواند گره‌های ترافیکی را نیز به رانندگان یادآوری کند. در ضمن باید به محتوا در پیوند دو مقوله کار و رادیو پرداخت. برای مثال، می‌شود از موسیقی‌های مناسب استفاده کرد. استفاده از موسیقی‌های اکشن، محلی و... نیز پیشنهاد می‌شود. همچنین، بخشی از ساعت‌های پخش به صورت استانی و بومی استفاده شود.

سپس دکتر مریم نجار نهانودی، معاون فرهنگی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، شروع به صحبت کردند و گفتند: از **رادیو گفت‌وگو** تماس گرفتند و قرار شد که درباره اخلاق کار صحبت کنیم. به سرعت از من می‌خواستند که برای یک‌ربع ساعت برای مخاطب عام صحبت کنم. این اشکال کار است. بنابراین بهتر است مخاطب را بشناسیم و سپس به تولید برنامه بپردازیم، که البته این مسئله در مخاطب عام زیاد جواب نخواهد داد. حال آن که در رادیوهای تخصصی نظیر **رادیو تجارت** یا **رادیو سلامت** جواب خواهیم گرفت. در ضمن باید از فوری‌گرایی پرهیز کرد؛ چرا که از کیفیت کار کاسته می‌شود.

همچنین دکتر نهانودی اذعان داشتند که باید بیشتر به بازخورد فعالیت رادیوهایی چون **رادیو جوان** پرداخت. اما ایشان این گلایه را هم داشتند که چرا نشست‌ها با این فاصله‌های زمانی طولانی برگزار می‌شود؟! اگر این روند و گسستگی ادامه پیدا کند، احتمالاً به تدریج از حضور استادان کاسته می‌شود!

پس از آن، دکتر غلامرضا غفاری، استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران به ایراد سخن

پرداختند و در آغاز خواستار تبیین فضا و موقعیت محیطی شدند. ایشان اذعان داشتند که به نظر می‌رسد رادیو در حیات اجتماعی امروزی به تدریج در حال حذف شدن است. استدلال ایشان نیز پژوهشی بود که در حدود ۶۰ روستا انجام شده است که رادیو در این روستاها آخرین رسانه به حساب می‌آمده است.

دکتر غفاری بعد سوم را احساس نیاز مردم به رادیو دانستند و تأکید کردند که تلویزیون هم باید برای رادیو تبلیغ کند، و رادیو را به سید کالاهای فرهنگی مردم بکشاند.

در ادامه، دکتر سیدضیاء هاشمی، استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، گفتند که احتمالاً دغدغه‌هایی وجود دارد که چنین پرسش‌هایی مطرح می‌شود. من می‌توانم با تجربه‌ای که دارم به یک سؤال تا یک و نیم سؤال پاسخ دهم. رادیو به عقیده من نباید با تلویزیون مقایسه شود، چرا که جایگاه خودش را دارد و در این جایگاه تا حدودی موفق بوده است. برنامه‌ای مانند جمعه ایرانی رادیو ایران موفق بوده است. رادیوهای **پیام** و **گفت‌وگو** موفق‌تر بوده‌اند. در حقیقت، رادیویی که صدای جامعه و مردم باشد، موفق خواهد بود.

جالب آن است که رادیو در عرصه‌هایی مانند گفت‌وگو به جاها و بحث‌هایی وارد می‌شود که ستودنی است. اما در جاها و مسائلی وارد نمی‌شود که یا ظاهراً نمی‌شود یا نمی‌خواهیم به آن بپردازیم؛ مانند: مسائل جوانان و مسائل خاص. رادیو باید به این عرصه‌ها وارد بشود؛ چرا که در حال حاضر به جایی وارد می‌شود که غیر از سیر حرکت جامعه است. ما در رادیو، جامعه‌ای ذهنی را تصور می‌کنیم، اما در جامعه عینی واقعیت‌هایی دیگر را می‌بینیم. در این حالت، نظام، رسانه خودش را از دست خواهد داد. ایشان درباره ارتباط با نخبگان گفتند باید اتاق فکر تشکیل شود تا از مدیران ارشد و رده‌های میانی تا پایین در آن حضور داشته باشند. رادیو باید خطر کند و رابطه دوسویه با استادان را بپذیرد. این موضوع باید استمرار داشته باشد تا عرصه‌هایی فراهم شود که استادان علوم اجتماعی بتوانند موارد موردنظر خود را مطرح کنند. دکتر هاشمی در ادامه درباره ضعف گویندگان و مجریان رادیو سخن گفتند و اشاره کردند که آموزش باید به صورت مستمر باشد و حتی در دانشگاه‌ها ادامه یابد؛ نظیر دوره‌های ضمن خدمت که باید برای

همه دست‌اندرکاران و عوامل رادیو باشد. درباره بحث موسیقی هم، موسیقی غنایی محدود است، اما موسیقی ناب ایرانی می‌تواند در بازه گسترده‌ای به کار بیاید. همچنین می‌شود با شعر و مشاعره به عناصر فرهنگی پرداخت و رادیو را پربارتر کرد.

در ادامه، دکتر علیرضا دهقان، استادیار گروه ارتباطات دانشگاه تهران، سخنان خود را اینچنین آغاز کردند که بعضی از سخنان را همکاران ایراد کرده‌اند و من بیشتر به جمع‌بندی می‌پردازم: در مورد مزیت‌های رادیو، چند نکته باید در نظر گرفته شود؛ نظیر: سرعت، حرکت، محیط و مخاطب که تأیید درستی این موارد، موفقیت‌های رادیوهایی چون **پیام** یا **جوان** است. این نشان می‌دهد که رادیو می‌تواند خلأهایی را در جامعه پر کند؛ چرا که رادیو در اطلاع‌رسانی سریع‌تر از تلویزیون است. همچنین، مسائل خاص و مخاطب‌های خاص هم اهمیت دارند که اشاره شد با افزایش سن و علم افراد، مخاطبان رادیو افزایش پیدا می‌کند. در مورد سن با این مسئله موافقم، اما در مورد تحصیلات نظر مساعدی ندارم؛ به خصوص که در بسیاری موارد باید همان‌طور که گفته شد، به مسائل خاص و مخاطب خاص توجه کرد؛ مانند: موضوع هدفمند کردن یارانه‌ها. در مورد ارتباط با نخبگان، باید رابطه دوطرفه وجود داشته باشد و مسائل قابل طرح از سوی استادان برای رادیو مطرح شود. رادیو رسانه خوبی است؛ به شرطی که تنها حرف نرزد و گوش شنوا هم داشته باشد.

رادیو می‌تواند امکانات خوبی در اختیار دانشگاهیان قرار دهد تا نیروهای کارآمد برای آینده تربیت شوند. هزینه چنین کاری در حد صفر است و سود دوسویه خواهد داشت که هم به دانشگاه کمک خواهد کرد و هم نیروهای کارآمد برای آینده رادیو تربیت می‌کند.

در زمینه موسیقی هم، موسیقی یک موضوعی مهم و کارآمد است، و من بیشتر از موسیقی در رادیو بهره می‌برم و از رادیو آوا استفاده می‌کنم. البته تصور می‌کنم که موسیقی می‌تواند با توجه به درخواست مخاطب با تنوعی بسیار بیشتر پخش شود.

سپس، دکتر مهدی بنی‌هاشمی، مدیر گروه ارتباطات دانشکده صدا و سیما، به ایراد سخن پرداختند و گفتند که وقتی از رسانه رادیو صحبت می‌شود، یکی از عجیب‌ترین فرایندها در مغز

مخاطب به کار می‌افتد، و این صحنه می‌گذارد به این مسئله که آدمی فربه شود از راه گوش! مناطق تخصصی مغز که کار شنوایی را انجام می‌دهند، از جمله پیچیده‌ترین بخش‌های مغز هستند.

ایشان اذعان داشتند که بیشترین کوتاهی از جانب خود عوامل است. اگر **BBC** مطرح است، از عوامل درست استفاده می‌کند. این غیرمنصفانه است که ما ناکارآمدی خود را به گردن کارکرد رادیو بیندازیم. این درست مثل آن است که ما تلویزیون خود را ناکارآمد بدانیم، چون ماهواره‌ها بهتر هستند! من می‌گویم که ما در تلویزیون فقط سر می‌بینیم و تلویزیون کار خود را به درستی انجام نمی‌دهد، در مورد رادیو هم، همین مسئله وجود دارد. راه نجات رادیو، پرداختن به کارکرد اصلی رادیو در جامعه است. اگر بخواهیم به صورت

تربیت رسانه‌ای نکرده‌ایم، که عشایر با خود دیش ماهواره می‌برند. این که می‌گویند شنیدن کی بود مانند دیدن، به مفهوم برتر بودن دیدن نسبت به شنیدن نیست، بلکه به مفهوم آن است که هر کدام از رسانه‌ها جایگاه خاص خود را دارند. نکته دیگر این است که سیر معکوس ورود افراد رادیویی به تلویزیون به خاطر برآوردهای کم رادیوست که گلابه چندده ساله اخیر رادیویی‌هاست. بار دیگر یادآوری می‌کنم که رادیو موتور وجودی انسان را به کار می‌اندازد، در حالی که ارتباط دیداری بسیار ساده است.

دکتر عبدالله گیویان، استادیار گروه ارتباطات دانشکده صدا و سیما، با یادآوری خاطره‌ای از حضور خود در میدان ارگ و **رادیو تهران** شروع به سخنرانی کردند؛ زمانی که قرار بود در مورد کلیپ‌های صوتی سخنرانی کرده در



محمد مهدی لبیبی: در دو سال اخیر حجم زیادی از بررسی‌ها در ابعاد و جنبه‌های گوناگون رادیو به انجام رسیده است و مواردی متعدد، چه از نظر کمی و چه کیفی، مدنظر قرار گرفته است که در پرتو آن، سعی بر کاهش ایرادها و اشکالات بوده است.

کاربردی به ارتباط با نخبگان بپردازیم، می‌توانیم بگوییم که در این امر رادیو دارد ادای تلویزیون را درمی‌آورد. حال آنکه رادیو باید به اصالت خودش بازگردد و آن در مرحله اول استفاده درست از زبان است، که ما نوع بد آن را به شدت در رسانه، مثل **رادیو جوان** می‌بینیم که در آن زبان دستکاری می‌شود.

بخش دوم موسیقی است، که من هنوز هویت موسیقایی رسانه را نمی‌دانم. رادیو موظف است که موسیقی اصیل ایرانی را بلندمرتبه کند. باید در این مورد شفاف صحبت کرد. رادیو رسانه‌ای برای پرکردن خلأ نیست؛ رادیو رسانه اصلی ماست و باید به‌روز باشد. وقتی می‌گوییم دنیا پرسرعت است، به این مفهوم نیست که مجری باید تندتند حرف بزند، بلکه علم مجری باید به‌روز باشد. ما

محیطی سنتی به دنیای مدرن فکر کنند. ایشان در ادامه سخن اشاره داشتند: در دوره‌ای فکر می‌کنم «صدا» چه شرافت بزرگی است و ما چقدر از آن غافل می‌شویم!

از زاویه دیگر، رادیو داش اکل است؛ بسیاری از رسانه‌ها را مطرح کرد و به اوج رساند. در حقیقت، دیگران از توانایی‌های رادیو خوب استفاده کردند و شاید قابلیت‌های رادیو را برای خودشان مصادره کردند، اما سؤال مهم آن است که مگر توقع ما از رادیو چیست که برآورده نشده است؟ ما چه جایگاهی برای رادیو تصور می‌کنیم و چقدر از آن جایگاه فاصله داریم؟

رادیو در بسیاری موارد بسیار جلوتر از تلویزیون است. تصور من آن است چیزهایی که در اختیار رادیو نیست و محیطی که رادیو را در بر می‌گیرد،

باعث شده است که رادیو احساس کنند در جایی که باید، نیست. در حقیقت، اتفاقاتی در جامعه ما رخ داده است که بسیاری از آن در اختیار رادیو نبوده است. در رادیو ما قادر متعال نیستیم که بخواهیم همه چیز در دست ما باشد. ما محدودیت‌هایی داریم؛ چه در مورد مخاطبان و چه در مورد شرایط. اما من چند مورد را مطرح می‌کنم: یکی از ویژگی‌های اصلی رسانه‌ها آیینی‌سازی است که بسیار مفید است. ما باید حواسمان را جمع کنیم و تا آنجا که می‌توانیم باید در مورد این اتفاق مراقب باشیم. این مسئله در تلویزیون و در خبر رخ می‌دهد که شروع آن با صلوات است، که اساساً جنس آن با خبر دوتاست. ما باید شرافت صدا را در رادیو حفظ کنیم و حتی اگر خواستیم ابزاری باشیم، باید ابزار خوبی باشیم. یکی از اتفاقات مهم در تاریخ رسانه‌های جهان شکل گرفتن صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران است که انصافاً از نظر جمع و جور کردن آن مشکل است که ما در عمل به آن رسیدیم. اما این چگونه باید مطالعه شود؟ با روش‌های کمی نمی‌شود مطالعه کرد. این حادثه منحصر به فرد را باید از نزدیک و به‌عنوان پدیده‌ای خاص مطالعه کرد. ما در دانشکده این کار را پیش بردیم که متأسفانه معلق مانده است. آنچه نظریه‌پردازی را در حوزه رادیو می‌تواند پیش ببرد، تحقیقات و پژوهش‌های کیفی است. درباره **رادیو تهران**، این موضوع کاملاً گسترده به انجام رسیده است، و خواهش می‌کنم که در موارد دیگر به انجام برسد. ما می‌رویم و اینها خاک خواهند خورد. اینها را با روش‌های پیمایشی نمی‌توانیم ارائه کنیم. در مورد مراجعه به دانشگاهیان، باید روال درستی در نظر گرفته شود. به‌خاطر بسپارید که، اصل دعوی ما بر سر فرهنگ است، چرا آنقدر جامعه‌شناسی را ترویج می‌کنیم؟

نقدی هم به دانشگاهیان دارم: یکی از دلایلی که دوستان برنامه‌ساز از دانشگاهیان کمتر بهره می‌برند، این است که ما بلد نیستیم به زبان رادیو و عام نظریات خود را بیان کنیم که برای مخاطبان متناسب با موضوع، صحبت کنیم. دست‌اندرکاران هم باید بدانند که هر کدام از نخبگان نباید بتوانند رادیویی صحبت کنند!

دکتر داوود نعمتی انارکی، استادیار گروه ارتباطات دانشکده صداوسیما، گفتند: با شنیدن رادیو به یاد موسیقی و طنز، بحث‌های جدی، و

دکتر اعظم راورداد: اگر جایگاه مخاطب به درستی مشخص شود، برنامه‌سازی نیز به صورت هدفمندتری اجرا و پیاده‌سازی می‌شود. اگر به مخاطب خارج از منزل و محل کار، مانند: ترافیک، پارک و... توجه شود، نقش رادیو، پرننگ‌تر می‌شود و رادیوهای خاموش، دوباره روشن می‌شوند!



دکتر سیدضیا هاشمی: رادیویی که صدای جامعه و مردم باشد، موفق خواهد بود... باید اتاق فکر تشکیل شود تا از مدیران ارشد و رده‌های میانی تا پایین در آن حضور داشته باشند.



دکتر محمدرضا جوادی یگانه: بحرانی که از آن دم می‌زنیم، رادیو نیست. گرچه رادیو نقص دارد، اما تلویزیون و بزرگی بی‌حد آن، بحران است... جاهایی که تلویزیون نمی‌تواند برود، رادیو برود؛ مانند: ورزش بانوان و کنسرت بانوان، تا همین که هرکس حرفی دارد، بیاید سراغ رادیو.



دکتر غلامرضا غفاری: تلویزیون هم باید برای رادیو تبلیغ کند، و رادیو را به سبب کالاهای فرهنگی مردم بکشاند.



در گذشته، خبر - که الآن به واسطه کانال‌های مختلف تلویزیونی جایگاه چندانی ندارد - می‌اقتم. رادیو در موسیقی و طنز خوب ورود کرده است؛ مانند: **جمعه ایرانی رادیو ایران**، که از حدود ساعت ۹ صبح تا ۱۲ رادیو روشن بود و تلویزیون خاموش.

در بحث‌های جدی هم رادیو در برخی موارد خوب ورود پیدا کرده است، اما در برخی موارد مخاطب را رها می‌کند. بررسی‌های ما نشان می‌دهد که نگرش‌های جامعه را می‌شود در سه منطقه تقسیم‌بندی کرد: اول؛ «خط قرمزها» که رسانه ورود نمی‌کند، دوم؛ «اجماع» که همه آن را قبول دارند؛ و منطقه سوم؛ منطقه «اختلاف مشروع» است که مخاطب از سوی رادیو خوب جذب می‌شود. رادیو در برخی مواقع بسیار خوب به این حوزه وارد شده است، اما بعضی وقت‌ها این حوزه را رها کرده است. حال آنکه **بی.بی.سی فارسی** پس از آن مخاطب ما را هدف گرفت. این مشکل در رادیو هم وجود دارد. مورد دیگر که نتیجه آن به رادیو بازمی‌گردد، بحث خبر است. اخبار ما که حتی در تلویزیون هم هست، مدام کپی‌برداری شده و تکرار می‌شود. تعامل رادیو با اداره کل پخش اخبار صدای معاونت سیاسی سازمان می‌تواند حوزه رقابتی را به وجود بیاورد و دگرگونی خوبی ایجاد کند.

آقای دکتر محمدرضا جوادی‌یگانه، استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، دیگر سخنران این نشست بودند. ایشان بر این عقیده بودند که حس و فهم تازه‌ای در صحبت‌های دوستان هست که باید کار شود. ما در علوم انسانی پیشرفت کردیم و از جامعه خیلی عقب نیستیم. وضع رادیو بدتر از جاهای دیگر نیست.

ما معضلی داریم که در صحبت افراد بود و آن هم تلویزیون است، که مثلاً در پس از افطار وقت مردم با مجموعه‌های نمایشی متوالی تلویزیونی گرفته می‌شود. ضرورتی ندارد که ضلع چهارم سفره افطار، تلویزیون باشد.

ما در برابر جاذبه تلویزیون راهی نداریم. باید جاذبه اینچینی تلویزیون کم شود. پس مسئله اساسی رادیو، تلویزیون است. مسئله اصلی کشور هم تلویزیون است. توجه به تلویزیون باعث می‌شود که افراد کمتر به کتاب، ورزش و گفت‌وگو در خانه رو بیاورند. شما ببینید در زمان افطار تا خواب افراد خانواده چند کلمه با هم حرف

می‌زنند؟! پس بحرانی که از آن دم می‌زنیم، رادیو نیست که این مهم باید در جای خودش بررسی شود.

نکته دیگر این که رادیو انگلیسی داشته باشیم، که در داخل کشور روی موج FM پخش شود و مخاطب جوان را جذب کند. نکته دیگر آنکه جاهایی که تلویزیون نمی‌تواند برود، رادیو برود؛ مانند: ورزش بانوان و کنسرت بانوان، تا همین که هر کس حرفی دارد، بیاید سراغ رادیو.

دکتر حسین میرزایی، عضو هیئت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، از مصاحبه **BBC** با یکی از اندیشمندان، یاد و اشاره کردند که ما هنوز به آنجا نرسیدیم که ارتباطی سازمان یافته با استادان و اندیشمندان برقرار کنیم. این هزینه‌ای ندارد که زیاد باشد، اما اساساً موجود نیست، در حالی که در دانشگاه ایلی‌نویز آمریکا، این جزو شاخص‌های اصلی است، ما باید در این زمینه هزینه کنیم. مثلاً کسی که به رادیو می‌آید فایل سخنان خود را داشته باشد. همچنین هزینه‌های دیگری باید باشد مثل کپی‌رایت، برای موسیقی یا هر اثر دیگری. رادیو می‌تواند این کار را شروع کند، و میزان هزینه چندان مهم نیست. انجام آن طبق یک روال مشخص مهم است، چون حق مادی و معنوی را جا می‌اندازند. همچنین، ما باید یک نظام ارزیابی داشته باشیم که تعامل وزارت علوم و رسانه در این زمینه کارساز خواهد بود. اینترنت بسیاری از مشکلات را حل کرده است، و شما این را در همه مقالات، کتب و ... در دانشگاه به روز می‌بینید.

وقتی این اتفاق در رادیو بیفتد، استادان هم آماده‌تر حاضر می‌شوند. در ضمن سال‌ها قبل دانشگاه تهران رادیویی را راه‌اندازی کرد که با شکایت رئیس وقت سازمان تعطیل شد. این وضعیت انحصاری رادیو چندان مناسب نیست و رادیو می‌تواند رادیوهایی مشارکتی با برد کوتاه ایجاد کند.

همچنین، به عقیده من، بسیاری از خطوط قرمز در رادیو می‌توانند کمرنگ‌تر شوند؛ چون دیداری نیستند. بسیاری از افرادی که در تلویزیون نمی‌شود آنها را نشان داد، می‌شود در رادیو از آنها استفاده کرد. نخبگان گاهی نقد می‌کنند و گاهی [با پوزش از حضار] نق می‌زنند، اما اگر خاموش بشوند بد می‌شود. ما خطوط قرمز را خودساخته بی‌دلیل افزایش داده‌ایم و اصول را از چند تا به

صد تا [به‌عنوان نمونه] رسانده‌ایم. در حالی که می‌شود بسیاری از اقدامات را انجام داد. ما باید خطوط قرمز را مشخص کنیم تا آزادی مشخصی داشته باشیم؛ اگرچه این امر هزینه‌هایی خواهد داشت.

در پایان، معاون صدا با تشکر از اظهارنظرهای استادان گفتند که به پرسش‌ها کمتر پرداخته شد، اما جلسه‌ای بسیار پر بار بود. ایشان گفتند که باید ساز و کارها، اجرایی و رسانه‌ای و با حضور نخبگان عملیاتی شوند. در ضمن، مسائل مطرح شده باید پیگیری شوند. مقوله بعدی **مجله رادیوست** که در دو سال اخیر سعی بسیار شده تا رسانه‌ای‌تر شود.

ما می‌خواهیم بیش از گذشته تعامل میان دانشگاهیان و رسانه برقرار باشد. پس اگر جلسات، مقالات و کارگاه‌هایی آموزشی سراغ دارید که به کار محصولات تولیدی مکتوب می‌آیند؛ مانند: انواع کتب یا مجلات رادیویی، به ما معرفی کنید تا در روندهای برنامه‌سازی استفاده شوند یا در فعالیت‌های آموزشی صدا و یا فعالیت‌های آموزشی دانشکده مورد استفاده قرار گیرند.