

# همزبانی با مردم؛ همراهی با نخبگان

گفت‌وگو با حجت الاسلام لطفی نیاسر، مدیر رادیو معارف

❖ گفت‌وگو از: محمدرضا مانی‌فر

## اشاره

**رادیو معارف** رادیویی تخصصی است که به تبیین و نشر معارف اسلامی در جامعه می‌اندیشد. پشتیبانی و همراهی مستمر مراجع عظام تقلید، اندیشمندان و نخبگان حوزه و دانشگاه و در کنار آن، اقبال گسترده مخاطبان که از همان آغازین روزهای فعالیت، یار و یاور برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان **رادیو معارف** بوده‌اند، سرمایه‌ای گرانبساز برای این رادیوی تخصصی فعال در حوزه نشر معارف به شمار می‌آید؛ سرمایه‌ای که **رادیو معارف** را تنها در پوشش جغرافیای ملی و برای مخاطبان فارسی‌زبان محصور نساخته است، بلکه منجر به تشویق، ترغیب و حمایت برای تأسیس و راه‌اندازی کانال انگلیسی معارف با نام *The Call of Islam* شده است.

**رادیو معارف** با گذر شایسته از دیروز و امروز تحسین‌برانگیز خود و کسب تجربه‌های بسیار به پروازی دیگر در فردایی بهتر می‌اندیشد. تأمین هرچه بهتر زیرساخت‌های فنی مناسب برای سیگنال‌رسانی و پوشش حداکثری در سراسر کشور، توجه به بهره‌گیری نظام‌مند از توان و ظرفیت نخبگان، سازمان‌ها و نهادهای دست‌اندرکار مرتبط در پشتیبانی محتوایی برنامه‌ها، حضور گسترده و برنامه‌ریزی‌شده در میان مردم و ایجاد و تقویت پیوند روزافزون با مخاطبان، و نیز ایجاد تحول دائمی در ادبیات، بیان، آرایه‌ها و شیوه‌های برنامه‌سازی همگام با روند تغییرات و تحولات اجتماعی و فرهنگی، از جمله اولویت‌های پیش روی فعالیت‌های برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان **رادیو معارف** است.

**رادیو معارف** ضرورت هرچه افزون‌تر همزبانی با مردم و همراهی با نخبگان را در چشم‌انداز حرکت‌های آتی خود، بیش از پیش، درک و بر آن پافشاری می‌کند.



● فکر می‌کنم شما از جمله مدیران رادیوهای ما هستید که فعالیت خود را گام‌به‌گام از عرصه برنامه‌سازی و سپس برنامه‌ریزی آغاز کرده‌اید. اگر موافق باشید به گذشته بازگردیم و پیشینه فعالیت‌های شما را با یکدیگر مرور کنیم.

■ من در اسفند سال ۱۳۷۶ وارد مجموعه رادیو شدم و نخستین کار جدی خود را در ابتدای سال ۱۳۷۷ در جایگاه سردبیر یک برنامه رادیویی آغاز و ارائه کردم. البته بعداً گفتند چون ما نمی‌توانیم تهیه‌کنندگان مستقر در تهران را به قم، محل استقرار رادیوی درحال راه‌اندازی معارف، بیاوریم تا برنامه‌هایی متناسب با ویژگی ذاتی این رادیو یعنی عدم استفاده از موسیقی‌سازی بسازند، بهتر است شما و دیگر همکاران بیاید تهیه‌کنندگی کنید. بنابراین ما در قالب گروهی که همگی طلبه و دارای تحصیلات دانشگاهی و حوزوی بودیم به تهران آمدیم و دوره تهیه‌کنندگی رادیویی را گذراندیم. وقتی رادیو معارف در انتهای سال ۱۳۷۷ می‌خواست پخش مستقل برنامه‌هایش را به عنوان یک ایستگاه رادیویی آغاز کند، من هم سردبیر و هم تهیه‌کننده برنامه‌های قرآنی رادیو بودم. خاطرم هست در همان آغاز فعالیت این رادیوی تازه‌تأسیس به آقای موسوی‌تبار، مدیر وقت این رادیو، گفتم که من با این حوزه کاملاً آشنا هستم و توانایی ساخت برنامه‌های قرآنی را دارم. ایشان هم در ابتدای سال ۱۳۷۸ و در حالی که هنوز چند ماهی از تأسیس رادیو معارف نگذشته بود از من خواستند تا گروه قرآن و تفسیر رادیو معارف را تشکیل دهم؛ گروهی برنامه‌ساز که الان به نام گروه قرآن و حدیث شناخته می‌شود. از آن زمان تا سال‌های ۸۴-۱۳۸۳ هم مدیر گروه قرآن و حدیث، هم سردبیر و تهیه‌کننده برنامه‌های تولیدی و زنده و هم عضو کمیته‌های مختلف مانند کمیته موسیقی، کمیته آرشیبو، کمیته نویسندگی و دیگر کمیته‌های تخصصی این رادیو بودم. البته مدتی نیز همزمان در سال ۱۳۸۱ مدیر پخش رادیو معارف هم شدم که مدیریت آرشیبو نیز مدتی تحت‌نظر من قرار داشت. اما در سال‌های ۸۴-۱۳۸۳ بود که آقای بیات، مدیر اسبق این رادیو، به من گفتند با توجه به اشرافی که به

برنامه‌ها و گروه‌های برنامه‌ساز دارید، بهتر است به واحد طرح و برنامه بیاید. من هم به طرح و برنامه رفتم و مدیر طرح و برنامه شدم. شاید جالب باشد بدانید که در مقطعی هر وقت هر مدیری در رادیو معارف نبود، من سرپرست جایگزین آن مدیر با حفظ سمت می‌شدم. به عنوان نمونه، من همان موقع که مدیر گروه قرآن و حدیث بودم، سرپرست گروه اندیشه و حکمت هم بودم. بعد هم که به طرح و برنامه آمدم دوباره گروه اندیشه و حکمت دچار مشکل شد. پس بار دیگر به آنجا برگشتم و با حفظ سمت سرپرست آن گروه شدم. چند ماهی هم سرپرست گروه فقه بودم تا اینکه معاون سابق صدا، در اردیبهشت‌ماه ۱۳۸۷ فرمودند آقای محمدرزاده، مدیر پیشین رادیو معارف به تهران بیایند و عهده‌دار مدیریت رادیو قرآن شوند. به دنبال آن، من در ابتدا سرپرستی رادیو معارف را به عهده گرفتم و پس از چندی با حکم آقای صوفی، معاون صدا، اوایل سال ۱۳۸۸ مدیر رادیو معارف شدم.

● نگاهی گذرا به فهرست رادیوهای عمومی، اختصاصی و تخصصی صدای جمهوری اسلامی ایران نشان می‌دهد که دو رادیوی تخصصی قرآن و معارف در حوزه طرح مباحث تخصصی قرآنی و معارفی به فعالیت می‌پردازند. می‌خواهم شما به عنوان برنامه‌ساز با سابقه به این پرسش من به عنوان مخاطب و ناظری بیرونی پاسخ دهید که چه تفاوتی میان شیوه‌های برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی این دو رادیو وجود داشته یا «باید» وجود داشته باشد تا هویتی مناسب برای رادیوی تخصصی قرآن و نیز رادیوی تخصصی معارف ایجاد شود و این دو ایستگاه رادیویی از یکدیگر قابل تشخیص و متمایز شوند؟

■ می‌توان گفت که دو حوزه قرآن و معارف بسیار به یکدیگر نزدیک هستند. شاید ما هیچ وقت نتوانیم خطی حایل و مشخص میان این دو بکشیم و بگوییم این حوزه برای رادیو معارف و دیگری برای رادیو قرآن است. بنابراین باید سطحی از همپوشانی را بپذیریم. اما نکته‌ای که در این میان بسیار مهم است، آن است که چنین همپوشانی نباید

حداکثر شود و باید حداقل بماند. رادیو قرآن از سال ۱۳۷۸ ناگهان از سمت تولید و پخش برنامه‌های قرآنی و قرائت قرآن به سمت تولید و پخش سخنرانی و برنامه‌های کارشناس محور و مشاوره‌ای گرایش پیدا کرد. فکر می‌کنم کسانی که در این باره بیشتر ایراد می‌گیرند، این ایراد را به آن مقطع زمانی به بعد وارد می‌کنند. من در همان زمان هم خدمت دکتر ساری، مدیر وقت رادیو قرآن، عرض کردم که شما به سمت برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی به سبک رادیو معارف به پیش می‌روید. تولید و پخش درس‌های اخلاق شاخصه رادیو معارف است. من نمی‌گویم که تولید و پخش این برنامه‌ها از رادیو قرآن اصلاً صورت نگیرد، اما اگر به طرح اینگونه مباحث دقت کنیم کاملاً می‌بینیم که این مباحث برای رادیو معارف است و بهتر است در رادیو قرآن نباشد. حال اگر برنامه‌ای اخلاقی و برگرفته از اخلاق قرآنی باشد، می‌تواند در رادیو قرآن هم مطرح شود. حتی هم شد که بیایم حیطه‌های فعالیت را اینگونه معرفی و مرزبندی کنیم که در حوزه قرائت، هر چیزی که به آموزش قرآن و مفاهیم قرآنی- البته نه در سطح تخصصی قرآنی- مربوط است به رادیو قرآن بازگردد و برای این رادیو باشد. سطح تخصصی را از آن سبب جدا کردیم که باز به همان حیطه رادیو معارف وارد می‌شد. البته شاید اینجا همان نقطه خاکستری و فصل مشترک فعالیت‌های ما باشد. یا اینکه رادیو قرآن گروه سنی ۱۸ سال به پایین را پوشش دهد و رادیو معارف گروه سنی ۱۸ سال به بالا را، که شامل دانشجویان و دیگر گروه‌های اجتماعی می‌شود.

به نظرم، اگر اینگونه خط‌کشی‌ها و مرزبندی‌ها را لحاظ کنیم، می‌توانیم به شاخص‌ها و معیارهایی برای تمایز و همپوشانی حداقلی دست یابیم.

● ما در روزگاری به سر می‌بریم که در آن به سبب تعدد و تنوع رسانه‌های گوناگون از مخاطب «هدف» و تفکیک‌شده» به جای مخاطب «انبوه» و توده‌وار» سخن به میان می‌آید. شاید بتوان گفت که روند بسط و گسترش رادیوهای مختلف اختصاصی و تخصصی صدای جمهوری اسلامی ایران معنایی جز این در بر ندارد

که رادیوهای ما نیز از چنین روندی نمی‌توانند برکنار باشند. حال با چنین پیش‌زمینه‌ای می‌خواهم بدانم که شما به عنوان برنامه‌ساز و برنامه‌ریز دیروز و مدیر امروز رادیو معارف چه برداشت و تصویری از مخاطبان «هدف» این رادیوی تخصصی دارید؟

■ دکتر علی لاریجانی، ریاست وقت سازمان، زمانی که رادیو معارف در حال تأسیس و راه‌اندازی بود، فرمودند که ما می‌خواهیم یک رادیوی کاملاً، تخصصی معارفی داشته باشیم که علما مخاطب اصلی آن باشند. این ایده اولیه سازمان از تأسیس و راه‌اندازی این رادیو بود. اما وقتی ما از حیثه نظر به عرصه عمل درآمدیم، بیشتر متوجه شدیم که در حوزه معارف بسیاری کارها و ظرفیت‌های معطل مانده و صورت‌نگرفته وجود دارد و ما نمی‌توانیم تنها رادیویی برای متخصصان باشیم. لذا اگر شما توجه داشته باشید ما در دوره‌ای، از تولید و ساخت برنامه‌های تخصصی کمی جدا شدیم و به سمت برنامه‌های عمومی آمدیم. آن هم به خاطر فشار بسیار زیاد مخاطبان از طریق ارتباطات مردمی و نتایج نظرسنجی‌های مختلفی بود که صورت می‌گرفت و به دست ما می‌رسید. ما در حال حاضر گستره‌ای از مخاطبان را «هدف» قرار داده‌ایم؛ گستره‌ای که از جوانان سوم و چهارم دبیرستان آغاز می‌شود و تا کسانی که درس خارج حوزه را در سطح تخصصی می‌خوانند و علاقه‌مند به مباحث سنگین فلسفی هستند، امتداد می‌یابد. گستره، گستره بسیار وسیعی است. در حال حاضر برخی برنامه‌های رادیو معارف جنبه عمومی دارند. این در حالی است که می‌شنویم بعد از دو ساعت پخش یک برنامه برای عموم، برنامه‌ای فوق تخصصی پخش می‌شود. طبیعی است که مخاطب ما یک‌دفعه دچار تناقض می‌شود. پیشنهادی که ما برای سازمان داشته و داریم آن است که رادیو معارف به دو کانال عمومی و تخصصی تقسیم شود: کانال عمومی شامل مباحث فراگیر همه‌کس فهم باشد و کانال تخصصی شامل مباحث تخصصی در حوزه دروس دانشگاهی و حوزوی و گفت‌وگوهای علمی در حوزه تخصصی معارف، فلسفه و دیگر علوم مرتبط. منتها سازمان مقررات، مقدرات و

محدودیت‌هایی دارد.

سیگنال‌رسانی در صداوسیما جمهوری اسلامی ایران فعلیتی زمینی و پرهزینه است. پخش، پخش ماهواره‌ای نیست که شما با داشتن یک ماهواره مستقل بتوانید به سهولت از راه‌اندازی و پوشش مطلوب رادیوهای مختلف سخن گویند. پخش زمینی، پخش گران‌قیمتی است.

● **اشاره‌ای کوتاه و گذرا به مقررات، مقدرات و محدودیت‌های سازمانی در پوشش مطلوب رادیوهای مختلف داشتید. سخن شما را دستمایه طرح پرسش بعدی خود قرار می‌دهم و این سؤال را مطرح می‌کنم که وضعیت پوشش جغرافیایی رادیو معارف در حال حاضر چگونه است؟**

■ رادیو معارف بر اساس گزارش بخش فنی چیزی حدود ۷۵٪ از پراکندگی جمعیت کشور را پوشش می‌دهد. در مناطقی که جمعیت بیشتر حضور دارد، سعی شده است تا آنتن‌های بیشتری برای دریافت برنامه‌ها به کار گرفته شود. این درحالی است که بسیاری از مناطق کم‌جمعیت از پوشش فرکانسی رادیو معارف محروم هستند. من در سفری به شیراز ملاقاتی با مشاور استاندار فارس داشتم. ایشان می‌گفتند در دومین سفر استانی آقای رئیس‌جمهور به استان فارس و شهر شیراز گزارشی آمده بود که منطقه‌ای در استان وجود دارد که مردم آن بسیار محروم هستند. جالب است که وقتی مردم آن منطقه محروم به بیان تقاضاهای خود از آقای رئیس‌جمهور می‌پردازند، نخستین تقاضای خود را دسترسی به رادیو معارف بیان می‌کنند. آنها می‌گویند ما به شهرهای دیگر مثل شیراز می‌رویم تا این رادیو را گوش دهیم؛ چرا که نمی‌توانیم رادیو معارف را در منطقه خودمان دریافت کنیم. این نشان می‌دهد که مشتاقان این رادیو بسیارند. ضمن آنکه رادیو رسانه‌ای است که در حین رانندگی بسیار کاربرد دارد. متأسفانه رادیو معارف از آن دسته رادیوهایی است که یا در جاده‌ها دریافت نمی‌شود و یا ضعیف دریافت می‌شود. گاه نیز صدای این رادیو از این کانال به آن کانال تغییر فرکانس می‌یابد. ما فرستنده‌های بسیار FM به مناطق مختلف شهری تخصیص داده‌ایم و از

این نظر دارای کمیت بالایی هستیم، اما دارای کیفیت مورد نیاز برای پوشش فرکانسی آنها نیستیم. به محض آنکه از شهری دور می‌شویم باید تغییر فرکانس دهیم تا دوباره صدای همان رادیو را پیدا و دریافت کنیم. نمی‌توانیم مطمئن باشیم که شنونده ما هر دو فرکانس را می‌داند. برخی فرکانس‌های ما بر روی موج FM حدود ۹۰ و برخی دیگر حدود ۱۰۱ است. این فاصله بر روی طول موج FM یعنی از ابتدا تا انتهای آن. این مقداری شنونده را آزار می‌دهد. اینکه چگونه می‌توان این مشکل را برطرف کرد، در گرو همکاری تنگاتنگ دوستان فنی ماست. بر روی موج AM نیز ما یک فرکانس بیشتر نداریم. البته دوستان فنی ما در جهت بهتر شدن صدا زحمت کشیده‌اند و پوشش جغرافیایی رادیو معارف نسبت به گذشته خیلی بهتر شده است. گرچه برد رادیو معارف همچنان کوتاه است و محدوده‌ای را که دربرمی‌گیرد شامل استان‌های قم، تهران و بخشی از استان‌های فارس، اصفهان و سمنان است.

● **مدیری که خود در شمار نخستین دست‌اندرکاران رادیو معارف بوده است بهتر می‌تواند به این پرسش من پاسخ گوید که تا چه اندازه رادیو معارف را از دریچه ذهن مخاطب هدف خود می‌شنود؟ یعنی خود را به جای مخاطب هدف قرار می‌دهد و در هنگام تولید، ساخت، ارزیابی و بررسی برنامه‌ها از دیدگاه آنها نیز به برنامه‌ها می‌نگرد؟**

■ روش کاری من اینگونه است که به دو نوع ارزیابی و شیوه بررسی برنامه‌ها اعتقاد دارم و در عمل نیز بر اساس آن رفتار می‌کنم: یک نوع ارزیابی و بررسی به این صورت است که برنامه‌ای را در نظر می‌گیریم و با کارشناسان و متخصصان درباره آن بحث می‌کنیم. این یک نوع ارزیابی داخلی است؛ ارزیابی و بررسی از دریچه ذهن کارشناسان و حرفه‌ای‌های رسانه. اما نوعی ارزیابی و بررسی دیگر نیز وجود دارد: الآن اگر از هر یک از دوستان و همکاران بپرسید که چه کسی بیشتر از همه به رادیو معارف گوش می‌کند؟ قطعاً نام مرا خواهند برد. من از دوران کودکی با رادیو مأنوس بوده‌ام. نه اینکه وارد رادیو شده باشم و بخوام به

رادیو گوش دهم. وقتی نوجوان بودم در اتاقم همیشه رادیو گوش می‌کردم و چندان علاقه‌ای به تلویزیون نداشتم. ضمن آنکه خانواده من در طبقه بالا همه تلویزیون تماشا می‌کردند، رادیوی من در حین مطالعه روشن بود. برنامه **داستان شب، فرهنگ مردم، راه شب** و نمایش‌های رادیو را گوش می‌کردم. از این روست که دارای گوشی رادیویی هستم.

یکی از کارهای من از همان ابتدا آن بوده که از دریچه ذهن یک مخاطب به رادیو گوش می‌کردم. هنوز هم در خانه ما فرهنگ گوش کردن به رادیو وجود دارد. ما کمتر تلویزیون می‌بینیم. وقتی پخش **رادیو معارف** حتی در گفتن ساعت و مسائل دیگر دچار ایرادی جزئی می‌شود، خانواده به من گوشزد می‌کنند که فلان حرف را اشتباه زدید. چندی پیش وقتی که در کنار دخترم نشسته بودم، دیدم بسیاری از سرودهای رادیوی ما را از حفظ است و زمزمه می‌کند. بسیاری اوقات پیش می‌آید که یک قطعه موسیقی - البته موسیقی بدون ساز- را در رادیو برای پخش تأیید می‌کنیم، اما وقتی از رادیو پخش می‌شود زنگ می‌زنیم و آن را غیرقابل پخش اعلام می‌کنیم؛ چرا که وقتی از رادیو پخش می‌شود حس و حالی دیگر و حتی آزاردهنده برای مخاطب دارد. من می‌گویم پخش نشود چون آن کیفیت مطلوب را از لحاظ فنی ندارد و شنونده از رادیو زده می‌شود. من کاملاً به حیطة گوش شنونده رادیو حساس هستم و خود بر اساس آن عمل می‌کنم.

◎ **شما با داشتن گوشی رادیویی و حساسیت در شنیدن رادیو و برنامه‌های آن از دریچه ذهن مخاطبان هدف، تصور می‌کنید رادیو معارف با چه ویژگی‌هایی در میان مخاطبان هدف خود شناخته می‌شود؟**

■ من حس می‌کنم کسانی که از ابتدا بنای این رادیو را پایه‌ریزی کردند و مبنای آن را نهادند، خیلی تیزهوشی به خرج داده‌اند. اینکه رادیوی ما از قم به پخش برنامه می‌پردازد و در ارتباطات مردمی بسیار به ما گفته می‌شود که اگر همین برنامه‌های شما از تهران پخش می‌شد، چنین حس و حال و هوایی را ایجاد نمی‌کرد؛ اینکه گوینده ما اعلام می‌کند که در

خدمت شما هستیم با **رادیو معارف** از قم، در جوار کریمه اهل بیت! همه اینها یک حس سرشار از اعتماد را نزد مخاطبان ما ایجاد می‌کند. چون ما کاملاً نزدیک به منبع خبر هستیم. در بحث‌های اقتصادی و تجاری هم اینگونه است. مثلاً اگر بگویند محصول یک کارخانه در کنار کارخانه سازنده آن توزیع می‌شود، خیلی راحت‌تر می‌توان به کیفیت آن محصول اعتماد کرد. همین حس نیز درباره رادیوی ما وجود دارد که حرف‌ها و سخنان ما را قابل اعتمادتر برای مخاطبان می‌سازد. در کنار این مطلب، مطلبی دیگر که بسیار مورد توجه و نظر مخاطبان ماست، کارشناسان برنامه‌های **رادیو معارف** هستند. ما بارها تجربه کرده‌ایم اینکه چه کسی بگوید برای شنوندگان ما خیلی مهم است و منجر به اطمینان و اعتماد بیشتر آنها می‌شود. بخشی از کارشناسان ما آشنا و معروف هستند و برخی دیگر آشنا و معروف نیستند. گروه دوم طی یک پروسه و دوره‌ای که از آنها برنامه پخش می‌کنیم شناخته می‌شوند. در این حالت، مخاطب اگر آنها را به چهره هم نشناسد با اطمینان به مکانک رادیو معارف به آنها اعتماد می‌کند. اما سومین مؤلفه‌ای که اخیراً سرمایه‌گذاری بر روی آن را آغاز کرده‌ایم آن بوده است که احساس کرده‌ایم باید به سمت طراحی قالب‌های خاص برنامه‌ای هم حرکت کنیم. ما نمی‌توانیم تا ابد بر مبنای سخنرانی و برنامه‌های کارشناس محور کار و فعالیت کنیم. باید به سمت برنامه‌هایی بیایم که مخاطب را درگیر کند. ما باید به سمت طرح و تولید برنامه‌های زنده بیایم. در مدت کوتاهی که من در خدمت دوستان هستم، سهم برنامه‌های زنده را از ۹۰ دقیقه در روز به ۲۱۰ دقیقه در روز رسانده‌ایم. این به آن معناست که ما در روندی افزایشی و روبه‌رشد قرار گرفته‌ایم. البته ممکن است این پرسش طرح شود که با توجه به مسئولیت‌های پیشین شما در **رادیو معارف**، چرا چنین افزایشی را پیشتر از این شاهد نبودیم؟ پاسخ آن است که چون هنوز شرایط آن مهیا نبود، برنامه‌سازان ما دارای تجربه کافی در این عرصه نبودند و تجربه آنکه با آنتن زنده درگیر شوند را نداشتند. در این حالت، ممکن بود هرگونه اتفاقی رخ دهد. ضمن آنکه کارشناسی هم که بتواند در

اینکه گوینده ما اعلام می‌کند که در خدمت شما هستیم با **رادیو معارف** از قم، در جوار کریمه اهل بیت! همه اینها یک حس سرشار از اعتماد را نزد مخاطبان ما ایجاد می‌کند. چون ما کاملاً نزدیک به منبع خبر هستیم.





پیش یک جامعه انقلابی نداشتند. اما مسئله‌ای که ما امروز در رادیوهای به ویژه تخصصی با آن دست به گریبان هستیم آن است که همه یا بیشتر برنامه‌های ما در چنین رادیوهایی دارای محتوا و موضوعی تخصصی است. من واقعاً نمی‌توانم تهیه‌کننده‌ای را انتخاب کنم و به او علم تفسیر پیام‌موزم و بعد بگویم سردبیری و تهیه‌کنندگی کن. خیلی سخت و گاه ناشدنی است. اگر ما بتوانیم بر فرض در حوزه برنامه‌های رادیو معارف متخصصان فقه، قرآن، تاریخ، فلسفه و دیگر علوم مرتبط را گرد هم آوریم و یا در رادیو سلامت بتوانیم متخصصان پزشکی، دندانپزشکی و دیگر دانش‌های تخصصی را انتخاب بکنیم و به آنها برنامه‌سازی رادیویی را یاد دهیم، شاید بتوانیم به این سمت حرکت کنیم. الآن سردبیر و تهیه‌کننده بیشتر برنامه‌های رادیو معارف یک نفر است. البته در قلیل برنامه‌ها هم از

چنین عرصه‌ای درگیر شود یعنی بتواند خیلی راحت برنامه زنده را بگرداند، به صورت کنونی وجود نداشت. الآن کارشناسان حوزه آموخته‌اند چگونه تحت زمانی مشخص صحبت کنند و به ارائه نظرات خود پردازند. الآن بسیاری از کارشناسان رادیو معارف، نه تنها در توانمندی علمی بلکه در مهارت رسانه‌ای کردن مباحث علمی شاخص هستند. قالب‌های برنامه‌سازی برای ما دارای اهمیت بیشتری از پیش است. به عنوان نمونه، برنامه صبحگاهی **رادیو معارف** که در حدود سی دقیقه است، برنامه‌ای است که سعی دارد همه محتوایش را خوب، کامل و جامع در مؤلفه‌ها و بسته‌بندی‌های جدید برنامه‌ای ارائه دهد. به نظر می‌رسد قالب‌های برنامه‌سازی در رادیو باید جدی‌تر گرفته شوند.

◎ **شما از جمله برنامه‌سازان و برنامه‌ریزان رادیوهای ما به شمار می‌آید که تجربه فعالیت در عرصه**



رادیو معارف باید به سمتی برود که سازمان‌ها و مؤسسات ذیربط را شناسایی و از توان هر یک از آنها بر مبنای آنچه در رسانه می‌تواند مورد نیاز باشد، استفاده کند؛ یعنی طراحی و پشتیبانی محتوا از آن سازمان و مؤسسه و برنامه‌سازی و رسانه‌ای کردن برعهده رادیو معارف.

دو فرد به صورت جداگانه استفاده می‌کنیم. آن هم به این خاطر است که ما یا متخصصی نداشته‌ایم که دوره برنامه‌سازی دیده باشد یا اینکه تهیه‌کننده موظفی داشته‌ایم، ولی او علم این برنامه‌ای را که ما الآن می‌خواهیم بسازیم نداشته است. طبیعی است که مجبور شده‌ایم یک سردبیر در کنار او بگذاریم. ما از ابتدا در رادیو معارف به سمت ادغام جایگاه و نقش سردبیری و تهیه‌کنندگی رفته‌ایم. آنچنان که عرض کردم همه دوستان در دوره اول تهیه‌کنندگی رادیو معارف که من هم جزء آنها بودم، طلبه بودند. ضمن آنکه بالای ۸۰٪ آنها دارای تحصیلات دانشگاهی نیز بودند. خود من آن موقع لیسانس حقوق داشتم. الآن هم کارشناسی ارشد قرآن و حدیث دارم و در

**سردبیری و تهیه‌کنندگی را به صورت توأمان دارید. می‌خواهم بدانم از دیدگاه شما تا چه اندازه ضرورت به کارگیری سردبیر - تهیه‌کننده در رادیوهای امروز ما می‌تواند به انسجام بیشتر محتوا و فرم در ارائه برنامه‌های رادیو منجر شود؟**

■ جدایی سردبیر و تهیه‌کننده در برنامه‌های رادیویی ما پیشینه و سابقه‌ای دارد که عموماً به سال‌های آغازین پس از پیروزی انقلاب اسلامی بازمی‌گردد. واقعیت آن است در آن موقع به آن سبب عنوان سردبیری در برنامه‌های رادیویی به وجود آمد که تهیه‌کنندگان وقت رادیو آن آگاهی و علم را از شرایط به شدت پرتکاپوی آن روزگار و مقتضیات محتوایی متفاوت از

حوزه هم درس خارج خوانده‌ام. برخی دوستان ما هم دارای سطح تحصیلی کارشناسی و کارشناسی ارشد سیاسی بودند و دروس حوزوی هم خوانده بودند. یکی از دوستان ما کارشناسی ارشد فلسفه غرب داشت که الآن دکترای فلسفه غرب گرفته است و در کنار آن درس خارج هم در حوزه خوانده است. اگر ما چنین نیروهایی داشته باشیم می‌توانیم این دو جایگاه و نقش را با یکدیگر ترکیب کنیم. اما اگر چنین نیروهایی نداشته باشیم، طبیعی است که این دو حوزه کاری را باید از یکدیگر جدا کنیم. گرچه ایده‌آل، ترکیب جایگاه و نقش سردبیری و تهیه‌کنندگی با یکدیگر است.

● **رادیو رسانه‌های انعطاف‌پذیر و در لحظه است که می‌تواند به تحولات و رخداد‌های پیرامون به سرعت واکنش نشان دهد. شاید به سبب چنین ویژگی‌هایی است که رادیو می‌تواند با وجود پیشرفت‌های فنی بسیار در دسترسی به دیگر رسانه‌ها همچنان رسانه‌ای پویا، فعال و پرنشاط در جامعه باشد. شما خود چند صباحی مدیر طرح و برنامه رادیو معارف بوده‌اید. اکنون هم که مدیر رادیو معارف هستید. پرسش من از شما این است که فرایند تبدیل ایده به عمل را در رادیوهای ما؛ به ویژه رادیو معارف تا چه اندازه متناسب با ویژگی‌های ذاتی رادیو، انعطاف‌پذیر و در لحظه می‌دانید؟**

■ چون من از ابتدا در رادیو معارف بوده‌ام و آگاهی و علمی کافی درباره فعالیت در دیگر رادیوها مانند رادیو جوان، سلامت، تجارت و... ندارم، لذا پاسخ من مبتنی بر واقعیت‌های رادیو معارف بیان می‌کنم. برنامه‌ریزی و سامان‌دهی محتوایی رادیو معارف کاملاً از درجه واحد طرح و برنامه آن صورت می‌گیرد. من این مبنای زمانی که مدیر طرح و برنامه بودم بنا نهادم و الآن هم به همان مبنای پایبند و وفادار هستم. موضوعات بسیاری از داخل و خارج به واحد طرح و برنامه وارد می‌شود. این موضوعات پس از بررسی و تأیید، بسیار ریز و جزئی می‌شوند و سپس برای گروه‌های برنامه‌ساز ارسال می‌گردند. گروه‌های برنامه‌ساز

هم بر اساس آن عمل می‌کنند. البته اینگونه نیست که گروه‌های برنامه‌ساز تنها مجری سوژه‌ها و موضوعات ارسالی واحد طرح و برنامه باشند. بسیاری از سوژه‌ها و موضوعات هم در گروه‌ها طراحی و برای بررسی و تأیید به واحد طرح و برنامه ارسال می‌شوند. من معتقدم اگر برنامه‌ریزی و ساماندهی محتوایی در واحدهای طرح و برنامه رادیوها صورت نگیرد، اجرای مأموریت‌ها و وظایف اعلامی آنها به درستی محقق نمی‌شود. در عین اینکه گروه‌های برنامه‌ساز هم در این میان فعال و نقش‌آفرین هستند، اما وظیفه هماهنگی نهایی برعهده واحد طرح و برنامه است تا همپوشانی در فعالیت‌های آنها ایجاد نشود و حرف‌ها تکراری نباشد. به نظرم، دوستان و همکاران رادیو معارف دارای سرعت عمل مناسب نسبت به پوشش متناسب رخدادها و وقایع پیرامون خود هستند. مثلاً ما در موضوع غزه که موضوعی سیاسی و مذهبی بود و مصداق بارز مبارزه مسلمانان در مقابل کفار به شمار می‌آمد، بسیار فعالانه برخورد کردیم. همان شب که این حمله وحشیانه از سوی صهیونیست‌ها آغاز شد، پخش برنامه‌های رادیو معارف دچار تغییرات سریعی شد و متن‌ها به سرعت رنگ و بوی شرایط موجود را گرفت. ما در حال حاضر آمادگی پوشش مناسب و متناسب هر اتفاقی را در رادیو معارف داریم. کافی است با شروع یک اتفاق با نویسندگان تحریریه پخش تماس بگیریم و به آنها اطلاع دهیم که کار خود را آغاز کنند. از طرف دیگر، می‌توانیم سریع به آرشیو زنگ بزیم که فلان قطعات را آماده و ارسال کند تا ما آن را پخش کنیم. در همین رخداد غزه چون تولید و پخش خبرهای سیاسی هم برعهده خود ماست، به سرعت، یک برنامه زنده ۹۰ دقیقه‌ای طراحی و اجرا کردیم. بچه‌های ما در این پخش کاملاً فعال بودند و توانستند برنامه غزه در آتش را به طور زنده با گزارش، صحبت و گفت‌وگو با بزرگان، صاحب‌نظران و کارشناسان پخش کنند. ضمن آنکه همچنان به مأموریت و وظایف خود علاوه بر طرح و بررسی مسائل سیاسی می‌پرداختیم، حواس‌مان هم بود که هم‌زمان یک آنتن انگلیسی در اختیارمان هست. برنامه‌های انگلیسی را در بسته‌های مختلف ایجاد و در قالب DVD به

پخش ارسال می‌کردیم. گرچه پخش انگلیسی ما کاملاً تولیدی است، اما در عین حال ما پیام مقام معظم رهبری را سریع به انگلیسی ترجمه کردیم و در فواصل پخش برنامه‌های آن قرار دادیم. فردای آن روز هم دو برنامه به زبان انگلیسی با حضور کارشناسان مسائل بین‌المللی و اسلامی درباره غزه تولید و پخش کردیم. حتی به درخواست دوستان رادیو اینترنتی ایران صدا این برنامه‌ها را به آنها تحویل دادیم که بر روی پایگاه اطلاع‌رسانی و سایت اینترنتی ایران صدا قرار گیرد. در بخش‌های دیگر هم به این صورت هستیم و اخبار را هم‌زمان به صورت فارسی و انگلیسی بر روی سایت رادیو معارف قرار می‌دهیم. فکر می‌کنم توانسته‌ایم در این عرصه‌ها فعالیت خوبی داشته باشیم.

● **از کانال انگلیسی رادیو معارف سخن گفتید که در ماه‌های آخر سال ۱۳۸۶ افتتاح و راه‌اندازی شد. حال که گفت‌وگوی من با شما به اینجا رسید می‌خواهم بدانم با توجه به زمان به نسبت کوتاهی که از فعالیت این کانال تازه ارتباطی می‌گذرد، ارزیابی شما از ضرورت این اقدام و فعالیت‌های کانال انگلیسی رادیو معارف چیست؟**

■ ما از همان اوایل آغاز به کار رادیو معارف که به خدمت بزرگان حوزه می‌رسیدیم، با اصرار و تأکید فراوان آن بزرگواران روبه‌رو می‌شدیم که از ما می‌خواستند برنامه‌های این رادیو را به زبان‌های مختلف دنیا چون انگلیسی، عربی، ترکی و دیگر زبان‌ها تولید و پخش کنیم. البته امکان چنین اقدامی در آن زمان برای رادیوی ما فراهم نبود؛ چرا که رادیو معارف باید در ابتدا خود به بلوغی مناسب در برنامه‌ریزی‌ها، برنامه‌سازی‌ها و نیروها و منابع انسانی خویش می‌رسید. البته چنین چشم‌اندازی همچنان وجود داشت و درباره آن بحث و گفت‌وگو صورت می‌گرفت. تا اینکه در سال ۱۳۸۶ آقای محمدزاده، مدیر پیشین رادیو معارف و مدیر حال حاضر رادیو قرآن، به جایی رسیدند که تصمیم به راه‌اندازی کانال انگلیسی گرفتند. با دکتر خجسته، معاون وقت صدا، و دیگر مسئولان ارشد سازمان ریزنی شد. خوشبختانه پشتیبانی‌های خوبی صورت گرفت و با زحمات آقای محمدزاده و آقای اکبری، امکان پخش



موسسه علمی و تحقیقاتی

برنامه ریزان و برنامه سازان رادیو معارف به شورا و واحد طرح و برنامه آن اعتماد دارند. از این روست که شورای طرح و برنامه بر جدول پخش (کنداکتور) رادیوی ما حاکم است.

ما نیازمند دوپینگ در عرصه تبلیغات رادیویی هستیم. این دوپینگ حاصل نمی‌شود مگر با همکاری برادرانمان در تلویزیون. تلویزیون با آن گستردگی که دارد می‌تواند به کمک رادیو در عرصه تبلیغات بیاید.

برنامه‌های رادیو معارف به زبان انگلیسی فراهم شد. ما در راه‌اندازی این کانال از ظرفیت همکارانی که کم و بیش به زبان انگلیسی مسلط بودند استفاده کردیم. پتانسیل خوبی هم در این باره وجود داشت و دارد.

ما در اوایل راه‌اندازی این کانال امکان پخش بیش از ۲۱ ساعت برنامه تولیدی را نداشتیم. اما چون ظرفیت آنتنی که روی ماهواره به ما داده بودند خالی بود، این برنامه‌ها تکرار می‌شد. در مدت زمان کمتر از پنج یا شش ماه با زحمت دوستان حجم تولید برنامه‌های ما به ۹۰ ساعت در ماه رسید. به این ترتیب ما بیش از ۴۰٪ افزایش زمان تولید در حوزه برنامه‌سازی داشتیم. استقبال و سرعت عمل همکاران بسیار خوب بوده است، ولی ما چون محتاج و نیازمند به نیروهای مسلط برنامه‌ساز به زبان انگلیسی هستیم، باید مدام به آموزش نیروها بپردازیم. البته چند نفری در رادیو معارف بودند و نفرات دیگر را هم از بیرون جذب کردیم. از جمله دیگر مشکلات ما آن بود که عنوان «معارف» در سایت‌های اینترنتی برای کاربران انگلیسی‌زبان بی‌معنا می‌نمود. با معاون وقت صدا که صحبت کردم قرار بر آن شد تا نام این کانال را نوای اسلام بگذاریم که به انگلیسی هم The Call of Islam ترجمه و معرفی شود. معرفی این نام موجب می‌شود وقتی که کاربران انگلیسی‌زبان در اینترنت به جست‌وجو می‌پردازند ما را راحت‌تر پیدا کنند. تقریباً بالاتر از ۹۰٪ دوستان که الآن در این بخش کار می‌کنند طلبه هستند که به همراه دیگر دوستان که به زبان انگلیسی مسلط هستند به نگارش و اجرای متون برنامه می‌پردازند.

● رادیو معارف رادیویی تخصصی در حوزه معارف اسلامی است که بیش از دیگر رادیوها نیازمند محتوای مبتنی بر پژوهش است. شما به عنوان کارشناس ارشد علوم قرآنی که پیشینه فعالیت مستمر در چنین رادیویی دارید بهتر می‌توانید به این پرسش من پاسخ دهید که آیا رادیو معارف را باید بیشتر تولیدکننده یا مصرف‌کننده محتوا در عرصه طرح مباحث معارفی دانست؟

■ حضرت آیت‌الله جوادی آملی تعبیری در

این باره دارند که آن را در مراسم سالگرد تأسیس رادیو معارف بیان کردند. ایشان فرمودند: «**رادیو معارف** یک رسانه است. رسانه باید رسانا باشد. کسی که متولی تولید است همانا حوزه و دانشگاه است. مطالب باید در آنجا تولید شود و **رادیو معارف** باید آن مطالب را به صورت رسانه‌ای عرضه دارد و به دست مخاطبان خود برساند.»

### ● وضعیت موجود را تا چه اندازه رضایت بخش می‌بینید؟ چه تدبیر یا تدابیری برای هر چه بهتر شدن آن اندیشیده‌اید؟

■ من در این سال‌هایی که کار کرده‌ام، بخش اعظم پاسخ به این پرسش‌ها که چه محتوایی را بگوییم و آن را از کجا بیاییم تا بگوییم، برعهده همکاران برنامه‌ساز ما بوده است. برحسب آنکه خود آنها اهل مطالعه و تحقیق در زمینه‌های موردنظر بوده‌اند به چنین پرسشی پاسخ‌های متفاوت داده‌اند. البته ما به دنبال آن هستیم که از استراتژی‌های جدید برای مقابله با چنین وضعیتی بهره بگیریم. ما الآن در **رادیو معارف** استراتژی جدیدی را طراحی و تعریف کرده‌ایم. این استراتژی که نام آن استراتژی «پرواز پروانه» است به این معناست که **رادیو معارف** باید به سمتی برود که سازمان‌ها و مؤسسات ذیربط را شناسایی و از توان هر یک از آنها بر مبنای آنچه در رسانه می‌تواند مورد نیاز باشد، استفاده کند؛ یعنی طراحی و پشتیبانی محتوا از آن سازمان و مؤسسه و برنامه‌سازی و رسانه‌ای کردن برعهده رادیو معارف. ما در ابتدای این راه هستیم. اما در همین مدت برنامه‌هایی که با این استراتژی به انجام رسانده‌ایم واقعاً جواب داده است. مثلاً برنامه‌هایی که به صورت مشترک با دارالحديث و دانشکده حدیث قم شروع کردیم، در ابتدا از دیدگاه همکاران بسیار دشوار به نظر می‌رسید، اما پس از آنکه ما یک دوره آموزش حدیث گذاشتیم و توانستیم در آن بیان کنیم که چه چیزی حدیث است و کاربرد حدیث در زندگی چیست، آنگاه با رضایت بسیار مخاطبان روبه‌رو شدیم. اگر خود من با گروه‌های برنامه‌سازم می‌خواستم این برنامه را طراحی و اجرا کنم شاید به چنین کیفیتی نمی‌رسیدم. ما الآن دوره معارف مهدوی را با عنوان نگین آفرینش روی

آنتن می‌بریم. همه کارهای رسانه‌ای این برنامه با ماست و کار پشتیبانی محتوایی و کارشناسی آن برعهده مؤسسه و مرکز تخصصی مهدویت حوزه است. وقتی مخاطب احساس می‌کند که یک مرکز تخصصی مهدویت این حرف‌ها را زده است، بهتر و بیشتر به پذیرش و اعتماد به مفاهیم مطرح‌شده می‌رسد. برای ما نیز خیلی راحت‌تر است که تنها به جنبه‌های رسانه‌ای برنامه بپردازیم. ما می‌خواهیم بیشتر به این سمت برویم. منطقی هم هست؛ چرا که وقتی من فرصت پیدا می‌کنم و سرم خلوت می‌شود که محتوا را کس دیگری تهیه کند. البته ما در ابتدا کاملاً چنین مجموعه‌هایی را شناسایی می‌کنیم و بعد خواهان همکاری با آنها می‌شویم. برنامه‌ساز ما هم فرصت پیدا می‌کند که به آن سمت برود که با آرایه‌های رسانه‌ای در اختیار، برنامه‌ها را زیباتر دریاورد.

### ● به ساختار رادیو معارف نگاهی بیندازیم: در حال حاضر چند گروه برنامه‌ساز در رادیو معارف مشغول فعالیت هستند؟

■ اگر ما گروه برنامه‌ساز انگلیسی را جدا بدانیم، پنج گروه برنامه‌ساز در رادیو معارف مشغول فعالیت هستند: گروه‌های برنامه‌ساز قرآن و حدیث، فقه و سیره، اندیشه و حکمت، خبر و برنامه‌های سیاسی، و فرهنگ و ادب.

### ● خبر و گروه‌های برنامه‌ساز سیاسی سازمان صداوسیما به طور معمول زیرمجموعه معاونت سیاسی سازمان هستند. البته رادیو معارف در این میان یک استثناست؛ چرا که خبر و برنامه‌های سیاسی آن همانند دیگر گروه‌های برنامه‌ساز در بدنه این رادیو قرار دارد. از دلایل ایجاد و شکل‌گیری این ساختار سازمانی و تأثیر آن در روند فعالیت‌های رادیو معارف بگویید.

■ دلیل اصلی ایجاد چنین ساختاری در ابتدا آن بود که رادیو معارف دور از تهران قرار داشت. معاونت سیاسی سازمان هم نمی‌توانست مجموعه‌ای مستقل را در قم مستقر کند. بنابراین در ابتدا مسئولیت خبر و برنامه‌های سیاسی این رادیو را به خود ما واگذار کردند. این اقدام آنقدر برای ما مزیت داشت و خوب

بود و دوستان ما آنقدر این ظرفیت را به خوبی به کار گرفتند که «خبر و برنامه‌های سیاسی» در حال حاضر از جمله گروه‌های تخصصی ماست. اکثر دوستان فعال در این گروه طلبه‌هایی با تحصیلات دانشگاهی کارشناسی تا کارشناسی‌ارشد در رشته علوم سیاسی هستند. این یک مزیت اصلی برای ماست که می‌توانیم در حوزه معارف دارای فعالیت‌های یکپارچه‌ای باشیم. فقه و اصول بگوییم و همزمان با آن اخبار مرتبط را اطلاع‌رسانی کنیم. در واقع یک مجموعه کامل هستیم. ما اگر این بخش اطلاع‌رسانی و خبر را نداشتیم، مجموعه‌ای ناقص بودیم. این یکی از مزیت‌های اصلی ما نسبت به دیگر رادیوهاست. نمی‌دانم می‌توانم توصیه کنم یا نه، ولی اگر دیگر رادیوهای عمومی، اختصاصی و تخصصی ما بتوانند در این عرصه وارد عمل شوند و تعاملی مناسب با معاونت سیاسی سازمان برقرار کنند، آنگاه می‌توانند به دستاوردهایی بهتر در این عرصه دست یابند و بخش‌های خبری مختص به خود ایجاد و راه‌اندازی کنند؛ به این معنا که مثلاً در رادیو سلامت چند بخش خبر پزشکی داشته باشیم؛ در **رادیو جوان** هم چند بخش خبری جوان‌پسند و در دیگر رادیوها هم به همین ترتیب.

### ● جدول پخش (کنداکتور) مفهومی آشنا و متداول برای برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان رادیوهای ماست. طراحی و چینش برنامه‌های هر ایستگاه رادیویی از جمله ضرورت‌هایی است که اگر به درستی مورد توجه قرار گیرد، می‌تواند دارای تأثیری شایسته و مناسب در روند هویت‌سازی از رادیوهای مختلف ما در جامعه باشد. شما به عنوان مدیر طرح و برنامه رادیوی خود را نیز برعهده داشته‌اید، تا چه اندازه جدول پخش (کنداکتور) امروز رادیوهای ما؛ به ویژه رادیوی خود را متناسب با انتظارات و توقعات مخاطبان و القاکننده هویت خاص رادیو در میان آنها می‌دانید؟

■ من هم از دید یک مخاطب و هم از دید کسی که جدول پخش (کنداکتور) را می‌شناسد، به



این پرسش شما پاسخ می‌دهم: ما شاهد طیفی گسترده و متنوع از مخاطبان هستیم؛ مخاطبانی که دارای سطح آگاهی‌ها و تحصیلات مختلف از عمومی تا فوق تخصصی هستند. مسلم است که چنین طیفی گسترده از مخاطبان دارای انتظارات و توقعات متنوع و گاه پیچیده هستند. زمانی بود که طراحی و چینش برنامه‌های ما برای پاسخگویی به چنین انتظارات و توقعاتی «ترکیبی» بود. یعنی به ترکیبی از اینگونه نیازها در برنامه‌های خود پاسخ می‌گفتیم. البته اتخاذ و اعمال چنین شیوه‌ای ذهن شنونده را به هم می‌ریخت تا جایی که نمی‌دانست که چه زمانی باید به سراغ برنامه خاص خودش برود. ما برای رفع این مشکل به یک طراحی کلی دست زدیم. به طوری که برنامه‌های تخصصی **رادیو معارف** را در دو بخش جدول پخش (کنداکتور) متمرکز کردیم تا شنونده این رادیو بداند در فلان ساعت‌ها برنامه‌های تخصصی پخش می‌شود. این طراحی انجام شد و ساعت‌های انتهایی شب و ابتدایی صبح به برنامه‌های تخصصی رادیو معارف اختصاص یافت. علت نیز مشخص بود؛ چرا که مخاطبان برنامه‌های تخصصی ما حوزویان و دانشگاهیانی بوده و هستند که به اینگونه مباحث علاقه‌مند و نسبت به آن پیگیر هستند. این گروه از مخاطبان یا در حوزه و دانشگاه هستند یا نیستند. اگر باشند که خودشان مستقیم می‌روند و از محضر اساتید استفاده می‌کنند. به این ترتیب طبیعی است که این گروه در ساعات میانی روز درگیر مباحث خود هستند. ضمن آنکه بخش اعظمی از آنها مشغول و موظف به انجام کارهای اجرایی در جاهای مختلف هستند. اینها اگر بخواهند به یک برنامه تفسیری و عرفانی سنگین گوش دهند، باید در ساعاتی باشند که آنها فارغ از فعالیت روزانه باشند. پس به نظرمان رسید قبل از آنکه وارد کاری شوند و بعد از آنکه از ساعات کاری خود بازگشتند، می‌توانند اینگونه برنامه‌ها را بشنوند. اما اینکه بتوانیم همه را راضی کنیم، مسلم است که نمی‌شود. چون هر کسی بر مبنای ساعت زندگی خود دوست دارد فلان برنامه را در فلان ساعت گوش کند. مثلاً من گفتم که از دوستان بپرسید تفسیر حضرت آیت‌الله جوادی آملی را دوست دارند در چه ساعت‌هایی بشنوند؟ چهار ساعت متفاوت به

دست ما رسید. البته برای رسانه‌ها امکان‌پذیر نیست که در چهار نوبت به پخش یک برنامه بپردازند. اگر اینگونه شود، پس دیگر بحث‌ها در چه ساعت‌هایی باید پخش شود؟! انتقادها به این ترتیبی که اکنون به جدول پخش (کنداکتور) برنامه‌های ما وجود دارد تقریباً کم است. ولی اشکالی نیز در این میان وجود دارد و آن اینکه برخی برنامه‌ها در رأس زمان مقرر خود آغاز نمی‌شوند. حجم زمانی برنامه‌ها در رادیو معارف گاه بسیار زیاد است. این درحالی است که برنامه‌ها باید به صورت موزاییکی در کنار یکدیگر قرار گیرند و نباید از نظم زمانی خاص خود تخطی کنند. با این اتفاق، برخی برنامه‌ها به جای آنکه برفرض در ساعت ۶:۳۰ آغاز شوند، در ساعت ۶:۴۰ یا ۶:۵۰ شروع می‌شوند. ما در بررسی‌های صورت گرفته به این نتیجه رسیدیم که نه می‌شود زمان چنین برنامه‌هایی را کم کرد و نه می‌توان برنامه را حذف کرد. البته این ایراد به جدول پخش (کنداکتور) **رادیو معارف** وارد است. دوستان ما در واحدهای اطلاعات و برنامه‌ریزی و طرح و برنامه سعی بسیار دارند که این مشکل را حل کنند. از حق هم نباید گذشت تا جایی که امکان‌پذیر بوده است به اصلاح این مشکل پرداخته‌اند. گرچه همچنان برخی جاها این مشکل وجود دارد. برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان رادیو معارف به شورا و واحد طرح و برنامه آن اعتماد دارند. از این روست که شورای طرح و برنامه بر جدول پخش رادیوی ما حاکم است. به جرئت می‌توان گفت که هیچ‌کس در رادیو معارف احساس مالکیتی نسبت به جدول پخش برنامه‌ها ندارد و سهمیه‌ای خاص را از آن طلب نمی‌کند. ضمن آنکه هیچ در بسته‌ای هم برای پذیرش اندیشه‌ها، ایده‌ها و طرح‌های نو وجود ندارد.

● **رادیوهای تخصصی قرآن، معارف و نواز جمله رادیوهای هستند که نگاهی خاص به گزینش و کاربرد موسیقی در برنامه‌های خود دارند. شما به عنوان مدیر رادیو معارف در پی بهره‌گیری از چه تدابیری برای ایجاد شخصیت موسیقایی متمایز برای رادیوی خود؛ به ویژه در مقام مقایسه با رادیوهای قرآن و نوا هستید؟**

■ قاعدتاً منظور شما از موسیقی، موسیقی بدون

ادوات و ساز است. ما از ابتدا با همکاران **رادیو قرآن** قرار گذاشتیم که از قطعات همخوانی (تواشیح) و قرائت، در **رادیو معارف** کمتر استفاده کنیم. اینگونه هم دست آنها برای گزینش و کاربرد قطعات همخوانی (تواشیح) و قرائت قرآن باز می‌شود و هم ما به سمت گزینش و به‌کارگیری نغمات و سرودهای فارسی می‌رویم. اما آن چیزی که **رادیو معارف** را در حال حاضر از **رادیو نوا** متمایز می‌کند، همانا مؤلفه اساسی محتواست. همین محتواست که ما را از رادیوهایی دیگر چون **ایران** و **پیام** نیز جدا و متمایز می‌کند. **رادیو نوا** تنها به پخش نغمات می‌پردازد و وارد حوزه‌های بررسی و تفسیر احکام نمی‌شود. ما کاملاً با یکدیگر متفاوت هستیم. البته باید ظرفیت موسیقایی سازمان صداوسیما و دیگر سازمان‌ها و نهادهای دست‌اندرکار را بررسی کرد و به چنین پرسشی پاسخ داد که آیا ظرفیت موسیقایی موجود ما در حدی هست که یک گونه موسیقی خاص را برای **رادیو معارف** ایجاد کند یا نه؟ به نظر می‌رسد ما هنوز به آن درجه موسیقایی نرسیده‌ایم. البته باید به این نکته نیز توجه کنیم که موسیقی‌های ما مبنای محتوایی دارند. پس اگر بتوانیم میان حیطه‌های موضوعی رادیوهای **قرآن** و **معارف** خط‌کشی و مرزبندی کنیم، آنگاه قطعات موسیقایی ما هم از یکدیگر تفکیک و جدا می‌شوند. فرض بفرمایید اگر قرار باشد **رادیو معارف** تنها در حوزه احکام فعالیت کند، آنگاه هرچه نغمات در حوزه احکام وجود دارد از آن **رادیو معارف** می‌شود. بنابراین هر وقت مخاطب، رادیوی ما را می‌شنود با خود می‌گوید: این که صدای **رادیو معارف** است. یا اینکه در حوزه نغمات قرآنی، هرچه نغمات است از آن **رادیو قرآن** باشد. اینجاست که مخاطب می‌داند صدایی که می‌شنود، صدای **رادیو قرآن** است. البته پیش‌نیاز تحقق چنین هدفی در طبقه‌بندی و جداسازی محتوا و موضوعات ارائه‌شده از سوی دو ایستگاه نهفته است. وقتی قرار باشد همه برنامه‌ها با موضوعاتی مشترک در دو رادیو ارائه شوند، قطعاً نغمات آنها هم مشترک می‌شود و شخصیت موسیقایی متمایزی از رادیوهای ما به مخاطب ارائه نمی‌شود.

● **به تجربه بیش از یک‌دهه فعالیت**

مستمر شما در رادیو؛ به ویژه رادیو معارف بازگردیم. شما برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان امروز رادیوهای ما را تا چه اندازه در مقایسه با دیروز آگاه‌تر، توانمندتر و خلاق‌تر در شناخت و استفاده از استعدادها و ظرفیت‌های ذاتی رسانه «رادیو» برای انتقال مؤثر پیام به مخاطبان هدف خود می‌دانید؟

■ احساس من آن است که بچه‌ها و همکاران امروز ما از قالب‌های کلاسیک و قدیمی به تدریج دور شده‌اند. آنها با جسارت در حال حرکت به سمت و سوی قالب‌های نو هستند تا جایی که گاه حتی ایجادکننده قالب‌هایی نو برای ارائه مفاهیم شده‌اند. این به آن معناست که بچه‌های ما جرئت و شهامت خطرپذیری و ریسک را یافته‌اند. من فکر می‌کنم وضعیت امروز ما به مراتب نسبت به دیروز بهتر است. منتها این را هم باید بدانیم که خلاقیت از دل دو چیز بیرون می‌آید: علم و توانمندی فرد. دوستان ما معمولاً توانمندی را از دل تجربه‌های خود یا از میان تجارب برنامه‌سازان و همکاران قدیمی و باسابقه به دست می‌آورند. اما علم را باید از میان پژوهش‌ها و همایش‌های رادیویی، منتها با رویکرد کاربردی به دست آورد. حضور صاحب‌نظران و کارشناسان رسانه و کسانی که واقعاً در رشته‌های مرتبط فعالیت کرده‌اند و دارای ذهنیت کاربردی و نه انتزاعی هستند، می‌تواند در کسب چنین علمی مؤثر باشد. اگر این علم و توانمندی باهم جمع شوند، خلاقیتی مثبت اتفاق می‌افتد. اما اگر آن علم نباشد، هرچند توانمندی هم باشد، شما شاهد خلاقیت‌های منفی در رادیو خواهید بود که باعث ریزش مخاطبان می‌شود. حال اگر علم باشد و توانمندی نباشد، برنامه‌ساز گرچه به سراغ یک قالب برنامه‌سازی می‌رود اما چون تجربه‌ای درباره آن ندارد، نه تنها آن قالب را خراب می‌کند بلکه کار را برای نفر بعدی هم دشوارتر می‌کند. حتی ممکن است که دیگر به شما اجازه ندهند که با آن قالب کار کنید. پس ما اگر با توانمندی حاصل از تجربه و علم و جسارت جوانانه حرکت کنیم و مدیران ما هم این جسارت را داشته باشند که حاضر به خطرپذیری و ریسک باشند، چون تا زمانی که مدیران خطرپذیر نباشند هیچ اتفاقی نمی‌افتد.

آنگاه خلاقیت با بروز و ظهوری مثبت آشکار می‌شود.

● **ایجاد و راه‌اندازی رادیوهای تخصصی می‌تواند زمینه‌ای مناسب برای جریان‌سازی‌های متناسب با مأموریت‌ها و وظایف هر رادیو در جامعه و در میان مخاطبان هدف پدید آورد. رادیوی تخصصی معارف تا چه اندازه به دنبال استفاده مؤثر از چنین ظرفیتی در جامعه و در میان مخاطبان هدف خود است؟**

■ جریان‌سازی در حوزه معارف دینی از جمله راهبردهای جدی رادیو معارف است که همواره مدنظر بوده است. فعالیت‌های رادیو معارف اگر نتواند به جریان‌سازی‌های مناسب و متناسب در حوزه‌های فرهنگی و دینی جامعه منجر شود، نمی‌تواند چندان ثمربخش باشد. به جرئت می‌توانم بگویم نخستین رسانه‌ای که شهامت و جرئت آن را داشت تا درباره پدیده گلدکوئیست در جامعه، پیش از آنکه هیچ قانونی در مجلس شورای اسلامی تصویب شود، سخن

گوید، رادیو معارف بود. دوستان ما در برنامه فقه و زندگی وارد بحث گلدکوئیست شدند. گرچه ما از سوی دوستان درون و بیرون سازمان نهی بسیار داشتیم تا مبادا وارد این موضوع شویم، اما هم دوستان ما خلاقیت به خرج دادند و هم مدیران ما توان پشتیبانی از این ریسک و خطرپذیری را داشتند. بعد از آن بود که برخی روزنامه‌ها شروع به طرح این بحث کردند که در نهایت به مجلس و قوه قضائیه منتهی شد و مسائل قانونی مرتبط با آن پیش آمد. همچنین در بحث تولیدمثل و قوانین مربوط به آن که خیلی بحث و مسئله حساسی است و شامل اجاره‌دادن رحم و دیگر مسائل مرتبط می‌شود نیز همه دوستان خوف داشتند. اما باز هم این بحث با خلاقیت دوستان مطرح شد و بسیاری از کارشناسان حتی از سوی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی هم در برنامه حضور یافتند و به ما در اجرای این برنامه یاری رساندند. روند برنامه‌ها هم اینگونه بود که بر فرض از کارشناسان می‌پرسیدیم چگونه در مسئله رحم‌های اجاره‌ای عمل می‌کنید؟ کارشناسان

مجموعه نخبگان حوزه و دانشگاه کاملاً به رادیو معارف اعتماد دارند. ما با بسیاری از مجموعه‌های نظام مانند آموزش و پرورش، سازمان اوقاف، بسیج و دیگر سازمان‌ها و نهادهای دست‌اندرکار تعامل کامل داریم.



مدعو کاملاً به این پرسش پاسخ می‌دادند و می‌گفتند ما این اقدامات را انجام می‌دهیم. در مقابل، کارشناسان مذهبی برنامه می‌گفتند اگر تا اینجا و به این صورت عمل کنید، ایرادی ندارد اما اگر از این حد بگذرید ایراد شرعی دارد و باید راهکاری دیگر بیندیشید.

ما در طرح بسیاری دیگر از مسائل نیز اینگونه اقدام و عمل کرده‌ایم. در بحث بهائیت هم ما اولین رسانه‌ای بودیم که این موضوع را به وضوح بیان کردیم که وقتی می‌گوییم اینها استعماری هستند با چه دلیل و مدرکی می‌گوییم. معارف اینها چیست که ما می‌گوییم منحرف هستند. شاید ما این موضوع را در حدود پنج‌سال پیش گفتیم. البته بسیاری از رسانه‌های مکتوب هم ما را در این راه یاری دادند و این رفته‌رفته به یک «جریان» تبدیل شد و مسئولان فرهنگی جامعه را به تأمل انداخت که راه‌حل‌ها و راهکارهای فرهنگی برای این امر بیابند. چون خیلی نمی‌توان به راه‌حل‌های امنیتی در این عرصه تأکید و تکیه داشت. در بحث و هابیت هم ما الآن سه‌سال است که این بحث را پخش می‌کنیم. در حوزه مربوط به عرفان‌های انحرافی نیز برنامه‌ای با عنوان سراب تهیه کردیم که در آن کارشناسی را از مجموعه‌های مختلف به قم دعوت کردیم که آمدند و بحث‌های خوبی با آنها صورت گرفت. این برنامه هم تبدیل به جریانی مناسب شد تا از رهگذر آن، بسیاری از جنبه‌های این مسئله به اندیشمندان و نخبگان حوزه ارائه شود و نوعی طرح بحث صورت بگیرد. وضعیت کنونی به گونه‌ای است که وقتی **رادیو معارف** به طرح موضوعی خاص می‌پردازد، نخبگان، فضلا و اندیشمندان حوزه می‌آیند و درباره آن بحث می‌کنند. من به یاد دارم که زمانی بانک مرکزی از رادیو معارف تشکر کرد که به عنوان نخستین رسانه مباحث مربوط به سود بانکی را مطرح می‌کند و درباره حلال و حرام بودن آن بحث و بررسی می‌کند. در بحث بورس هم اینگونه بود که دکتر صالح‌آبادی که مدیریت بورس را در حال حاضر برعهده دارند جزء کارشناسان ما بودند که در برنامه فقه و زندگی درباره بورس و مبنای آن با کارشناسان ما بحث می‌کردند.

● **فقدان برنامه‌ریزی مناسب برای معرفی رادیوها و برنامه‌های رادیویی**

**به مخاطبان هدف آنچنان آشکار و بارز است که حتی از نظر مخاطبان نیز پوشیده نمانده است. نگاهی کوتاه به مجموعه نظرسنجی‌های صورت گرفته نشان‌دهنده آن است که «فقدان تبلیغات مناسب» و «به دنبال آن، «ناآشنایی مخاطبان» از جمله دلایل گریز و روگردانی آنها از رادیوهای ماست. آیا شما با چنین برداشتی موافق هستید؟ در صورت موافقت، راه‌حل را در کجا جست‌وجو می‌کنید؟**

■ چنین برداشتی به نظر من کاملاً درست است. نظرسنجی‌ها هم کاملاً همین را می‌گویند. چندی پیش نتایج یک نظرسنجی درباره برنامه‌های رادیو؛ به ویژه **رادیو معارف** را می‌دیدم که در میان افراد بالای ۱۸ سال در تهران و ۱۱ شهر مرکز استان انجام شده بود. جالب است که بر اساس نتایج این نظرسنجی نزدیک به ۵۶٪ پرسش‌شوندگان اصلاً از وجود برخی رادیوها اطلاعی نداشتند. چنین وضعیتی کم و بیش در شهرهایی مثل تهران، اصفهان، مشهد، قم و ... که **رادیو معارف** در آنها دارای آنتن کامل است نیز وجود دارد. این نشان‌دهنده آن است که رادیوهای ما با آسیبی به نام «فقدان اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب» مواجه هستند. ما بر اساس آن نظرسنجی ۱۶٪ شنونده **رادیو معارف** داریم و از آن مهم‌تر که رئیس سازمان هم به آن توجه داشتند آن بود که ۸۷٪ شنوندگان رضایت‌مندی «زیاد و خیلی زیاد» از رادیوی ما دارند که البته یافته‌ای مهم برای **رادیو معارف** محسوب می‌شود. البته کاری که ما برای تبلیغ رادیو معارف در طی این سال‌ها انجام داده و با وسعتی بسیار دنبال می‌کنیم شاید جزء گسترده‌ترین کارها در مقایسه با فعالیت‌های تبلیغی رادیوهای دیگر باشد. ما به سفرهای استانی می‌رویم و با امامان جمعه، دانشگاهیان و حوزویان ملاقات‌های منظم داریم. با آنها صحبت و جلسات نقد برپا می‌کنیم. ما حتی با روزنامه‌ها و مطبوعات همکاری اطلاع‌رسانی و خبری داریم. ما دو فوق برنامه دائم در **رادیو معارف** داریم: یکی طرح «او خواهد آمد» است که طرحی چندرسانه‌ای است و شامل معرفی و شرح کتاب‌های مرتبط با نشر فرهنگ انتظار است و دیگری طرح «وبلاگ‌نویسی» است که

با مخاطبان ما در حوزه وبلاگ سروکار دارد. به نظر می‌رسد اینترنت رسانه‌ای بسیار مهم و پرنفوذ در زندگی جوانان ما خواهد بود و سرمایه‌گذاری در آن بسیار لازم و ضروری است. مسلم است وقتی ما در حوزه‌های مختلف کارهای فوق برنامه انجام می‌دهیم، خودبه‌خود به مخاطبان هم معرفی می‌شویم. گرچه باید در اینجا مسئله‌ای را هم بگویم و آن این که همه رادیوهای ما برای موفقیت در چنین عرصه‌ای به رعایت کامل دو مورد نیازمند هستند. اگر این دو مورد رعایت نشود، تبلیغات رادیوهای ما، باوجود همه فعالیت‌های دست‌اندرکاران تأثیری نخواهد داشت: یکی آنکه صدای رادیو باید شفاف شنیده شود. صدای رادیو اگر شفاف شنیده نشود تنها منجر به آن می‌شود که مخاطب، رادیو را خاموش کند. چند روز پیش در اتومبیل بوم و رادیوی اتومبیل روشن بود. یک لحظه چشمانم را بستم و باز کردم و دیدم رادیو خاموش است. به راننده گفتم: رادیو گوش نمی‌کنید؟ گفت: دیدم خش‌خش می‌کند، خاموشش کردم. این یعنی آنکه مخاطب به مجرد شنیدن کوچک‌ترین پارازیت، رادیو را خاموش می‌کند. ما باید یک بحث و تأمل جدی درباره کیفیت سیگنال‌رسانی داشته باشیم تا صدای ما شفاف شنیده شود.

دومین مورد آن است که ما نیازمند دوپینگ در عرصه تبلیغات رادیویی هستیم. این دوپینگ هم حاصل نمی‌شود مگر با همکاری برادرانمان در تلویزیون. تلویزیون با آن گستردگی که دارد می‌تواند به کمک رادیو در عرصه تبلیغات بیاید. ما برای تبلیغ **رادیو معارف** و برنامه‌های آن از ظرفیت زیرنویس‌های تلویزیونی بهره می‌گیریم. البته در این میان مقداری بسیار هم عدم اقبال هست و چندان استقبال و حمایتی از این مسئله صورت نمی‌گیرد. برای تبلیغات مطبوعاتی هم باید هزینه بسیار سنگینی پرداخت کرد که چنین ردیف بودجه‌ای در رادیوهای ما وجود ندارد؛ مگر آنکه با تعامل خبری از طریق واحدهای روابط عمومی بتوان خیلی کم در این عرصه فعال بود. البته ما از این ظرفیت هم غافل نبوده‌ایم و نیرویی را برای ارائه اطلاعات و اخبار از برنامه‌های رادیو معارف به روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها قرار داده‌ایم. البته اینگونه فعالیت‌ها همچنان جای کار بسیار دارد.



© رادیو معارف تا چه اندازه به دنبال آن است تا برای ایجاد، تقویت و تداوم ارتباط مؤثرتر خود با مخاطبان هدف به گزینش و استفاده از صداهای شاخص، چه در جایگاه گوینده و چه در جایگاه کارشناس - مجری، روی آورد؟

■ اگر ما به پویایی رادیو اعتقاد داریم و به ضرورت آن می‌اندیشیم، چاره‌ای جز تدبیر مناسب در این عرصه نداریم. کسانی که صدای آنها روی آنتن رادیوهای ما می‌رود، چه گوینده و چه کارشناس - مجری، دارای طول عمری مفید در ایجاد و برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبان هستند. اینکه صدای یک فرد حدود سی سال همچنان در اوج رسانه‌ای خود بماند معمولاً اتفاق نمی‌افتد. البته در این میان استثنا هم وجود دارد. مثلاً می‌گویند عمر کارشناسی در رسانه‌ای چون تلویزیون کوتاه است، اما آقای قرائتی بیش از سی سال است که در تلویزیون حضور دارند و هنوز هم در نظرسنجی‌های صورت‌گرفته جزء رده‌های بالا در اقبال و توجه مخاطبان هستند. البته این قانون نیست؛ آنچه قانون است آن است که عمر کارشناسی مؤثر در رادیو و تلویزیون کوتاه است. مگر آنکه کارشناسان و نخبگانی که در این عرصه فعالیت می‌کنند همچنان دارای ارائه رسانه‌ای منحصربه‌فرد باشند و پوینگی دائم در خود ایجاد کنند. اگر من مدیر، رسانه‌ام را به گونه‌ای طراحی کنم که تنها صداهای خاص از آن شنیده شود، شاید بعد از مدتی با سکون و ایستایی در رسانه‌ام مواجه شوم. ما وقتی که به مباحث تخصصی وارد می‌شویم باید به دنبال شاخص‌ترین کارشناسان برویم. البته ممکن است صدای آنها فقط ده تا بیست برنامه بتواند با ما همراهی کند. مگر آنکه کارشناس به جهت توانمندی بالای علمی و دیگر شاخص‌ها بتواند چند سال دیگر روی آنتن باقی بماند. اما باز تکرار می‌کنم که این قاعده نیست. البته ملاحظه‌ای دیگر نیز در حوزه تخصصی وجود دارد. مثلاً اگر من کارشناس حوزه معارف مهدوی هستم، آیا صلاح است که در حوزه حدیث هم کارشناسی کنم؟ به نظر می‌رسد چنین کاری از نگاه مخاطب جذاب و جالب نیست. مخاطب باید این احساس را داشته باشد که رسانه در هر بحثی که پیش می‌آید به دنبال

کارشناس و متخصص همان بحث است. لذا اینکه ما با اصرار و با صرف هزینه تنها به دنبال حفظ یک صدای ثابت روی آنتن باشیم، نه! اینگونه نیست. مگر آنکه موضوعی دائمی و دنباله‌دار مانند احکام مطرح باشد و کارشناس آن بتواند با توانمندی به پاسخگویی بپردازد. مانند آقای محمدزاده که مخاطبان ما چند سال است با ایشان انس دارند و برنامه‌های ایشان را همچنان دارای جذابیت و گیرایی می‌دانند. اما به نظر من در کل بهتر است از توان و صدای کارشناسان متفاوت در برنامه‌های رادیو استفاده شود.

© رادیو معارف به عنوان رادیویی تخصصی که مخاطبانی خاص چون مراجع بزرگوار، اندیشمندان، نخبگان و فضلالی حوزه و دانشگاه دارد، می‌تواند دارای دغدغه‌ها و حساسیت‌های ویژه در روند برنامه‌ریزی‌ها و برنامه‌سازی‌های خود باشد. چه تدابیری به کار می‌بندید تا بتوانید تعامل و تعادلی مناسب میان نیازهای مخاطبان و مصلحت‌های سازمانی و حکومتی ایجاد و برقرار کنید؟

■ به نظر من، اساس تمامی این نیازها و مصلحت‌ها یکی است. من اینها را جدا از یکدیگر نمی‌بینم. بزرگ‌ترین مصلحت نظام ما آن است که مردم پاسخ هر سؤال، شبهه و بحث در حوزه معارف را نزد ما بیابند. مصلحت نظام در آن است که تمامی مبانی تئوریک آن برای مردم بیان شود و لذا ما هیچ محدودیتی در زمینه طرح اینگونه مباحث و همچنین در حوزه بهره‌گیری از آرا و اندیشه‌های نخبگان نداریم. ما در رادیو معارف تاکنون تلاش بسیار کرده‌ایم تا در حوزه مبانی تئوریک نظام و نه مسائل سیاسی پیرامون آن به هر شبهه‌ای که مطرح می‌شود، پاسخ مناسب بگوییم. ما در حوزه معارف اسلامی هر مسئله‌ای را که به نظر می‌رسد مطرح می‌کنیم؛ چرا که به حوزه نخبگان خود اطمینان کامل داریم. ما چند وقت پیش در حوزه شبهات با این مسئله که آیا قرآن کلام خدا یا یک تجربه نبوی است، مواجه شدیم. برخی می‌گفتند: این موضوع را مطرح نکنید. اما بالاخره این پرسش برای مردم در جامعه وجود داشت. مردم می‌خواستند پاسخ

مصلحت نظام  
در آن است که  
تمامی مبانی  
تئوریک آن  
برای مردم بیان  
شود و لذا ما  
هیچ محدودیتی  
در زمینه طرح  
اینگونه مباحث  
و همچنین  
در حوزه  
بهره‌گیری از آرا  
و اندیشه‌های  
نخبگان نداریم



این پرسش را بدانند و ما می‌خواستیم نشان دهیم که نخبگان ما قدرت پاسخگویی به اینگونه پرسش‌ها را دارند و نظام هم می‌پسندد که به اینگونه نیازها پاسخ داده شود. ما این موضوع را مطرح کردیم و یکی از کارشناسان آمد و به این مسئله پاسخ داد. در حوزه ولایت فقیه هم به هر آنچه شبهه به نظر می‌رسید، پاسخ دادیم و درباره آن بحث کردیم. در مورد دیگر مسائل تئوریک نظام که سؤال در مورد آن وجود داشت نیز بحث کردیم و به مسائل مختلف این حوزه پاسخ دادیم. نشان دادیم که خود نظام هم با این امر موافق است. نشان دادیم که جوانان ما از دین فراری نیستند، بلکه نسبت به دین سؤال دارند و از آدم‌های به ظاهر دینی فراری‌اند. ما در حوزه مردمی قادریم که به تمامی پرسش‌های معارفی پاسخ دهیم. معتقدیم که هیچ سؤالی بدون پاسخ نیست. شاید جواب پرسشی را آقای «الف» نداند اما آقای «ب» که می‌داند. مجموعه نخبگان حوزه و دانشگاه کاملاً به **رادیو معارف** اعتماد دارند. ما با بسیاری از مجموعه‌های نظام مانند آموزش و پرورش، سازمان اوقاف، بسیج و دیگر سازمان‌ها و نهادهای دست‌اندرکار تعامل کامل داریم.

### ● نظرسنجی‌های مرکز تحقیقات سازمان را تا چه اندازه برای برنامه‌ریزان ارشد رادیوهای ما تأثیرگذار و راهگشا می‌دانید؟

■ روند انجام و ارائه نتایج نظرسنجی‌های مرکز تحقیقات سازمان اخیراً بهبود مناسبی یافته است. ما نتایج این نظرسنجی‌ها را در اختیار واحد طرح و برنامه خود قرار می‌دهیم تا آنها را بررسی و تحلیل مناسب کنند. اگر نتایج نظرسنجی در حوزه تهیه و تولید برنامه‌های ما باشد، پیشنهادهای متناسب از سوی واحد طرح و برنامه به گروه‌های برنامه‌ساز ارسال می‌شود. من خود همیشه از نظرسنجی‌های مرکز تحقیقات سازمان استفاده می‌کنم. گرچه نتایج نظرسنجی‌های دیگر مراکز تحقیقاتی را دیده‌ام، اما باز نتایج نظرسنجی‌های مرکز تحقیقات سازمان را بهتر و دقیق‌تر می‌دانم. البته به نظر من در حوزه معارف بهتر است نظرسنجی‌ها بر مبنای طرح مسائلی که احساس می‌شود در جامعه نسبت به آن پرسش و حساسیت

وجود دارد، تخصصی‌تر و دقیق‌تر شود. برخی نظرسنجی‌ها در حال حاضر خیلی کلی است. مثلاً می‌پرسند: آیا شما گرایش به دین دارید یا نه؟ این پرسش خیلی کلی است. ولی اگر در جامعه رفتیم و از مردم پرسیدیم که شما تا چه حد به سهم امام توجه دارید و یا آیا اصلاً شما سهم امام می‌پردازید یا نه؟ یا اینکه تحقیق شود که آیا افراد به حساب و کتاب و کتاب زندگی خود واقف هستند یا نه؟ که اگر نباشند لقمه حرام وارد زندگی آنها می‌شود و هزاران مشکل مختلف در جامعه فراهم می‌آید و حتی اثرات بدی هم برای خود فرد دارد. یا نظرسنجی درباره اینکه آیا مردم به مسجد می‌روند یا نه؟ مردم **قرآن** می‌خوانند یا نه؟ تا چه اندازه تفسیر **قرآن** را می‌دانند؟ آیا به نماز جمعه می‌روند یا نه؟ و ... اگر نظرسنجی‌ها دقیق باشد کمک بسیاری به برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان رادیوهای ما می‌کند. اما مسئله دیگر، تلاش برای اثرسنجی است که شنیده‌ام مدت‌هاست بر روی آن کار می‌شود. نمی‌دانم آیا مرکز تحقیقات سازمان هنوز به مدلی خاص در این باره رسیده است یا خیر؟! اینکه آیا پس از پخش موسیقی از رادیو تغییر و تحولی از لحاظ فرهنگی ایجاد می‌شود یا نه؟ یا دیگر پرسش‌هایی از این دست می‌تواند برای برنامه‌ریزان رادیو بسیار تأثیرگذار و راهگشا باشد.

### ● به پایان گفت‌وگوی به نسبت مفصل با شما رسیدیم. پرسش پایانی من از شما به عنوان برنامه‌ساز دیروز و برنامه‌ریز ارشد امروز رادیو؛ به ویژه رادیو معارف آن است که در تحقق شعار سالیان گذشته و حال رادیوهای ما در «حفظ مخاطب فعلی و جذب مخاطب جدید» چه اولویت‌هایی را به منزله اولویت‌های اصلی خود پیشنهاد می‌کنید؟

■ من در حوزه **رادیو معارف** علاوه بر نگاه جدی به تأمین زیرساخت‌های فنی مناسب این ایستگاه رادیویی، سه اولویت اصلی و اساسی را پیشنهاد می‌کنم:

- نخست؛ استفاده از ظرفیت‌های فکری نخبگان به صورت سیستمی در روند برنامه‌ریزی‌ها و برنامه‌سازی‌های رادیوهای ماست.

- دوم؛ ما باید به چشم مردم بباییم. من دیده‌ام که برخی رادیوها در بوستان‌ها، نمایشگاه‌ها و دیگر اماکن عمومی به اجرای برنامه می‌پردازند. ما نیز در برخی همایش‌ها حضور رادیویی داشته‌ایم. ما به این تجربه جدید در نمایشگاه بین‌المللی **قرآن کریم** و جشنواره کریمه اهل بیت به مناسبت تولد حضرت معصومه (سلام‌الله علیها) دست یافتیم. اینکه مخاطبانی که صدای ما را می‌شنوند بدانند چه روندی طی می‌شود تا برنامه‌ای رادیویی ساخته و پخش شود، می‌تواند در نوع خود بسیار جذاب و شایسته توجه باشد.

- سوم؛ که اولویت به نسبت خطرناکی هم هست به تغییر ادبیات و زبان **رادیو معارف** بازمی‌گردد؛ به این معنا که کارشناسان ما بیان گاه خیلی رسمی، حوزوی و کلاسیک دارند. ما برای حفظ مخاطبان فعلی و جذب مخاطبان جدید ناگزیر هستیم تا متناسب با آن، بیان و زبان خود را تغییر دهیم؛ به گونه‌ای که محتوای رادیوی ما تغییر نکند که البته کار بسیار سختی است. ما در حال حاضر بیشتر از کارشناسانی در رادیو معارف استفاده می‌کنیم که دارای قوت علمی بالا همراه با زبان و گویش متناسب، به ویژه برای جوانان باشند. فکر می‌کنم با ادامه این رویه بتوانیم شاهد افزایش خوبی در شمار مخاطبان خود باشیم. مخاطبان ما باید احساس کنند که رادیو زبان آنهاست و دغدغه‌ها و مطالب آنها را بیان می‌کند. ما تنها برای خود حرف نمی‌زنیم، بلکه برای اثرگذاری در جامعه و تأثیر بر مخاطبان هدف خود سخن می‌گوییم. ما زمانی می‌توانیم یک رادیوی پرمخاطب باشیم که هم با زبان مردم سخن گوئیم و هم در ارتباطی تنگاتنگ با نخبگان جامعه باشیم.

### ● با سپاس از شما و فرصتی که در اختیار ما قرار دادید.