



اینجا تهران است رادیوی فودمان

● محمد پیوسته

کارشناس ارتباطات

همزمان با موقعیت زمانه- حالا با فاصله و سیالی ۱۰ تا ۴۰ ساله- و با عنایت به گستردگی تخصصها در زمینه‌های مختلف در دنیا و تنوع نیازمندیهای انسانها به دانستنیها و توسعه روزافزون دانش بشری، توانست فریه و فریه‌تر شود.

ابزار ارتباطی و کانالهای رسانه‌ها رو به‌فزونی نهاد و از همین‌جا بود که مسابقه بزرگ اطلاع‌رسانی با هدف تامین نیازهای متعدد گروههای مختلف مخاطبان، در رسانه‌ها مجدانه گسترش یافت.

در این مقاله، به هدف نهایی متولیان و هدایت‌گران رسانه‌های غربی نمی‌پردازیم؛ چون در این مدخل، ناگزیر به

هرکس- عامل و کارگزار رسانه‌ای- در هر شغل و حرفه و پست و سازمانی، هر چه در چنته دارد و می‌تواند، «رو» کند، تا موفق به «ایجاد ارتباط» و اثرگذاری شود و نوع مطلوب این ارتباط هم همانا نزدیک کردن آن‌سوی ارتباط (مخاطب) به هدف مقرر است.

سخن ما درباره رسانه‌ای در بین این همه رسانه‌های قدیمی و جدید پیرامون ماست که مایل است به پشتوانه قدمت و پیشینگی خود، از قافله عقب نماند.

همین رادیوی خودمان! همین رادیویی که حالا دیگر یکی دوتا نیست. دیگر به باریکی ۲۰، ۳۰ سال پیش نیست.

این سالها از بس سخن از «عصر ارتباطات»، «انفجار اطلاعات» و «سپهر اطلاعات» شده، خواننده و شنونده و بیننده به محض برخورد با چنین واژه‌هایی، خسته از این همه تکرار و چندباره‌گویی، مایل است چشم و گوش فروبندد و هیچ نبیند و نشنود.

شاید همین امر، از جمله جلوه‌های این عصر است.

جامعه ما نیز فارغ از این قیل و قال حادث شده و هجمه اخبار و اطلاعات نیست؛ به‌ویژه ما که فعالیت ارتباطاتی و رسانه‌ای داریم و در این «مسابقه بزرگ»، در موقعیت ایفای نقشیم.

ورود به مباحث ارزشی و نمره گذاری به رویکرد ایدئولوژیک خواهیم بود. به درون برمی گردیم و به رسانه خود در این سالها، به رادیوهای هشتگانه نظر می کنیم.

با تأثر خاطر از جریان ساختارمندی رسانه های پیشرفته بیرون، به قوام اسکلت رادیو پرداختیم. دیگر فصلش نبود همه داده ها و اطلاعات را از یک یادو منفذ تنگ رادیوهای سراسری، به انبوه مخاطبان دارای وقت ضیق و کم صبر و حوصله تقدیم کنیم.

آمدیم سنگ بنای ورود به گستره ای را به حسب اضطرار و ضرورت پایتخت، با یک کانال فرعی و حاشیه ای به نام «گروه تهران» آغاز کردیم و با طی اندک مدتی، شبکه رادیویی تهران را بنیان نهادیم و تقریباً همزمان، یک شبکه بومی دیگر یعنی رادیو پیام را، که این سالها به گستردگی یک شبکه سراسری است.

دیری نیاید به تناسب نیازهای متنوع مخاطبان در تهران و ایران، هشت شبکه رادیویی به سرویس دهی مشغول شدند؛ همه چیز به روز، تازه و به وفور برای انبوه مخاطبان مشتاق.

بدیهی است که کشور جوانی چون ایران که بیشتر جمعیت آن را جوانان پرشور، فهیم، پویا و درضمن، جویای نان و نام و پوینده هویت خود تشکیل می دهند، باید شبکه هایی با نام و با مسمای «جوان» و «ورزش» راه اندازی کرد، همچنین از شبکه ویژه هنرمندان و فرهنگیان و فرهیختگان نباید غافل بود.

پس چه نیکو که به جای عدد خنثی ۲ (رادیو ۲)، از این پس «رادیو فرهنگ» بخوانیمش. یا برای مشتاقان و علاقه مندان متون معارفی و حال و هوای دینی، شبکه ای با نام «معارف» راه اندازی کنیم. شبکه ملی و حیثیتی یک رادیو که به عنوان

پیشقراول رسانه شنیداری، کماکان با حفظ شأن ایران شمولی خود، با تجربه شصت و سه ساله، با دوراندیشی و احتیاط و مراقبه به امر اطلاع رسانی و تامین نیازهای عمومی مخاطبان خود مشغول است.

«رادیو قرآن» هم که با سه ساعت برنامه در صبح و تکرار آن در عصر با این حجم محدود زبینه جامعه اسلامی نیست، پس باید توسعه یابد و به عنوان یک شبکه سراسری و ۲۴ ساعته فعالیت نماید تا در مسیر نیازهای مخاطبان خاص خود باشد.

دیدید چقدر «مفصل» شدیم؟!

حالا، دیگر شبکه های رادیویی نیز در نوبت راه اندازی اند؛ مثلاً شبکه «کودک و نوجوان»، شاید هم شبکه «سالمندان»! و اگر هم کمی فرصت دست داد و امکاناتش فراهم بود، شبکه «میانسالان»!

چه، در این صورت هیچ چیز نمی ماند. همه گروه های سنی و نیازهای موجود را در برمی گیریم و دیگر هیچ نیازی نیست که بر زمین بماند. تمام و کمال و منحصرأ به سراغ تک تک خواسته های شنونده ها می رویم.

حالا با عنایت به این تجربه گستردگی رادیوهای داخلی، در دنیا هم اگر خواهیم، می توانیم ۱۰۰ شبکه رادیویی راه بیندازیم. حال به جای آنکه در فکر تاسیس و راه اندازی شبکه های رادیویی در دنیا باشیم، می خواهیم تنها به یکی از شبکه های موجود داخلی، با سن جوان ۱۲ سال متمرکز شویم و یک بخش و یک قسمت از آن را بازبینی کنیم.

آنچه تا بدین جا آمد فقط نگاهی بود به سر در سیمای صدا.

حسب اشتغال نگارنده در یکی از این شبکه های رادیویی و ضمن فعالیت، تصویری عینی از پشت صحنه برنامه های

سحرگاهی - ساعات ۳ تا ۶ بامداد - ارائه می شود، با این امید که مورد عنایت محققان، برنامه سازان و مدیران این رسانه شنیداری واقع شود.

این برنامه، یک برنامه ساده نزدیک به ترکیبی است که از حدود چهار ماه پیش آغاز شد و بدیهی است که می باید از آیتمهای مختلف متناسب با آن ساعات باشد (که چنین است)؛ از میان برنامه های ۱۰ دقیقه ای سنگین با مضامین معارفی و ادبی گرفته، تا موسیقی، کلام گل و بلبل و پل زدنهای معروف، قصه و حرف و حدیث و البته با محوریت «سرودهای درخواستی» شنونده ها، در طول این سه ساعت برنامه.

دو مسئول ارتباطات تلفنی، همه شب موظف به ضبط و ثبت اسامی سرودهای درخواستی شنونده ها، در فرم مخصوص به آن می باشند.

نکته اساسی و قابل طرح، همین بخش سرودهای درخواستی است که به هرحال پس از ۲۵ سال مجدداً توانست در این شبکه یا شبکه های دیگر راه بیفتد که ظاهراً یک امر پیش پا افتاده و غیرقابل توجه است.

اما گذشت زمان - ۳ یا ۴ ماه - و تکرار هر شب آن و توجه به کیفیت این ارتباط، می تواند کم کم هیئت یک مسئله را به خود بگیرد.

ناگزیر برای روشن شدن موضوع، «آنچه گذشت» را در قالب یک گزارش توصیفی یا شبه داستان بیان می کنم:

نکته جالب توجه، در ارائه برنامه در آن وقت شب، کیفیت تنظیم و ساخت و پخش برنامه؛ و از طرف دیگر، تعامل با شنونده های بیدار یا بیدار دل است.

چه چیزی، چگونه ارائه می شود؟ گیرنده ها و شنونده ها چگونه مرتبط اند؟



**از زمان پخش برنامه‌های
زنده، به ویژه در برنامه‌هایی
که از شنونده‌ها خواسته
می‌شود حرف‌هایشان، یا
سرودهای درخواستی‌شان را
بگویند، «تلفنها» کم کم به یکی از معیارهای ارزش‌گذاری
برنامه تبدیل شده است.**

آیا اساساً ارتباط برقرار است یا نه؟ شاید زمانی که در آن ساعات نیمه شب، مثلاً برنامه تکراری-اما کنترل‌شده و فنی- ساخته ادب و هنر با نام حکایتی، قولی، غزلی از این شبکه پخش می‌شد، کسی در پی ارتباط این برنامه با شنونده نبود، اما عوامل سازنده و پخش‌کننده آن، از کیفیت ساخت و تولید احساس امنیت و رضایت خاطر داشتند. تنها تردید، در «قسمت» بود.

اگر «قسمت» بود، شنونده یا شنونده‌های خاص خود را پیدا می‌کرد و از سویی شاید هم هنوز هیچ‌کس حتی نام این برنامه را نشنیده باشد! اما از زمان پخش برنامه‌های زنده، به-ویژه در برنامه‌هایی که از شنونده‌ها خواسته می‌شود حرف‌هایشان، یا سرودهای درخواستی‌شان را بگویند، همین «تلفنها»، کم کم به یکی از معیارهای ارزش‌گذاری برنامه تبدیل می‌شود.

در این رهگذر می‌خواهیم بدانیم در موقعیت تنظیم، ساخت و تهیه این برنامه زنده، چه مواردی کانون توجه ماست. چقدر در بالا بردن کیفیت برنامه تلاش داریم و در عین حال به تازه و نو بودن آن می‌اندیشیم.

نکند در این برنامه، شب و نیمه شب را دوره می‌کنیم و بعد که به سراغ برنامه‌های روز می‌رویم، آنجا هم می‌بینیم «لوپ» می‌کنیم شب را و روز را!
«ع.م.» کیست؟! و همین‌طور «ش.ز»، «ع.ف»، «ن.ف» و...!

این نامهای اختصاری و مختصر را داشته باشید تا پس از ذکر یک مقدمه کوتاه، به سراغشان برویم.

هدف رسانه، ایجاد ارتباط با مخاطب و هدف نهایی آن، اثرگذاری بر او برای هدفی از قبل تعیین شده است. با این مقدمه یک سطری به سراغ «ع.م.» می‌رویم.

وی از مخاطبان جدی یا شاید بسیار شوخ آن برنامه است. بعداً معلوم شد شنونده برنامه‌های دیگر نیز هست؛ از شهر من، سلام گرفته تا شهر من، خدا حافظ! این شنونده، به‌طور وحشتناک، مخاطب فعال و واقعا پروپا قرص این شبکه رادیویی است. ماههای پیش، او به همراه ۲۶ شنونده دیگر، به‌عنوان شنونده‌های پای ثابت برنامه‌ها، چندان جدی به‌نظر نمی‌آمدند، اما ماه گذشته، یک شب، برنامه ناگهان با افت شدید تلفنهای مخاطبان مواجه شد.

با تعقیب عوامل برنامه، به‌ویژه پیگیری مسئولان ارتباطات، این راز «بی تلفنی» برنامه برملا شد؛ آری، چون در چند شب متوالی، سرودهای درخواستی آنها پخش نمی‌شد، (حالا به هر علتی) ایشان یعنی «ع.م.» به‌عنوان سردمدار شنونده‌های ویژه! به قول مسئولان ارتباطات تلفنی برنامه، با یکدیگر (این گروه ۲۷ نفره!) - که شماره تلفنهای یکدیگر را داشتند- تباری کردند و آن شب، تماس با برنامه را تحریم نمودند! به ابتدای ماجرا برگردیم.

این چند نفر هماهنگ! در بین تعداد محدودی شنونده‌های اتفاقی و موردی و ناهماهنگ با یکدیگر، با واحد ارتباطات برنامه، ارتباط برقرار می‌کنند و سرود یا ترانه‌ای درخواست می‌کنند.

درخواست سرود یا ترانه از سوی چند شنونده، «ع.م.»، یا «ش.ز»، یا «ع.ف»، یا «ن.ف» و... ظاهراً اتفاق مهمی نیست که در رادیوی پایتخت می‌افتد، آنها می‌خواهند از عصاره بشنوند، یا از افتخاری، اقتداری، اصفهانی، اعتمادی یا از نوری و رشیدی و...

نه، اشتباه همینجاست. اتفاق مهمی رخ داده است. ایشان- این ۲۷ نفر یا ۵۰ نفر یا ۱۰۰ نفر-

به این شبکه، به برنامه‌ها زنگ می‌زنند و خود را در لیست مخاطبان فعال قرار می‌دهند!

حالا آیا با شبکه‌های دیگر هم کار می‌کنند یا نه، نمی‌دانم.

ولی همین شبکه فعلا چهارماه است که هر شب، در این سه ساعت سحرگاهی، بدون استثنا! معطل همین ۲۷ نفر است!

نه تنها تماسشان مبنی بر درخواست یک آهنگ با این برنامه روتین سحری برقرار است، بلکه هر شب بین ساعت ۱۰ تا ۱۱ نیز با برنامه زنده‌ای دیگر، تماس می‌گیرند و فقط درخواست ترانه می‌کنند. همکاران این برنامه اظهار می‌دارند که این ۲۷ نفر، روزها هم به برنامه‌های دیگر تلفن می‌کنند و همین درخواست را دارند.

جالب است که در این ۴ ماه شب یا روز، «م.ع»، فقط متقاضی آهنگ رسم زموئه نجفیان بود و هیچ آهنگ دیگری درخواست نکرده است! و از قرار معلوم، عموما هم خواسته‌اش اجابت شده است. وحشتناک اینکه، وی حسب انس و الفتی که با برنامه و واحد ارتباطات برنامه پیدا می‌کند، این اواخر برایش بسیار حائز اهمیت است که در این تماسها، نفر چندم است؟! یا آن یکی که ساعت سه و پنج دقیقه بامداد با برنامه تماس می‌گیرد و ترانه درخواستی همیشگی خود را می‌گوید و ساعت ۵ دقیقه به ۶ و پایان برنامه، با بغض می‌گوید چرا آهنگم را پخش نکردید!

هفته گذشته، در اوج فعالیت، وقتی این مخاطب تماس گرفت و طبق معمول، فقط آهنگ رسم زموئه را درخواست کرد، پرسید: من امشب نفر چندم؟! و مسئول ارتباطات در پاسخ، با اظهار تاسف گفت: متاسفانه امشب پنجم شدین. (آخر او همه شب، اولین یا دومین نفری بود که به برنامه زنگ می‌زد.)

بلافاصله پرسید: یعنی «ش.ز»، زودتر زنگ زد؟! پاسخ شنید: بله، «ش.ز»، طبق این لیست دومین نفری بودند که ترانه درخواستی خود را گفتند.

پس از قرائت یکی از مسئولان ارتباطات برنامه، ناگزیر شدم جمله‌ای به این متن بیفزایم؛ جمله‌ای که شاید «حلقه

چته؟! چندساله‌ای؟ میزان تحصیلات و شغل چیه؟ و...

پس از قرائت یکی از مسئولان ارتباطات برنامه، ناگزیر شدم جمله‌ای به این متن بیفزایم؛ جمله‌ای که شاید «حلقه

درخواست سرود یا

ترانه از سوی چند

شنونده محدود و

هماهنگ، ظاهرا اتفاق

مهمی برای رادیوی

پایتخت نیست، ولی در

حقیقت اتفاق مهمی

رخ داده است، زیرا

نه تنها تماسهای این

گروه مبنی بر

درخواست یک آهنگ

با برنامه روتین سحری

برقرار است، بلکه هر

شب بین ساعت ۱۰ تا ۱۱

نیز با برنامه زنده‌ای

دیگر، تماس می‌گیرند

و فقط درخواست

ترانه می‌کنند.

«م.ع» آهی از نهاد برکشید که هرگز در طول این چهارماه فعالیت شبانه‌روزی مخاطب‌گری نکشیده بود.

امشب نخستین شبی است که برنامه موقتا تعطیل شده تا پس از ماه مبارک رمضان.

احتمالا «م.ع» و شاید آن ۲۶ نفر، غم بزرگی دارند!

و بدتر اینکه، هنوز هیچ‌کس از او یا از بقیه این جمع هماهنگ نپرسید: عزیزم!

مفقوده» بود. همان دوست و همکار واحد ارتباطات تلفنی برنامه بالبخند گفت: «چرا! شغلش معلوم شد. آخرین لحظه شغلش را پرسیدیم. او، فقط کف دستشویی می‌شست.»

