

رادیو دوست صمیمی مخاطبان

❖ حجة الاسلام و المسلمین موسوی مقدم
قائم مقام رئیس سازمان صداوسیما



و به ویژه صداوسیما که اساساً باید تحول و نوآوری را در ذات خود جاری و ساری داشته باشد. خاص‌الخاص است چون مقتضیات رسانه‌ای و کارکردهای ویژه رادیو با توجه به وضعیت فعلی آن رقابت رادیو با سایر رسانه‌ها، نوآوری و ابداع را برای رادیو امری خاص‌الخاص می‌کند. البته رسانه‌ای که نوآوری نداشته باشد رسانه پویا و موثری نیست. رسانه باید تحول‌گرا باشد و باید دائم خود را بازنگری و آسیب‌شناسی کند. در لایه‌های فکری و روحی و روانی و نیازهای گوناگون مخاطب نفوذ پیدا کند. همچنین فکر و ذهن و جان مخاطب را در اختیار بگیرد تا بتواند تعاملات لازم رسانه‌ای را با او برقرار کند. این مهم صورت نمی‌گیرد، مگر با

و اجلاس جهانی رادیو و خیرمقدم به کلیه میهمانان داخلی و خارجی، بیان کردند: خوشبختانه جشنواره امسال با کیفیت خوبی برگزار شد، من در یکی از مصاحبه‌های جناب آقای صوفی خواندم که ایشان تاکید کرده بودند: سعی بر این است که بعد از جشنواره با خلاقیت و نوآوری و تحولی که در رادیو به وجود می‌آید، فرآیند پیشرفت برنامه‌سازی رادیو را تداوم بخشیم. همانطور که می‌دانید خلاقیت و نوآوری، هم‌عنوانی عام است و هم خاص و هم خاص‌الخاص. عام است برای تمامی نهادهای فرهنگی که باید نوآوری و تحول را همیشه در برنامه کاری خود داشته باشند؛ خاص است برای رسانه‌ها

مراسم پایانی دوازدهمین جشنواره بین‌المللی و چهارمین اجلاس جهانی رادیو در زیباکنار رشت، میهمان ویژه‌ای داشت. در این مراسم حجة الاسلام والمسلمین سیدرمضان موسوی مقدم، قائم مقام رئیس سازمان صداوسیما نکات مهمی در مورد رادیو بیان کردند که مطمئناً برای مدیران و برنامه‌سازان رادیو مفید خواهد بود.

ایشان توجه به سه حوزه مهم و اساسی طنز، مستند و نمایش را راه‌گشای برنامه‌سازی مطلوب و شکوفایی بیشتر رادیو در میان سایر رسانه‌ها دانستند. قائم مقام رئیس سازمان صداوسیما ضمن تشکر و سپاس از همه‌ی عوامل دست‌اندرکار در این دوره از جشنواره

فردی گرفته تا رفتارهای مدیریتی را در برمی گیرد و لذا اگر اندیشه و بینش‌ها و دیدگاه‌های ما اصلاح شود قطعاً رفتارهای ما هم رو به اصلاح پیش می‌رود.

اولین گام و آغاز حرکت تحول‌خواه و تغییراتی که باید ایجاد شود اصلاح رفتارهایی است که ما به آنها عادت کرده‌ایم و برای تغییر آن، خود ما و احیاناً زیرمجموعه ما، مقاومت می‌کنند. لذا اولین گامی که مدیر تحول‌خواه و مجموعه مدیریتی که می‌خواهد تغییرات ایجاد کند برمی‌دارد رفتار شجاعانه است. چون عادت‌ها، مانع تغییرات می‌شوند و بعضاً تابویی هستند که اگر بنا باشد تغییری ایجاد شود از انجام آن جلوگیری می‌کنند. سرآغاز شکل‌گیری این تحولات مبارزه با عادت‌های ناپسند است. شرایطی که ما در حال حاضر در آن به سر می‌بریم محصول وضعیت موجود است اگر خواستار شرایط جدید هستیم ناگزیر باید تحولات را متناسب با شرایط و مقتضیات امروز رسانه‌ای در نظر بگیریم. البته در این راه باید عامل باشیم و مسئولیت عمل‌مان را هم بپذیریم.

گفته می‌شود که در مجموعه تغییرات و تحولاتی که انجام می‌شود باید از انتها آغاز کرد یعنی آنچنان تدبیر کرد، آنچنان همه جوانب را در نظر گرفت که پایان کار را اول ببینیم و در این مسیر اگر مجموعه مؤلفه‌ها را در نظر بگیریم قطعاً باید خود را برنده بدانیم و گام به گام باعث ایجاد تحول و دگرگونی در رسانه باشیم.

براساس تحقیقی که انجام شده برخلاف آنچه در نگاه اول به ذهن متبادر می‌شود، رادیو همچنان در جایگاه بسیار خوبی قرار دارد. رادیو در کشورهای در حال توسعه همچنان قدرت تعاملی بسیار بالایی دارد نتیجه این بررسی‌ها نشان می‌دهد که باید اطلاعات به روز را از رسانه رادیو گرفت چون در رسانه‌های رقیب رادیو «مطبوعات و تلویزیون» برنامه‌ها به‌صورتی است که مخاطب برای

یکی از ثمرات و برکات

جشنواره و اجلاس

انتخاب و گزینش راه‌های

تحول‌زا و نوآورانه

است. پس از جشنواره

و اجلاس، زمان مناسبی

برای این کار است، چون

در این دو محفل نظرات و

راهکارهایی داده می‌شود

که می‌تواند در جای‌جای

رسانه رادیو تأثیرگذار

باشد.

می‌شود. اگر جشنواره به این نکات مهم و ظریف توجه کند و بعدها این تغییرات در جای‌جای رسانه رادیو جاری و ساری شود قطعاً یکی از مهم‌ترین کارکردهای جشنواره و اجلاس تحقق پیدا خواهد کرد.

البته اساتید محترم می‌دانند خلق و ابتکار و نوآوری در خلأ به‌وجود نمی‌آید. خلق موجد تحول است برای تغییراتی که ما را به وضعیت مطلوب برسانند. لذا توالی و زنجیره‌ای بودن این تحولات و تغییرات بسیار مهم و اساسی است. این یک اصل است که رفتار ما همواره تابعی از بینش‌های ماست و اندیشه‌های ما همواره بر رفتارهای ما سایه افکننده است. بخش‌های مختلف از رفتارهای

تحول و نوآوری در وضع موجود. قطعاً یکی از ثمرات و برکات این نوع جشنواره‌ها و اجلاس‌ها، انتخاب و گزینش راه‌های تحول‌زا و نوآورانه است. پس از جشنواره و اجلاس زمان مناسبی برای انجام این کار به‌وجود می‌آید، چون در این دو محفل نظرات و راهکارهایی داده می‌شود که می‌تواند در جای‌جای رسانه رادیو تأثیرگذار باشد و خود را نشان بدهد تأثیری که موجب خلق و آفرینش چهره‌ای نو از عملکرد رادیو شود.

اصولاً پدیده‌ای که محصول نوآوری باشد چیزی متفاوت از تغییرات کم‌اهمیت مورد انتظار است لذا در خلاقیت‌ها و نوآوری‌ها، فواید و آثار و نتایج تغییرات اساسی و بنیادی را مستقیماً مخاطب متوجه



دسترسی به اطلاعات، باید وقتی را صرف کند اما رادیو به دلیل رسانه ثانویه بودنش چنین نیست.

یکی دیگر از یافته‌های پژوهش‌ها این بود که رادیو رابطه بسیار صمیمی و دوستانه‌ای با مخاطب برقرار می‌کند که این ویژگی خاص رادیوست. ویژگی دیگر رادیو قابلیت دسترسی است ضمن اینکه خوشایند همگان است و از نظر توجه به سلیقه و منافع اقشار و گروه‌های مختلف و همه لایه‌های فکری و اجتماعی جامعه از حیث محتوایی، و بایسته‌هایی که باید رعایت کند جایگاه خاصی دارد.

از طرف دیگر بر «کلمه» به عنوان شجره طیبه در قرآن مجید تکیه شده است و «کلمه و کلام» متعلق به رادیوست و این ویژگی مهمی است که باید به آن توجه کند. به تعبیر قرآن مجید **الْمُتَرَكِّفُ** **كَيْفَ** **ضَرَبَ** **اللَّهُ** **مَثَلًا** **كَلِمَةً** **طَيِّبَةً** **كَشَجَرَةٍ** **طَيِّبَةٍ** **أَصْلُهَا** **ثَابِتٌ** **وَفَرْعُهَا** **فِي** **السَّمَاءِ** (آیه ۲۴ سوره ابراهیم) این سرمایه بسیار بزرگی است که به صورت انحصاری در اختیار رادیوست. اگر چه این عنصر یعنی کلام در تمامی رسانه‌ها کاربرد دارد اما عنصر مهمی در رادیوست و باید به این عنصر و ویژگی مهم توجه کند. رادیو بسیار جایگاه خوبی دارد و به نظر می‌رسد اگر امروز در سپهر رسانه‌ای به خصوصیات رادیو توجه کنیم می‌توان از آن به نحو احسن استفاده و تأثیر آن را چند برابر کرد. لذا باید به این موضوع فکر کرد

در مجموعه تغییرات و تحولاتی که انجام می‌شود باید از پایان آغاز کرد، یعنی آنچنان تدبیر کرد، آنچنان همه جوانب را در نظر گرفت که پایان کار را اول ببینیم و در این مسیر اگر مجموعه مؤلفه‌ها را در نظر بگیریم قطعاً باید خود را برنده برنده بدانیم و گام تحول‌ها و دگرگونی‌ها را در رسانه برداریم.

رادیو رابطه بسیار صمیمی و دوستانه‌ای با مخاطب برقرار می‌کند که این ویژگی خاص رادیوست.

که هنوز ظرفیت رادیو به اتمام نرسیده است. البته با نوآوری‌هایی که مدیران و برنامه‌سازان از خود نشان دهند می‌توان از این ظرفیت به نحو مطلوبی استفاده کرد.

و اما نکات مهم:

- رادیو در کشورهای در حال توسعه دارای نقش مهمی است که همکاران ما در رادیو باید به این نکته توجه کنند. البته در کشور ما به دلیل ویژگی‌ها و باورهای خاص فرهنگی رادیو در جایگاه خاصی قرار دارد. این نکته و نیز نسبت رادیو با سایر رسانه‌ها به صورت عام در کشورهای در حال توسعه که مقتضیات خاصی دارد باید مورد توجه قرار گیرد. ما از منظر اقتصادی، پارادوکس‌ها و یک سلسله تضادهایی داریم که باید به اینها توجه بکنیم، اینها باید توسط هنرمندان تیزبین ما بطور دقیق مورد مطالعه قرار گیرد. موضوعاتی مانند: نفت و اشتغال، فقر و غنا، تولید و مصرف و... شاید یکی از موضوعاتی که باید به آن توجه کرد همین نکته است که برخی از روش‌هایی که کشورهای در حال توسعه به کار برده‌اند و از گردن‌های مخاطرات عبور کرده‌اند، ما هم بخواهیم با همان متدولوژی به پیش برویم نتیجه خوشایندی عایدمان نشود. فرض این است که رادیو در توسعه پایدار هر کشوری مؤثر است، رادیو قرار است با مسئولین و متولیان امر توسعه تعامل داشته باشد، رادیو قرار است به عنوان یک رسانه فراگیری که در اختیار همه مردم است شرایطی را به وجود آورد که فرهنگ کار، فرهنگ تولید، و فرهنگ توسعه و اقتصاد رونق پیدا کند.

در چنین موقعیتی است که رسانه و رادیو، دچار تناقض می‌شود چراکه باید بنشینند و هنرمندانه و خلاقانه به آن بپردازد همانطور که نباید به دام تجمل‌گرایی بیفتد از طرف دیگر نباید موضوع مصرف را هم نادیده بگیرد زیرا اگر غیر از این باشد اقتصاد ضربه خواهد

خورد هم موضوع اقتصاد و هم موضوعات مشابه دیگر.

نکته ظریفی در آموزه‌های دینی ما وجود دارد که باید به آن توجه کرد اساساً «زهد» در تولید نیست بلکه در مصرف است و این آموزه مولای متقیان حضرت علی (ع) است که آنچنان تلاشی در «تولید» داشتند که ما هنوز آثار آن را در چاه‌ها و قنات‌هایی که حفر شده می‌بینیم. اما حضرت زمانی که از حوزه تولید به حوزه مصرف می‌آمد آنچنان زاهدانه رفتار می‌کرد که شما وصفش را فراوان شنیده‌اید. طرح این مؤلفه‌های گوناگون معرفتی توسط برنامه‌سازان هنرمند رادیو باید به گونه‌ای باشد که به آن نگاه عمیق شود. ضمن اینکه مقتضیات خاص کشورهای در حال توسعه از جمله کشور ما و موضوعات دیگر را نیز در نظر بگیرد.

- نکته بعد حوزه نمایش و آثار نمایشی است که باید بیش از آنچه که در حال حاضر به آن توجه می‌شود، در رادیو از ظرفیت آن استفاده کرد. با تدابیر معاون محترم صدا حوزه نمایش و آثار نمایشی احیا شده و در حال اوج‌گیری و رسیدن به جایگاه خوبی است. به قول یکی از اندیشمندان بزرگ اسلامی آن چیزی که ما را به قدرت خداوندی نزدیک می‌کند قدرت «تخیل» هست و دست‌مایه اصلی نمایش نیز «تخیل» است و رادیو ذاتاً تخیل‌پردازی زیادی دارد. ما در رادیو می‌توانیم از آن به نحو مطلوبی استفاده کنیم. البته در رادیو در بخش‌های کارشناسی و هنری ظرافت‌هایی دارد که باید به آن توجه بکنیم. متأسفانه به بعضی از این ظرافت‌ها در رسانه‌های دیداری کمتر توجه می‌شود که موجب پدید آمدن چالش‌های جدی است، باید به آن بیشتر توجه کنیم. آن خیالی که از معبر عقل عبور کند و به محسوسات تبدیل شود، قطعاً خیالی خواهد بود که مورد اقبال مخاطب قرار خواهد گرفت و بخش زیادی

از پیام را دریافت خواهد کرد. این فرآیند بسیار مهم است که معقولات، مخیل شوند و مخیلات، محسوسات شوند. این فرآیند در رادیو بسیار راحت‌تر انجام می‌شود تا در سایر رسانه‌های نمایشی. به این موضوع مهم در رادیو باید توجه و عنایت بیشتری داشت تا جایگاه بهتری را پیدا کند.

- بحث بعدی مستندهای رادیویی است. برنامه‌های مستند خیلی تأثیرگذار است. یکی از ظریفان می‌گفت اگر مستند را از سینما بگیرید چیزی جز خیال‌پردازی غیر ضرور و غیر قابل استفاده باقی نمی‌ماند. مستند، ابهامات نهفته در زندگی و بسیاری از موضوعات را روشن خواهد کرد. اتفاقاً اگر روال کار تولید مستند در رادیو نهادینه شود و تولیدات خوبی داشته باشیم (چون صداقت بی‌مانندی در رادیو و کلام آن وجود دارد) در بسیاری از مواقع سؤالات را پاسخ خواهد داد و در روح و جان مخاطب جای خواهد گرفت. من نمونه‌هایی را که در حال حاضر می‌بینم. مثل پیک بامدادی شبکه سراسری که بسیار جذاب است. انصافاً موضوعات بسیار جالبی را ارائه می‌کند و بسیار هم تأثیرگذار است. شاید مستند گزارشی یا روایی باشد اما این خصوصیتی که رادیو و تأثیرگذاری آن دارد باید بیش از گذشته مورد توجه قرار گیرد.

- نکته آخر وضعیتی است که طنز در رادیو دارد که هنوز جایگاه خود را پیدا نکرده است. اگر قرار است در سایر رسانه‌ها چهره و ساحت طنز از این مظلومیت زوده شود قطعاً باید از طریق رادیو انجام شود. رادیو می‌تواند بسیاری از موانع را بردارد، همانگونه که صاحب طنز هست. باید در این زمینه هم پیش‌رو باشد. به دور از تعاریف جاری، طنز جریان نرم و شوینده‌ای است که در دل خودش پاکی و طراوت دارد. من طیف وسیع طنز را عرض می‌کنم از یک کلام و گفتار مجری

در یک برنامه‌های صبحگاهی گرفته تا طنزهای تخصصی در بخش‌های مختلف که در رادیو که در اوج هستند. همیشه طراوت را منتقل خواهد کرد اگر بعضاً رکودی حس می‌شود به طنز بر نمی‌گردد. این موضوع به افرادی برمی‌گردد که هنوز جایگاه طنز را درک نکرده‌اند. اما نکته ظریفش اینجاست ضمن توجه به طنز باید به مقتضیات کشور هم توجه کنیم کشوری که در حال توسعه است در حال تجربه کردن موضوعات بسیاری است، دشمنان به او اجازه نمی‌دهند و در عرصه رسانه‌ای بیشترین فشارها را متوجه این کشور می‌کنند. در یک مقایسه‌ای که انجام شده است میزان حملات رسانه‌ای و دشمنی رسانه‌ای که در یک بازه زمانی ده ساله علیه انقلاب و مردم مسلمان ایران انجام شده است با مجموعه فعالیت‌های رسانه‌ای که در طول جنگ سرد بین جهان غرب و شرق انجام می‌شده مساوی است. در شرائطی که دشمن از صداقت رادیو (که از نظام و متن مردم بر می‌خیزد) سوء استفاده می‌کند باید مراقبت و مواظبت کرد تا خدای ناکرده از یک کلام، از یک اشاره و یا یک لب‌خند به دست دشمن بهانه‌ای بدهد مثل داستان شماتت همسایه‌ها که در گلستان سعدی آمده... {اصل حکایت در باب چهارم گلستان سعدی چنین است: بازرگانی را هزار دینار خسارت افتاد. پسر را گفت: نباید که این سخن با کسی در میان نهی. گفت: ای پدر، فرمان تورا است، نگویم ولی مرا بر فایده این مطلع گردان که مصلحت در نهان داشتن چیست؟ گفت: تا مصیبت دو نشود یکی نقصان مایه و دیگر شماتت همسایه.

مگوی انده خویش با دشمنان
که لا حول گویند شادی کنان {

برای همه شما عزیزان آرزوی سلامتی و موفقیت دارم.