

سه گفتگو، با سه رویکرد به پیام

گفتگوها از محمدرضا شهیدی فرد

سه گفتگو در صفحات بعد خواهد آمد.

یک موضوع به تهیه‌کنندگی می‌پردازد، دیگری به وجهی از مدیریت و سومی درباره گویندگی و اجرا است. ویژگی مشترک هر سه نفر که با آنها گفتگو شد، تجربه بیش از دو دهه کار رادیویی‌شان است. آقای جعفر خسروی تقریباً همه عرصه‌ها را آزموده و با پشتوانه‌ای قابل اعتنا و برجسته در زمره سرآمدان است. او نویسنده‌ای چیره‌دست، گوینده و مجری‌ای قدرتمند و همچنین تهیه‌کننده‌ای مسلط با ایده‌های تازه است.

جناب حسن لشکری دارای سال‌ها سابقه کار مدیریتی است؛ از مدیریت روابط عمومی صدا تا رادیو جبهه، پخش و نظارت صدای شهرستان‌ها، رادیو جوان و رادیو ورزش و یکی دو سال اخیر، مدیر نظارت و پخش و دبیر کمیته ارزشیابی رادیو پیام و دبیر شورای موسیقی رادیو ورزش و رادیو پیام.

سرکار خانم پریچهر بهروان که بیشتر به‌عنوان گوینده و مجری شناخته می‌شود، نویسنده‌ای حرفه‌ای نیز برای رادیوست. وی از جمله مجریانی است که با شخصیتی قابل احترام که در صدایش تجلی خاص دارد، شنونده را به راحتی متقاعد می‌کند.

پیام، نیازمند بازنگری و پویایی

محمد جعفر خسروی
نویسنده و گوینده

از کجا شروع کنیم؟
☎ از شروع کار من در شبکه پیام.
نویسنده‌ی یا گوینده‌ی؟
☎ نویسنده‌ی و گوینده‌ی و تهیه‌ی که از سال ۱۳۷۵ آغاز شد و تا حال در تمامی نوبت‌های شبکه پیام به‌جز بخش سحرگاهی ادامه داشته است.
کدام بخش را ترجیح می‌دهید؟
☎ شبانگاهی را، چون پیام ترافیکی و بازرگانی و هر پانزده دقیقه یک‌بار، خبر ندارد و لذا متغیرهای تهیه در آن کمتر است و آزادی عمل بیشتر. و صبح را به-دلیل ریتم و سرعت آن؛ گرچه گاهی فاقد این دو ویژگی است.



گویندگی و تهیه در شبکه پیام آسان تر

است یا در سایر شبکه ها؟

گویندگی و تهیه اساسا کار مخاطره- آمیزی است، سخت و زیان آور. به نظر من میزان اختیار برنامه سازان در پیام کمتر از سایر شبکه هاست؛ حال این که ممکن است خلاف این تلقی شود. در چهار بخش صبح تا شبانگاهی، خبر، پیام بازرگانی، پیام ترافیکی، اطلاعیه ها، نوشتار و محدودیت های خاص پخش سرود و موسیقی تا به حدی است که حوصله برنامه ساز را تحت تاثیر قرار می دهد. اما ترکیب برنامه سهل تر است گرچه باید ممتنع هم باشد.

امتیاز ویژه شبکه پیام چیست؟

بزرگ ترین امتیاز شبکه پیام، فضای تنفس موسیقایی آن است. در رادیو پیام جریانی سیال، لطیف و مداوم با تکیه بر موسیقی اتفاق می افتد. البته منظورم موسیقی سازی است والا از شبکه قرآن، حجم قابل توجهی موسیقی غیرسازی در تلاوت و تواشیح و مانند آن به گوش می رسد ولی همچنان سهم اساسی پخش موسیقی سازی در رادیو کشور به عهده شبکه پیام است.

به این ترتیب و به نظر شما شبکه پیام، شبکه موسیقی است.

محملی به نام پیام را بگنجانیم و بعد شبکه- ای با پخش روزانه شصت درصد موسیقی را موجه کنیم و بعد خودمان هم واقف باشیم که رویکرد مردم به دلیل آن شصت درصد موسیقی است، آن موقع دچار یک گرفتاری اساسی شده ایم و آن این است که برای رسیدن به مقصود ثانوی، هدف اولیه را بهانه قرار داده ایم و این شیوه در اخلاق رسانه ای نمی گنجد.

حالا بیایید این فرض را اساسا مردود بدانیم. اولین سوال این است که مبنای ما در تحلیل شبکه رادیویی پیام چیست؟ عنوان؟ به راستی این شبکه مقبول چقدر حاوی پیام است؟

یعنی شما معتقدید شبکه ای با نام پیام، الزاما باید اطلاعات بدهد؟

اگر اسمش پیام است، بله.

اگر اسم، مبین مقصود است، پیام به- منزله نام این شبکه رادیویی این مقصود را

کثرت پخش موسیقی در شبکه پیام موجب افزایش اقبال عمومی به این شبکه و لاجرم ادبار نسبت به دیگر شبکه ها می شود. گرچه تکرار همین تجربه در برخی ساعات شبانه سایر شبکه های رادیویی نیز مقبول به نظر می رسد و تغییر شکل در شبکه رادیویی تهران نیز موید این مدعاست.

اعتقادی و مانند آن است که زندگی روزمره را تحت تاثیر قرار داده، آن را تسهیل یا تسریع می کند. حداقل چیزی در حد اطلاعات موجود در صفحات تله تکست یا شبکه پیام سیما.

آیا مفهوم پیام را باید به اطلاعات روزمره محدود کرد؟ به نظر من وقتی شعر هم خوانده می شود پیامی در آن وجود دارد. رادیو پیام چه پیامی می دهد که سایر شبکه های رادیویی از بیان آن عاجزند؟

اگر مقصود از پیام این است که شما می گوئید، به شبکه های دیگر رادیو هم می- شود گفت پیام. و اگر موسیقی وجه ممیزه آن است دیگر پیام امتیاز آن نیست، بلکه کثرت پخش موسیقی در شبکه پیام موجب افزایش اقبال عمومی به این شبکه و لاجرم ادبار نسبت به دیگر شبکه ها می- شود. گرچه تکرار همین تجربه در برخی ساعات شبانه سایر شبکه های رادیویی نیز مقبول به نظر می رسد و تغییر شکل در شبکه رادیویی تهران نیز موید این مدعاست. صرف نظر از توفیق یا عدم توفیق آن.

بالاخره در تعریفی مجمل شما شبکه پیام را چگونه تعریف می کنید؟

شبکه پیام، شبکه ای ایجازی است که در بستری از موسیقی اتفاق می افتد و به سبب فقدان مجموعه ای از اطلاعات که من به آن پیام می گویم مغلوب موسیقی و ادبیات رمانتیک است.

زنده بودن برنامه ها اقتضا می کند که پیام از پشتیبانی فرهنگی، هنری، ارزیابی و نظارت منسجم و مداوم سازمان مبتنی بر تعریف بر خوردار باشد تا گرفتار سلیقه فردی نشود.

ای کاش بود. اگر ما نمی توانیم پخش موسیقی برای موسیقی را از یک شبکه رادیویی توجیه کنیم و ناگزیریم در کنار آن

به ذهنمان متبادر می کند که شبکه پیام حاوی مجموعه ای از اطلاعات موجز، تازه و کاربردی در حوزه های اقتصادی، اجتماعی، بهداشتی، فرهنگی، سیاسی،

مقصر کیست؟

📞 چرا قصور و تقصیر تلقی کنیم؟ پیام همانی است که می‌توانسته باشد. شبکه پیام باید یکی از این سه صورت می‌بود: ۱- اطلاعات و نیازمندیهای فرهنگی، اجتماعی و... ۲- سرود و موسیقی ۳- ترکیبی از هر دو. گزینه سوم اتفاقی است که به فراخور شرایط صورت گرفته است.

پس مشکل کجاست؟

📞 متأسفانه در تمام رادیو ما به کنداکتور مثل کتاب مقدس نگاه می‌کنیم. حتی شبکه پیام به‌عنوان اولین شبکه آزاد رادیویی که از بند کنداکتور سنتی رادیو رها شد، امروزه دچار نوعی تکرار در تلقی و عادت‌هاست. تقسیم بخش‌ها، شیوه تقطیع خبرها، محدودبودن مولفان در نوبت‌های شبانگهی، تکرار و تعریف و توصیف‌های مشابه در متون، تکرار خبر در نوبت‌های گوناگون و مواردی نظیر اینها، همه شایسته تجدیدنظر است.

آنچه از شبکه پیام به گوش می‌رسد کجا**طراحی می‌شود و چگونه شکل می‌گیرد؟**

📞 تهیه‌کننده مبتنی بر سلیقه خود بخشی را طراحی می‌کند و مدیر، مبتنی بر ادراک و استنباط و سلیقه خود ارکان شبکه را طراحی می‌کند. اگر این طراحی کلی، درست اتفاق افتاد، بدانید مدیریت درست عمل کرده است و اگر درست اتفاق نیفتاد و نوعی گوناگونی نامطلوب در اجزا احساس کردیم، بدانید که مدیریت یا دچار تنگدستی است یا دچار تنگ سلیقه‌گی. فراموش نکنیم که کاربرد سلیقه در حوزه مدیریت و تهیه، تفاوتی اساسی دارد. من تصور می‌کنم، مدیر موظف به ساماندهی سلیقه جمعی در درون و برون شبکه است، اما تهیه‌کننده مجاز به اعمال سلیقه فردی در محدوده برنامه‌سازی است.

نقش سایر همکاران چه می‌شود؛ اعم از**گوینده، نویسنده و دیگران؟**

📞 حصول درک متقابل در گروه برنامه‌ساز، آشنایی رادیویی، که محصول آن آگاهی از افکار، سلیق و قابلیت‌های یکدیگر است، مقدمات اساسی است تا ما

تا زمانی که به تهیه‌کننده به-**منزله ابزار برنامه‌سازی، به****سردبیر به‌منزله ابزار تدارک-****بخشی از فکر رسانه و به****گوینده به‌منزله ابزار تبدیل****نوشته به صدا نگاه کنیم و****نقش انسانی تاثیر گذار آنها را****نادیده بگیریم، تاثیر تمام-****عیاری از حضورشان نخواهیم****یافت.**

با استفاده از ابزارهایی که در اختیار داریم متناسب با شرایط و موقعیت رادیویی مقصودمان را بیان کنیم. آن‌قدر پخته که هم پیام منتقل شده باشد هم ارتباط برقرار شده باشد، به‌گونه‌ای که ابزار و ارکان برنامه‌سازی را خدشه‌دار نکرده باشیم و این مسئولیت متوجه یک نفر نیست، بلکه کاری جمعی است که توسط گروه صورت می‌گیرد. به این دلیل تغییر در هریک از گروه‌ها، پیام را دستخوش تغییر می‌کند که تضمین حصول نتیجه آن، هنر مدیریت است.

مثل عموم شبکه‌های رادیویی، در اینجا هم نیرو براساس اطلاع ناشی از ارتباط، انتخاب و آزمون می‌شود. گسترش حوزه ارتباطات یا اطلاعات مدیریت اجرایی به

ظهور آدم‌های تازه کمک می‌کند. زنده بودن برنامه‌ها نیز اقتضا می‌کند که پیام از پشتیبانی فرهنگی و هنری و ارزیابی و نظارت منسجم و مداوم سازمان مبتنی بر تعریف برخوردار باشد تا گرفتار سلیقه فردی نشود.

اساسی‌ترین نیاز شبکه رادیویی پیام**چیست؟**

📞 بازنگری و پویایی.

ظهور شبکه پیام در زمانی متفاوت اتفاق افتاد و مقبول واقع شد. در شرایط کنونی هم این شبکه یکی از مقبول‌ترین‌هاست، اما تا به کی؟ یافتن این پاسخ برای این پرسش که چه بود و چه باید باشد مهم‌ترین چالش شبکه رادیویی پیام است و به موازات آن ساماندهی نظام برنامه‌سازی اعم از تهیه، اجرا، گویندگی، نویسندگی و...، همه کارهایی است که یا صورت نگرفته یا مدون نشده و یا ابلاغ نگردیده است. تا زمانی که به تهیه‌کننده به‌منزله ابزار برنامه‌سازی، به سردبیر به‌منزله ابزار تدارک بخشی از فکر رسانه و به گوینده به‌منزله ابزار تبدیل نوشته به صدا نگاه کنیم و نقش انسانی تاثیر گذار آنها را نادیده بگیریم تاثیر تمام عیاری از حضورشان نخواهیم یافت. ما بیش از آن‌که در رادیوی کشور به ترسیم حدود صنفی نیاز داشته باشیم باید سعی کنیم حدود فکری مان مشترک شود. در یک شبکه مستقیم رادیویی، مدیریت مبتنی بر مفاهیم، موفق‌ترین شیوه حفظ کیفیت است.

از این‌که در شبکه پیام کار می‌کنید، چه**احساسی دارید؟**

📞 لذت می‌برم.



پیام؛ استعداد رادیو

حسن لشگری
مدیر پخش شبکه پیام



آیا در گزینش عوامل شبکه پیام تفاوتی بین نیروهای این شبکه با شبکه‌های دیگر وجود دارد؟

طبیعتاً همه گزینش‌هایی که برای عوامل برنامه‌ساز، اعم از گوینده و تهیه‌کننده خوب در شبکه‌های دیگر وجود دارد، در شبکه پیام هم هست، غیر از این که در شبکه پیام احساس می‌شود که گوینده باید هم سواد کافی داشته باشد و هم فضای این شبکه و مخاطبان آن را درک کند؛ یعنی این که ما در شبکه پیام مثل شبکه‌های دیگر برنامه‌سازی نمی‌کنیم، لذا شیوه گویندگی در این شبکه تفاوت‌هایی با شبکه‌های دیگر دارد. گوینده‌ای که در شبکه ورزش یا شبکه جوان فعالیت می‌کند، وقتی که به شبکه پیام دعوت می‌شود، در حقیقت نرمش‌های اجرایی را برای خودش در این شبکه ایجاد می‌کند تا بتواند با فضای کار این شبکه منطبق شود. اگر گوینده‌ای در شبکه‌های دیگر کار ترکیبی را اجرا می‌کند، در آنجا عناصر برنامه‌سازی در فضای برنامه دخالت دارند، اما در پیام شما آن‌چه را که می‌شنوید موسیقی و کلام است. لذا در شبکه پیام عنصر کلام، عنصر مهمی است و گوینده باید در حقیقت شش دانگ حواسش به برنامه باشد و از زیاده‌گویی‌ها پرهیز کند.

آیا این تفاوت نیست که شما گوینده‌ها را

گوینده دارد؛ یعنی در هر ۲۴ ساعت از شش گوینده و شش تهیه‌کننده استفاده می‌شود و به عبارت دیگر، در هر هفته از ۴۲ گوینده و تهیه‌کننده استفاده می‌شود و چون شبکه پیام با توجه به تشکیلاتی که دارد، گوینده رسمی و موظف ندارد، ترجیح می‌دهد که از بین گوینده‌های شبکه‌های دیگر بهترین گوینده‌هایی را استفاده کند که آن دو مشخصه یادشده را داشته باشند. این وضعیت در مورد تهیه‌کنندگان نیز وجود دارد.

در حال حاضر، شبکه پیام چند گوینده

از بین گوینده‌های شبکه‌های دیگر انتخاب کنید یا این که شما گوینده‌ای داشته باشید که در هیچ شبکه دیگری گویندگی نکند؟

تمام گویندگانی که در شبکه پیام گویندگی می‌کنند، همانهایی هستند که در شبکه‌های دیگر نیز فعالیت می‌کنند. اگر شما به آمار شبکه پیام رجوع کنید، متوجه می‌شوید که کار گویندگی در شبکه پیام چه حجمی دارد. در حال حاضر، شبکه پیام در شش شیفت چهار ساعته برنامه پخش می‌کند و هر کدام از این شیفت‌ها یک

دارد؟

☎ ما از ۴۲ گوینده در هفته استفاده می‌کنیم؛ ۹ گوینده در شیفت سحرگاهی، ۷ گوینده در شیفت صبحگاهی، نیمروزی و عصرگاهی و ۸ گوینده در شیفت شبانگاهی. ۴۰ درصد این گوینده‌ها زن و ۶۰ درصد آنها هم مرد هستند؛ مثلاً در شیفت‌های شبانگاهی فقط از گوینده‌های مرد استفاده می‌کنیم، به دلیل جنس صدا، فضای شب و شرایط خاص کار. از ساعت شش صبح تا ده شب هم به-تناسب، از گوینده‌های مرد و زن استفاده می‌شود که این برنامه در ماه‌های مختلف تغییر می‌کند. تهیه‌کننده‌هایمان هم همان شرایط را دارند، اما در مورد تهیه‌کننده‌ها تنها ۱۵ درصد آنها، خانم‌ها هستند که در شرایط مختلف این میزان هم نوسان دارد.

انتخاب گوینده و تهیه‌کننده هر شیفت، بر چه اساسی است؟
☎ در تعریف‌های تشکیلاتی صدا و سیما چنین گفته شده که تهیه‌کننده، مدیر برنامه است و اگر این حرف را پذیرفته باشیم، تهیه‌کننده باید گوینده و دیگر عوامل برنامه‌اش را انتخاب کند، لذا تا آنجایی که امکان داشته، تهیه‌کننده‌ها خودشان عواملشان را انتخاب کرده‌اند. در مواردی هم که تهیه‌کننده به مشکلاتی برخورد کرده و نتوانسته گوینده‌اش را انتخاب کند و گرفتاری خاصی برای ترکیب گروهش وجود داشته، ما او را کمک کرده‌ایم.

در شیفت شبانگاهی چون از کارشناسان بنام استفاده کردیم و تلاش می‌شود تا تعاملی بین گوینده و کارشناس ایجاد شود، لفظ «انتخاب» در آنجا خیلی معنا پیدا نمی‌کند. اما به‌غیر از شیفت شبانگاهی که شرایط ویژه‌ای دارد، در بقیه شیفت‌ها، تهیه‌کننده آزاد است تا گوینده و عواملش را انتخاب کند و ما در حد وسعمان نیروها را در اختیارشان می‌گذاریم.

در برنامه‌های شبکه پیام، به این دلیل که گوینده در هر نوبت حدود ۲ دقیقه فرصت دارد که حرفش را بزند و باید در همین مدت کوتاه قادر به گفتن حرفش باشد و حرف را به سرانجامی برساند و بتواند با مخاطب ارتباط برقرار کند، لذا بعضی گویندگان این توانایی را ندارند. ممکن است این گوینده برای متن خوانی و برای یک برنامه سیاسی یا علمی خوب باشد، اما برای شبکه پیام خیلی مناسب

اگر گوینده‌ای در شبکه‌های دیگر کار ترکیبی را اجرا می‌کند، در آنجا عناصر برنامه‌سازی در فضای برنامه دخالت دارند، اما در پیام شما آن چه را که می‌شنوید موسیقی و کلام است.

نیست. آیا شما با این نظر موافقت می‌کنید؟
☎ ما فکر می‌کنیم آن‌چه که در حال حاضر از شبکه پیام پخش می‌شود، مقبول جامعه است. طبق آمار مرکز تحقیقات سازمان در اردیبهشت سال ۸۰، مخاطبان شبکه پیام ۳ درصد بوده‌اند، اما با مدیریت جدید از اول تیرماه تا بهمن‌ماه سال ۸۰ این آمار از ۳ درصد به ۱۴ درصد رسیده است؛ یعنی یازده درصد رشد داشته و بیانگر این است که مخاطب از مجموعه برنامه‌های شبکه پیام راضی بوده.

تلاش ما این است که از بهترین صداهای موجود استفاده کنیم و از بهترین تهیه‌کننده‌ها در کنار آنها بهره ببریم تا درحقیقت آنچه را که مخاطب لازم دارد و سازمان به آن اعتقاد دارد، صورت بگیرد.

چیزی را هم که در حال حاضر از شبکه پیام می‌شنویم، استعداد صدا است؛ یعنی گوینده‌هایی که در شبکه‌های رادیویی کار می‌کنند و به شبکه پیام دعوت می‌شوند به تناسب می‌آیند و اگر هم احساس کنیم مخاطب از آنها راضی نیست سعی می‌کنیم برنامه‌اش را جابجا کنیم و یا حتی کنار بگذاریم. در هر صورت، تلاش ما این است که کار بهتر شود.

گاهی گوینده‌های خوبی در شبکه‌های دیگر وجود دارند، در حالی که در شبکه پیام از آنها استفاده نمی‌شود. دلیلش چیست؟

☎ ما سعی کرده‌ایم از گوینده‌های خوبی استفاده کنیم، ولی گاهی به دلیل مشکلات در حوزه کاری خود آن گویندگان از آنها محروم می‌شویم. در حقیقت هیچ‌کس در دعوت از آنها صورت نمی‌گیرد و اگر او نتوانست بیاید ما مجبوریم آن شیفت را به بهترین وجه پرکنیم.

بیاییم به بحث تهیه و شاخصه آن موسیقی. با توجه به این که حدود پنجاه تا شصت درصد زمان رادیو پیام، موسیقی است، آیا نمی‌شود تدبیری اندیشید و درباره پخش موسیقی، طراحی جدیدی کرد؛ مثلاً شنونده بداند که در فلان روز و ساعت مثلاً موسیقی ایرانی پخش می‌شود و یا در فلان روزها، ماهر پخش می‌شود. آیا به چنین تقسیم‌بندی‌هایی فکر کرده‌اید؟

☎ از زمانی که در خدمت آقای جهانی بودیم دو دغدغه همیشه با ما همراه بوده؛ یکی این که ما چه کنیم تا موسیقی‌ها وزین و شایسته نظام جمهوری اسلامی باشد و در کنار آن، اصل تنوع را هم رعایت کرده باشیم و مردم هم از آن استفاده کنند و دیگر این که گوینده شبکه پیام از آن فرصت‌های به‌دست آمده چگونه استفاده کند و به ذات اطلاع‌رسانی بپردازد و در حقیقت از آن

عنصر کلامی به نحو مطلوب استفاده کند. آنچه که از تیرماه سال ۸۰ اتفاق افتاده، این است که چون موسیقی بیشترین حجم را در شبکه پیام دارد و عنصر اصلی کار است، لذا در اولین قدم، شورایی تاسیس

چون کشور ما صاحب موسیقی است و شایسته نیست

موسیقی اصیل و ملی خودمان را مظلوم نگه داریم. موسیقی-ای که الان پخش می کنیم، پنجاه پنجاه است. پنجاه درصد موسیقی ایرانی و پنجاه درصد موسیقی غربی و پاپ.

کردیم به نام شورای موسیقی پیام. وظیفه این شورای در حقیقت پالایش موسیقی های بی هویت از مجموعه خود شبکه بود که اینها را در وهله اول از آرشیوها بیرون کشیدیم و در کنارش به تغذیه تهیه کننده ها با موسیقی های وزین ارکستری، موسیقی های ملی و پاپ پرداختیم.

یعنی خود شبکه شروع به تهیه موسیقی و توزیع آن بین تهیه کننده ها کرد؟

بله، با گزینش و سفارش موسیقی، علاوه بر آرشیو خود تهیه کننده ها. ما گفته ایم هرکس که می خواهد موسیقی پخش کند، از نظر مدیریت شبکه اشکالی ندارد، اما شایسته است برای موسیقی مجوز اخذ شود و بعد از آن موسیقی پخش شود. به هر ترتیب ما باید بپذیریم که پخش موسیقی در شبکه پیام با بحث هدفمندی که دارد نیاز به هوشیاری و شیوه و قاعده خاصی دارد، چون کشور ما صاحب

موسیقی است و شایسته نیست موسیقی اصیل و ملی خودمان را مظلوم نگه داریم. موسیقی ای که الان پخش می کنیم، پنجاه پنجاه است. پنجاه درصد موسیقی ایرانی و پنجاه درصد موسیقی غربی و پاپ که البته موسیقی پاپ بی کلام هم داریم. این نسبت در تصنیف ها و ترانه های موجود هم هست؛ یعنی ما تلاش می کنیم که از طریق شبکه پیام موسیقی های سنتی احیا شوند. در پخش سرودهای پاپ و سنتی هم این نسبت رعایت می شود؛ یعنی نسبت ۶۰ درصد موسیقی سنتی و ۴۰ درصد پاپ که به پنجاه پنجاه هم رسیده است.

میزان پخش موسیقی در هر بخش چه قدر است؟

غیر از اخبار و خبر ترافیک و مسائل دیگر، فرصتی که برای هر بخش برای تهیه کننده می ماند ۱۰ تا ۱۱ دقیقه است. در این فرصت، این هنرنمایی تهیه کننده است که چگونه از این فرصت برای پخش موسیقی یا گویندگی استفاده کند. ما هم به گونه ای شیفت را طراحی می کنیم که ساعت اول به لحاظ اجرا، سنگین تر از ساعت دوم نباشد و ساعت دوم خالی تر از ساعت سوم نباشد. تقریباً در این ۱۴۰ دقیقه نسبت ۷۰ به ۳۰ است؛ یعنی ۶۵ تا ۷۰ درصد موسیقی پخش می شود و حدود ۳۰ تا ۳۵ درصد کلام که تشکیل می شود از خبر ترافیک، اطلاعیه و گویندگی.

البته این نسبت در شیفت های شبانگاهی، کمی به هم می ریزد و شاید نسبت کلام مقداری بیشتر بشود. در شیفت های نیمروزی و صبحگاهی این نسبت ها دقیقاً رعایت می شود. در بخش عصرگاهی هم ممکن است یک مقدار نسبت ها جابجا شود.

از لحاظ محتوایی، غیر از خبر و ترافیک، آیا تقسیم بندی دیگری هم وجود دارد؟

البته این نسبت ها، همیشه اجراندنی نیست، چون به نظر من یک برنامه رادیویی با این خط کش های امروزی، خیلی قابل خط کشی نیست، اما سعی کرده ایم که در یک شیفت هم از قطعات ادبی استفاده شود، هم خبرهای علمی و یا نکات اجتماعی، عقیدتی و معارفی. به هر حال جز وظایف ما است که مطالبی درباره نکات اجتماعی، فرهنگی و ادبی پخش کنیم.

ولی ظاهراً غلبه کلی با ادبیات است؟! بله، در بعضی از شیفت ها مباحث ادبی غلبه داشته است، ولی سعی ما این بوده که مطالب متنوع مطرح شود. به هر حال، این نکته مربوط می شود به زاویه دید نویسنده و آن کسی که می خواهد این کار را اجرا کند.

البته ما معتقدیم نویسنده شبکه پیام باید با زاویه خاصی نسبت به تالیف مطالبش اقدام کند. اگر بنا باشد در کوتاه ترین زمان، بیشترین حرف را بزنیم باید به ساده ترین شکل و به دور از پیچیدگی ها و مقدمه-

اگر بنا باشد در کوتاه ترین

زمان، بیشترین حرف را بزنیم

باید به ساده ترین شکل و به-

دور از پیچیدگی ها و مقدمه-

سازی های خاص این کار را

انجام دهیم و این، کار مشکلی

است.

سازی های خاص این کار را انجام دهیم و این کار مشکلی است. این هنر نویسنده است که بتواند مطالب را در زمان کم، به بهترین شکل بنویسد.

آیا گوینده های شبکه پیام، خودشان

نویسنده برنامه هایشان هستند؟

☎ واقعیت این است که اگر شما در شیفت خودتان به عنوان گوینده، توانایی نوشتن را هم داشته باشید، مسلماً بهتر می‌نویسید، با حس و حال خودتان می‌نویسید و راحت‌تر هم می‌توانید آن را اجرا کنید. این بهترین شکل کار است که ما گوینده‌ای داشته باشیم که خودش نویسنده خوبی باشد. تلاش این بوده که عوامل اصلی برنامه تامین‌کننده محتوای کار باشند. در غیر این صورت، ما نویسنده معرفی می‌کنیم و اگر در نهایت با آن نویسنده به توافق نرسند، نویسنده دیگری برایشان معین می‌کنیم. به هر حال، سعی می‌کنیم بین نویسنده و گوینده و تهیه‌کننده در درجه اول همفکری و همخوانی لازم پیش بیاید.

بعضی معتقدند، چون رادیو، رادیوی پیام است، باید تنها به جنبه اطلاع‌رسانی توجه کند، نه به مسائل دیگر. نظر شما چیست؟

☎ ما در شبکه سعی می‌کنیم که هم اطلاع‌رسانی کنیم و هم مطالبی پخش کنیم که باعث آرامش مخاطبان شود؛ مطالبی مانند: موسیقی، گفتن نکات اخلاقی، قطعه‌های ادبی و سخنان حکیمانه و لطیف. از این راه می‌توان، رادیوی پیام را یک رادیوی کامل کرد.

به نظر من ضرورتی ندارد که در رادیو پیام راجع به بازار بورس صحبت کرد. این کار دیگری است و شکل دیگری دارد. شبکه

تقریباً نصف کشور، یعنی اکثر مراکز استان‌ها به اضافه بعضی شهرهای استان‌ها می‌توانند از روی موج FM با فرکانس‌های مختلف رادیو پیام را دریافت کنند.

شبکه پیام هم این اطلاعات به صورت بولتن فرستاده می‌شود. ما هم آنها را بررسی می‌کنیم و تا جایی که ممکن باشد نظر مردم را تامین می‌کنیم.

مردم بیشتر چه چیزهایی می‌خواهند؟

☎ پنجاه درصد نظرهای مردم درباره تشکر از شبکه و انتقاد به نحوه اجرای گوینده یا استفاده از موسیقی است. پنجاه درصد دیگر هم نظرهای شخصی مردم است. ما پنجاه درصدی را که انتقاد و پیشنهاد است پی‌گیری می‌کنیم و تا جایی که مقدور باشد پس از بررسی، آنها را عملی می‌کنیم؛ بالاخره ما برای مخاطبان کار می‌کنیم، نه برای خودمان.

در کمیته‌های ارزیابی، شما تمام شیفت‌ها را در یک دوره شش ماهه ارزیابی می‌کنید. در این دوره ۵۲ شیفت ارزیابی می‌شوند که هر کدام یک میانگین نمره خواهند داشت. آیا میانگین این ۵۲ شیفت را هم گرفته‌اید تا ببینید نمره ارزشیابی خود شبکه پیام چند است؟

☎ خیر، ولی فکر می‌کنم بالای شصت درصد باشد و این نمره، جزو نمره‌های متوسط به بالاست. البته این آمار ذهنی است.

در پایان اضافه می‌کنم که کار در شبکه پیام، بسیار کار مشکلی است و لذا امیدوارم که مخاطبان و دیگران ما را درک کنند و متوجه باشند که رعایت شئون این شبکه چه قدر مشکل است و ما را در بالا بردن کارایی آن، باری دهند.



هم درباره آن صحبت کند. ما سعی می‌کنیم از فرصت‌های به دست آمده به گونه دیگری استفاده کنیم. البته ما تلاش می‌کنیم که در آینده‌ای نزدیک اطلاعات روز را به شیوه‌ای نوین وارد شبکه کنیم.

در حال حاضر، شبکه پیام از نظر جغرافیایی چقدر پوشش دارد؟

☎ تقریباً نصف کشور. یعنی اکثر مراکز استان‌ها به اضافه بعضی شهرهای استان‌ها می‌توانند از روی موج FM با فرکانس‌های مختلف رادیو پیام را دریافت کنند. روی اینترنت هم به صورت استریم قابل دسترسی است. اشکال خاصی که در این میان وجود دارد تفاوت فرکانس‌ها است. اگر می‌شد شبکه پیام روی یک فرکانس پخش شود و در کل کشور فرستنده‌های شبکه پیام روی یک فرکانس اقدام به پخش کنند، تبلیغ برای این رادیو هم راحت‌تر صورت می‌گرفت. من فکر می‌کنم اگر این کار انجام شود به نفع سازمان است. البته پیشنهاد آن داده شده و در حال پی‌گیری است.

شما نظر مخاطبان را چگونه دریافت می‌کنید؟

سعی می‌کنیم بین نویسنده و گوینده و تهیه‌کننده در درجه اول همفکری و همخوانی لازم پیش بیاید.

☎ در حال حاضر، روابط عمومی سازمان نظرها و انتقادات مخاطبان را به شبکه‌های مختلف ارجاع می‌دهد. برای مدیریت

خبر به طور مرتب درباره بازار بورس خبر می‌دهد، دیگر لازم نیست شبکه پیام

گوینده پیام، بازیگر نیست

پریچهر بهروان
نویسنده و گوینده



می‌خواهیم از این موضوع شروع کنیم که در شبکه پیام برای گویندگی، به دلیل ساختار و طبیعتا مخاطب نسبتا متفاوتش، می‌توان تعریف متفاوتی پیدا کرد یا خیر؟

📞 حتما! شبکه پیام بیش از آن که به گوینده احتیاج داشته باشد، نیازمند مجری است و مجری پیام کسی است که درست صحبت کند، قواعد گفتاری را رعایت کند و صدایش فقط گوشخراش نباشد. لازم نیست خیلی هم آن‌چنانی و خاص باشد و حرف‌ها و سخن‌هایش هم دلنشین و گوشنواز.

یعنی این‌که ممکن است گوینده‌هایی خوب باشند، اما مناسب رادیو پیام نباشند. عکس این قضیه هم ممکن است؟

📞 بله! همه گویندگان و اصولا همه آدم‌ها خوش صدا هستند. صدای بد وجود ندارد مهم این است که صاحب صدا در جایگاه مناسب قرار گیرد. چیزی که خیلی مهم است، شخصیت خود گوینده است که در پیام بیشتر از همه زوایا دیده می‌شود، اما در برنامه‌های تولیدی این شخصیت کمتر نمایان می‌شود. گاهی شنونده با صدای گوینده یک تصویر می‌سازد که این اتفاق در برنامه‌های تولیدی هم می‌افتد ولی به‌هرحال متنی خوانده می‌شود و گوینده اگر آدم خجول، جسور یا پرحرفی باشد، معلوم نمی‌شود. ولی در پیام همه

دو در آن مشترک هستیم، پس در پیام می‌شود احتمالا از روی شناسنامه صدا، صدای خاصی را انتخاب کرد. به نظر شما در پیام چه دسته‌ای از آدم‌ها می‌توانند گویندگی کنند؟

📞 آزمونی که در رادیو برای انتخاب گوینده انجام می‌شود، چندان صحیح به نظر نمی‌رسد. باید شخصیت آن فرد نیز در نظر گرفته شود؛ یعنی اگر آدم دلنشینی بود و خصوصیات خوبی را در حد معمول داشت، طبیعتا این خصوصیات در صدایش هم منعکس خواهد شد؛ شما نمی‌توانید آدمی را پیدا کنید که خیلی عصبی و خشن است ولی صدای نرم و آرام و مهربان دارد. در بازیگرها و هنرپیشه‌ها می‌شود این کار را کرد، ولی من

اینها مطرح می‌شود و شخصیت گوینده عریان است. پس بهتر است کسی باشد که با صدایش شخصیتی پذیرفته شده را ارائه دهد و دلزدگی به وجود نیاورد، گوینده پیام حتی در اعلام ساعت یا دعوت به‌همراهی متناسب با شخصیت خودش کلمات را انتخاب می‌کند؛ چون در پیام به لحن محاوره‌ای صحبت می‌شود و کتابت نیست. صدا کاملا شخصیت آدم‌ها را نشان می‌دهد؛ چون شما با حس، آن صدارا می‌شنوید.

این حرف درستی است که گوینده رادیو که تنها سرمایه‌اش صدای اوست، ویژگیهای شخصیتی خودش را منتقل می‌کند و یا در یک حداقلی می‌تواند منتقل بکند؟ اگر به این قائل باشیم که هر

اعتقاد ندارم که گوینده باید بازیگری کند؛ چون اگر بازیگری کند، دیگر اجرا نمی‌کند. البته بعضی گوینده‌ها این کار را می‌کنند؛ مثلاً بیهوده غمگین یا حتی شاد می‌شوند، یا با آه و ناله شعر می‌خوانند، یا یک شادی تصنعی در صدایشان احساس می‌شود. با این‌که ظاهراً پیام شادی‌بخش می‌گویند، اما معلوم است واقعی نیست. یک قانونی هم وجود داشت که گوینده

است، خوش و ناخوشی هم در آن هست؛ گرفتاری، سرعت و همه اینها در آن پیدا می‌شود.

از لحاظ سنی چطور؟ می‌توانیم از صدای پیر یا کودک استفاده کنیم؟

نه! به نظر من چهار ساعت نمی‌شود؛ به‌خاطر این‌که صدای یک کودک یا سالمند محاسنی دارد، ولی آن قدر جامعیت ندارد که قادر به بیان هر خبر و

شما را در جریان خبر شهر قرار می‌دهد، به نظر من نمی‌شود چهار ساعت کسی را بگذارید که اگر اتفاقی بیفتد، با آن صدا، آن حادثه را به مردم خبر دهید. ولی مثلاً اگر یک صدای میانسال (نه خیلی جوان و نه خیلی پیر) باشد، که هم تجربه‌ای داشته باشد و هم از زندگی مایوس نباشد، از آن صدا می‌شود بیشتر حرف شنید. یا مثلاً یک کودک گوینده داشته باشیم که در رادیو نصیحت هم می‌کند، این اصلاً پذیرفته نیست در حالی که همین جمله را ممکن است یک گوینده میانسال بخواند و پذیرفتنی باشد.

آن هم برای گوینده‌های خاص به لحاظ سنی؟

کلاً نصیحت اشتباه است. ما خودمان پر از اشتباه و خطا هستیم. بعد خود را در چه جایگاهی می‌بینیم که به خودمان اجازه بدهیم دیگری را نصیحت کنیم؟

اگر هیچ وقت نصیحت نکنیم یا تجربیاتمان را به هم منتقل نکنیم، در این صورت هر کدام صاحب یک دنیای شخصی می‌شویم که ارتباطی با قبل و اطرافمان نداریم؟

خب، نوع گفتنش مهم است. انتقال تجربه با تعیین تکلیف کردن برای دیگران خیلی فرق دارد، ولی این‌که شنونده را مخاطب قرار بدهم و بگویم «باید» و «نباید»، به نظر من اصلاً از این افعال نباید در جمله‌ها استفاده کرد. اصلاً باید و نبایندی وجود ندارد. برداشت از تجربه شخصی شما نیز به شنونده مربوط است. او هر برداشتی می‌تواند از آن تجربه داشته باشد.

ما در کشوری زندگی می‌کنیم با آیین اعتقادی که برای اخلاق یک حد مطلق قائل است و اصلاً آن را نسبی نمی‌داند، کاملاً تعریف مشخصی دارد و امر به نیکی می‌کند. اصلاً یکی از واجبات شماسست که امر به نیکی کنید. آن وقت چه اتفاقی می‌افتد؟

چیزی که خیلی مهم است، شخصیت خود گوینده است که در پیام بیشتر از همه زوایا دیده می‌شود، اما در برنامه‌های تولیدی این شخصیت کمتر نمایان می‌شود.

نیاید بازیگر باشد، ولی الان ما آن را نمی‌بینیم؛ مثل این‌که ما گوینده‌هایی در پیام داریم که بازیگرند و گاهی نقش هم اجرا می‌کنند.

یعنی به نظر شما این اتفاق نباید در پیام رخ بدهد؟

نه! پیام جای اجرای نمایشنامه نیست. در شیفت‌های خاصی مثل ده شب به بعد یا ساعت دو تا شش صبح، شاید این اتفاق رخ بدهد، ولی آنجایی که با شنونده حرف می‌زند باید خودش باشد.

اگر این طور باشد، پس ما باید به شدت وابسته به شخصیت افراد باشیم (به-خصوص راجع به پیام که بحث ما در مورد آن است). اگر با آدمی مواجه شویم که خیلی زود عصبانی می‌شود یا اگر با فردی رویه‌رو بودیم که صدای سرد یا غمگینی دارد، نباید از او استفاده کنیم؟

نه! حداقل باید متناسب با صدایش در ساعت خاصی از او استفاده کنیم؛ اگر صدا غمگین است با ملاحظه زمان، در برنامه ده شب تا دو صبح گنجانده شود؛ پیام و گوینده آن، ریتمشان باید با ریتم زندگی هماهنگ باشد. زندگی که در شهر جاری

مطلبی باشد و چهار ساعت را ببوشاند. شما ممکن است تمام روز پای حرف او بنشینید و خسته نشوید، ولی این‌که در پیام باید برای یک جامعه صحبت کند، نه.

فکر می‌کنید یک شیفت مثل صبح روز جمعه یا صبح یک روز خاص را با صدای یک گوینده کودک که مثلاً ده یا یازده سال دارد، طراحی بکنیم و شنونده هم بداند که هر روز، صبح پنج‌شنبه ساعت شش تا ده یک دختر کوچولوی ده ساله است و جهان را از منظر آن بچه به ما نشان بدهد، بهتر نیست؟ فکر نمی‌کنید بشود این کار را در پیام کرد؟

نه! برای این‌که شما نمی‌دانید یک دقیقه دیگر در شهر چه اتفاقی رخ می‌دهد. (با وجود این‌که بهترین آدم‌های روی زمین بچه‌ها هستند و دنیایشان هم ساده‌ترین، سالم‌ترین و پاک‌ترین دنیاست) نمی‌توانیم این را در پیام عرضه کنیم؛ برای این‌که ممکن است یک ربع دیگر حادثه‌ای رخ دهد و بنابراین شما به صدای آرامش‌بخش احتیاج دارید که مردم را به آرامش دعوت بکند و پیام‌های ایمنی به مردم بدهد. چون پیام یک چیز زنده و لحظه به لحظه است و

📞 اگر فکر می‌کنید امر به نیکی جواب می‌دهد، تمام شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی سالهاست که درس اخلاق می‌دهند، اما نتیجه عکس بوده. امر به نیکی شرایط و مختصاتی دارد که اگر به آن توجه نشود، ثمری ندارد.

یعنی این را برای رادیو نمی‌پسندید؟

📞 این قدر عریان که حالت امری داشته باشد، نه. می‌تواند خیلی ظریف تر و لطیف تر در پرده‌ای از ملاحظت باشد یا در قالب یک نمایش نامه اتفاق بیفتد یا جمله-ای باشد که از زبان ویکتور هوگو بیان می‌شود. حتما نباید این قدر شکل مستقیم داشته باشد. در ضمن همه می‌دانند چه کارها و اعمالی نیکند و چه رفتارها و گفتارهایی شر. گاهی شاید تلنگری برای یادآوری بد نباشد اما زیاد هم به اخلاقیات پرداختن جز این که مسئله را شعاری می‌کند، نتیجه دیگری ندارد. البته اهداف رسانه هم باید به انجام برسد که مجریانش هم همین نویسندگان و گوینده‌ها هستند. شما در جاده‌ای که روبه جلو می‌روید می‌توانید منحنی بروید یا روی خط مستقیم بروید تا سریع تر برسید که دیگر بستگی به همان شخصیت دارد.

دیگر چه اتفاقی باید در متن پیام بیفتد که با توجه به نوع مخاطبش، شنونده‌اش را حفظ بکند؟ آیا می‌شود حرف‌هایی پیدا کرد که در هیچ شبکه دیگری پیدا نشود و فقط جایش اینجا باشد؟

📞 به نظر من چیز تازه‌ای در زندگی وجود ندارد که شما بخواهید آن را در رادیو نشان بدهید؛ همه چیز تکرار مکررات است، منتها بهتر است که نحوه نمایش و بیان آن را تازه کنیم، والا اتفاقات همه تکراری است.

این تقسیم‌بندی را بین شبکه‌ها می‌توان انجام داد؟ برای پیام می‌توانیم این کار را بکنیم؟ یعنی می‌توانیم بگوییم یک دسته از مطالب یا یک نگاه به زندگی حاکم باشد مثلا همه چیز را شاد و با نشاط

ببینیم؟

📞 به نظر نمی‌شود؛ برای اینکه وقتی به شما خبر می‌دهند هفت دانش آموز در دریاچه پارک شهر غرق شده‌اند، شما آن-موقع پای میکروفون چه حالی دارید؟ شما می‌توانید این را نشنیده بگیرید و همین طور شادی را منتشر کنید؟ همه ناراحت شدند و شما هم باید با مردم هم مسیر شوید. یک روز در یکی از بخش‌های خبری، گوینده خبر گفت: «در جاده بیرجند مینی بوسی به ته دره سقوط کرد و ده نفر کشته و هشت نفر زخمی شدند» و بلافاصله هم اعلام کرد: «شاد و سربلند باشید». امکان نداشت اگر این گوینده متوجه بود که چه خبر تلخی را می‌خواند با این کلمات خداحافظی کند. وقتی کسی این قدر غیرمسئولانه کار انجام می‌دهد، شادی و نشاطی هم که منتشر می‌کند تصنعی و غیر-

پیام جای اجرای نمایشنامه

نیست. در شیفت‌های خاصی

مثل ده شب به بعد یا ساعت

دو تا شش صبح، شاید این

اتفاق رخ بدهد، ولی آنجایی

که با شنونده حرف می‌زند

[گوینده] باید خودش باشد.

واقعی است.

اگر خودتان گوینده پخش پیام بودید چه کار می‌کردید؟ فکر می‌کردید ضرورت دارد حرفی راجع به آن بزنید؟

📞 حتما؛ برای این که من هم مثل مخاطبم خبر را گوش می‌دهم و آگهی‌ها را می‌شنوم و اگر چیزی به نظر می‌آید می‌گویم. برای این که من در استودیو در فضای دیگری نیستم و شنونده در اتومبیلش در یک فضای دیگر. نه این که حرف یا پیام من

مهم باشد فقط شنونده احساس می‌کند، گوینده هم همراه او خبر را گوش کرده و متأثر شده است.

یعنی می‌شود با توجه به بخش‌هایی که در پیام داریم، نویسنده، بخش‌های مختلف مثل: خبر، ترافیک و آگهی را با گوینده هماهنگ بکند؟

📞 اگر گویندگان خودشان بنویسند، البته با ضوابط و شرایط مطلوب، نتیجه کار بهتر و یکدست تر خواهد بود.

حتی الامکان این حس همراهی که می‌گوید، ضرورت دارد؟

📞 ضرورت دارد ولی انجام نمی‌شود. به نظر می‌رسد اگر چنین فضایی باشد بهتر است؛ یعنی شنونده احساس بکند گوینده همراهش هست، نه این که او حرف خودش را بی توجه به شرایط اجتماع بزند، منتها این اتفاق همیشه در پیام نمی‌افتد.

فکر نمی‌کنید با این ارتباط و سطح تماس زیاد با اجتماع به صورت لحظه‌ای با توجه به مجموعه تنش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه، آنوقت رادیویی پرتش خواهیم داشت؟

📞 نه! این مثل دید یک آدم مثبت نگر و منفی نگر است که شما فقط بخواهید مشکلات را ببینید و روی آنها متمرکز شوید، یا نه، در عین گرفتاری نکات مثبت هم جلب توجه می‌کند. بالاخره این ترازو باید یک جور میزان باشد و این طور نیست که یک کفه‌اش پایین بیاید. با همه این شرایط سختی که در اجتماع وجود دارد شما لحظه‌های زیبای خوب و آرامش-بخش هم در طی روز دارید. به قول خود شما اجتماع که به اندازه کافی پرتش هست ما هم اگر قرار باشد همه آنها را منعکس کنیم که ایران می‌شود یک دارالمجانین بزرگ.

حالا که ما ترافیک و خبر را داریم، به نظرتان برای اطلاع از وضعیت جاری بس نیست. حالا کمی پنجره را ببندیم و سعی کنیم چند دقیقه‌ای به بیرون فکر

نکنیم. گوینده اگر یک فضای مجرد از فضای بیرون بسازد، فکر نمی‌کنید برای حال مخاطب مناسبتر باشد؟

☎ نه؛ چون برای خودم پیش آمده حسش را می‌گویم. وقتی شما خسته در گرما، در یک ترافیک سنگین هستید و گوینده پیام از هوای خوب و درخت و پشت پنجره... می‌گوید، شنونده کمی هم لجش می‌گیرد ولی می‌شود راه میانه‌ای را هم انتخاب کرد که نه بر عصبیتش بیفزاید و نه چندان با فضای او فاصله داشته باشد. فکر نمی‌کنید مشکل دیگری ایجاد شود و آن این که با افزایش وابستگی به بیرون، ادبیات ما تبدیل شود به یک جور ادبیات سطحی و ژورنالیستی. من با توجه به مجموعه شرایط و استعداد گویندگانمان می‌گویم؛ زمانی در رادیو آدم‌هایی انتخاب می‌شدند که هر کدام صاحب یک نگرش بودند. اگر آن شرایط بود من این سوال را از شما نمی‌پرسیدم ولی الان چطور؟

☎ ببینید! اصلا منظورم این نبود که همه لحظه‌ها، همان شرایط را داشته باشیم؛ مثلا اگر بیرون باران می‌آید شما چهار ساعت راجع به باران حرف نمی‌زنید. ولی سعی می‌کنید هر نیم ساعت دو جمله بگویید که من هم که اینجا نشسته‌ام می‌دانم بیرون باران می‌آید. در باران ترافیک هم قابل تحمل تر می‌شود. ولی لزوما نه این که همه چهار ساعت را به همان مسائل بپردازیم. بعد قرار نیست که گوینده همیشه پای میکروفون حرف خودش را بزند. او می‌تواند از بزرگان و صاحبان اندیشه حرفی را نقل کند که این کار از نگرانی سطحی شدن گفتار می‌کاهد.

از آغاز در پیام عده‌ای معتقد بودند که این رادیو باید رادیوی اطلاعات باشد که هنوز هم این فکر طرفدارانی دارد. به نظر شما اگر رادیوی فقط به دادن اطلاعات بسنده کند، اصلا شنونده خواهد داشت؟ ☎ خیر؛ برای اینکه الان آنقدر به خاطر

اوضاع اجتماعی، فشار و استرس وجود دارد، که کافی است برای گرفتن اطلاعات، یک ربع یا نیم ساعت رادیو را گوش کند، اما بلافاصله آن را خاموش می‌کند. حسن بزرگ پیام سادگی اش است. سادگی همیشه قابل قبول است؛ موسیقی و کلام و زنده بودنش.

ولی در مقابل آن فکر، می‌شود میزان اطلاعاتی که الان پیام می‌دهد را اضافه کرد؟ اطلاعات به معنای محض و خاص.

☎ یعنی از هر پانزده دقیقه هم بیشتر؟ فرض بکنیم خبر را نیم ساعته بکنیم، ترافیک را هم همین اندازه نگه داریم و

اگر قرار باشد اینها را هم از پیام بگیریم و خشک ترش بکنیم، فکر نمی‌کنم دیگر این جذابیت را داشته باشد.

چه چیزهایی شما را اذیت می‌کنند؟ (به- عنوان یک شنونده پیام)

☎ بازی بعضی از گوینده‌ها که خودشان نیستند و صداسازی می‌کنند یا شادی و غم تصنعی را القا می‌کنند. یعنی چیزهایی از گوینده‌ها می‌شنویم که آن باور را ایجاد نمی‌کند و از حد گوش هم فراتر نمی‌رود و به دل نمی‌نشیند.

این تقصیر گوینده است یا نویسنده؟ ☎ هیچ کدام. نیروی کارآمد کافی ندارند.

من اصلا به این فکر نیستم که موجب اتفاقی باشم. من عضوی از این اجتماع عظیم هستم که از بد حادثه، پشت میکروفون قرار گرفته‌ام.

تعداد گویندگانی که اهل قلم باشند و خوش سخن و خوش کلام، محدود است. مجبورند نوشته‌های دیگران را بخوانند که می‌شود چیزی که موجود هست؛ یعنی حرف کسی از زبان دیگری یا بیان حس نویسنده از زبان شخصی دیگر، هرچه قدر هم زیبا باشد، باز تا اصل حس فاصله دارد. کلمات خودشان بار لازم را از نظر معنی دارند اما گاهی گویندگان در بیان آنها اغراق می‌کنند؛ مثلا کلماتی مانند: دوری، اشک، رنج، تلخی، اندوه... بار سنگین عاطفی در خود به اندازه کافی دارند و لزومی به بیان اغراق آمیز نیست. نکته دیگر نصیحت کردن است که البته خوشبختانه اخیرا بسیار محدود شده و بعد غلط خواندن که آنهم گاهی اجتناب ناپذیر است؛ چون گوینده عالم دهر نیست که همه چیز را بداند، ولی می‌تواند شک کند و پرسد.

میزان اطلاعیه‌ها را قدری بیشتر بکنیم و سبب اطلاعاتمان را نیز کمی سنگین تر. فکر می‌کنید می‌شود؟

☎ این امکان وجود دارد ولی اطلاعات و خبر بی‌روح است، بلکه خشک و ملال آور است. آن که حیات و کارش بسته به اطلاعات تازه است حتما خود را به کامپیوتر و اینترنت مسلح کرده، رادیو اگر برای مردم عادی بماند شاید بهتر باشد.

پس رادیوی پیام را صرف نظر از بعضی چیزهای ناخوشایند، تقریبا در همین شکل می‌پسندید؟

☎ بله! من فکر می‌کنم پیام اگر الان در صد شنونده‌اش بیشتر است، بیشتر به خاطر پخش موسیقی و کم حرف زدن بوده و چون در برنامه‌های تولیدی شبکه‌های دیگر همه حرف می‌زنند، از نیم ساعت شاید پنج دقیقه موسیقی داشته باشند. ولی پیام به خاطر همین ویژگی‌ها پذیرفته است

ساعات مختلف روز، ریتم متفاوتی در زندگی ما دارد، چقدر رادیو پیام باید متأثر از آن ریتم باشد. و آیا اصلا هست؟
به نظر کملا باید هماهنگ باشد. ریتم برنامه‌ها و موسیقی باید با ریتم زندگی بخواند. در پیام بهتر است ریتم ساعات مختلف روز مراعات شود؛ مثلا صبح با کار، حرکت، شروع، آفتاب و... منعکس شود.

بعضی‌ها می‌گویند سر صبح مردم شتابزده هستند، نباید این را بیشتر تشدید کرد.

هماهنگ باشیم، معنی‌اش این نیست که شتاب زده باشیم. ولی نباید خیلی هم فاصله داشته باشیم. شتابزده‌ترش نکنیم، ولی متضاد هم نباشیم. شما اگر صبح یک آهنگ ریتمیک بشنوید، لزوما شما را عصبی نمی‌کند، بلکه می‌تواند شاد و نشاط‌آور هم باشد.

الان غالبا اینطور هست یا خیر؟

به این سمت پیش می‌روند که اینطور باشد، ولی واقعا نیروی آن را ندارند. الان در پیام، گوینده‌ها و تهیه‌کننده‌های خوب و توانایی از شبکه‌های مختلف در حال کار هستند. یعنی تا آنجایی که توانسته این نیروها را دعوت به کار کرده‌اند.
پس ما یک رادیوی منتخب را از پیام می‌شنویم؟

بله! در تهیه‌کننده‌ها که این‌طور هست، همین‌طور در گوینده‌ها. حالا مثلا شاید شما کسی را پیدا کنید که جزو بهترین‌ها هستند و در پیام حضور ندارند.

در مورد نوشتن در پیام، تقسیم‌بندی وجود دارد؛ مثل: مطالب علمی، فرهنگی، ادبی، اجتماعی و ورزشی و... به نظر شما این میزان، به درستی تقسیم شده؟ یعنی اگر در طول روز یکی دو ساعت پیام گوش کنید، سهمی از هر کدام از اینها را می‌شنوید، یا اصلا قائل هستید به اینکه حتما باید سهمی از اینها را بشنوید؟

از آنجاکه در موضعی نیستیم که در مورد این‌گونه امور تصمیم بگیریم و این خطوطی است که مسئولان صلاح دیده‌اند، اظهار نظر نمی‌کنم ولی شنیدن اطلاعاتی به صورت پراکنده، لاقط از حرف‌های تکراری بهتر است.

یعنی هریک از اینها را دربر می‌گیرد؟
تقریبا، ولی صد درصد اینطور نیست. بعضی‌ها، انتخاب مطالبشان با رعایت حدود و ضوابط به روحیه و شخصیتشان برمی‌گردد، ولی در بخش‌هایی که نویسند، برای دیگران می‌نویسند، معمولا اطلاعات مختلف علمی-تاریخی، فرهنگی و هنری هم وجود دارد.

در شبکه‌های مختلف رادیویی و تلویزیونی در روزهایی که مناسب مذهبی یا ملی داریم، مبسوط به آن پرداخته می‌شود. پیام در این مورد چه سهمی دارد؟

خب، در این مورد، فضای اجتماعی تعیین‌کننده هست؛ مثلا در روز عاشورا اصلا نمی‌شود حرف دیگری غیر از آن چه مربوط به واقعه کربلا و امام حسین (ع) می‌شود، بزیند؛ فضا اجازه نمی‌دهد. شهر یک پارچه سیاهپوش است و رادیو هم همصدا با مردم.

خودتان معمولا چگونه حرف‌هایی را برای گفتن انتخاب می‌کنید؟

طبیعی است که من هم با نگاه و سلیقه شخصی و رعایت ضوابط و حدود، مطالب را انتخاب می‌کنم.

به لحاظ موضوعی چطور؟ سعی می‌کنید که بیشتر به شئون اطلاع‌دهنده بدهید. سعی می‌کنید افق تازه به رویش باز کنید یا به او امید بدهید. یا جاهایی سعی می‌کنید در بستری از آرامش و حال خوب او را نگه دارید؟

من اصلا به این فکر نیستیم که موجب اتفاقی باشم. من عضوی از این اجتماع عظیم هستم که از بد حادثه، پشت میکروفون قرار گرفته‌ام. به قولی، حرف -

زدن جان‌کنند است و شنیدن جان پروراندن. وقتی با این اعتقاد بخواید حرف بزیند، معلوم است چه فشاری را باید متحمل شوید و همیشه نگران این باشید که حرفی که زدید، یا مطلبی را که خواندید، درست بود؟ به موقع بوده؟ اضافه نبود؟ به دل مخاطب نشست؟ در انتخاب حرف‌هایم هم سعی می‌کنم بیشتر مثبت‌نگری را لحاظ کنم. به هر حال رسانه باید تاثیر مثبت بر مخاطب داشته باشد.

به هنگام سختی‌ها و ناراحتی‌ها، با این تضاد درونی بین سختی‌ها و وظیفه‌تان در رسانه چه کار می‌کنید؟

آن موقع سعی می‌کنم کمتر حرف بزنم و بیشتر موسیقی پخش شود. بعد هم تا آن جایی که می‌توانم سعی‌ام بر این است که خودم را کنترل کنم. ولی یک وقت‌هایی هم از دست آدم در می‌رود و حزن و اندوه از پای میکروفون هم به مخاطب منتقل می‌شود.

خب، این به نظر تان بد بوده؟

چندان نه؛ برای این که دوست شما هم وقتی ناراحت است، شما با او ناراحت هستید و بالعکس و البته باید حدی را هم رعایت کرد تا خیلی هم شخصی نشود.

حرف‌ها چه ربطی با موسیقی‌ها دارند؟ آیا برای شما به عنوان یک گوینده پیش آمده مطالبی برای گفتن آماده کرده باشید و بعد به دلیل موسیقی پخش شده به این نتیجه برسید که این حرف دیگر آنجا نباید زده شود؟ یا متأثر از موسیقی یک چیزی بگویید که در ریتم گویندگی تاثیر بگذارد؟

بله! نمی‌شود از موسیقی که قبل از صحبت مجری پخش می‌شود، بی‌تاثیر ماند. تازه مطلب را باید با موسیقی بعدی هم هماهنگ کرد. باید با فضایی که به واسطه موسیقی ایجاد می‌شود هماهنگ شد.

