

سنت گرایی آفت صدای پایتخت

گفت و گو با اسفندیار رحیم مشایی
مدیر اسبق رادیو تهران و رئیس سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران
● محمد مهدی سپهری خواه

اگر رادیو تهران را از پایه و اساس، یک رادیوی محلی فرض کنیم، بیش از آنچه فکرش را کنیم نسخه های مختلفی برای سیاست گذاری، نحوه برنامه سازی و نوع نگاه به جامعه شهری تهران به دست می آید تا چه رسد به آنکه در محلی بودن و اختصاص این رادیو به تهران هم سیاست های دوگانه ای را در پیش بگیریم. اینکه این شبکه می تواند یک رادیوی کاملاً محلی باشد یا خیر و اینکه با چه دیدگاهی با مخاطبان متنوع خود به تعامل و تعادل برسد، دو بحث متفاوت و اساسی در خصوص این شبکه است که وقتی زوایای مختلف آن را لحاظ کنیم، مشاهده می کنیم که تناقض های آشکاری با یکدیگر دارند. آنچه درباره آن اتفاق نظر وجود دارد این است که تهران هم، با همه پیچیدگی هایش نیازمند رادیویی محلی است؛ رادیویی با کارکردهای کاملاً خاص خودش و با تکیه بر فرهنگ و رسوم تهرانی؛ اتفاقی که خواسته یا ناخواسته به طور کامل به وقوع نپیوسته و نه تنها رادیو تهران در این مسیر گاه به بیراهه رفته، بلکه دیگر شبکه ها نیز در بسیاری موارد پا در کفش این شبکه کرده اند. کمابیش مسئولان رادیو هم به این مهم پی برده اند و ایجاد تغییرات بنیادین در این شبکه دلیلی بر این مدعاست؛ تغییر اساسی در قالب برنامه های این شبکه با نگاهی جدید به کارکردهای رادیو تهران، اتفاقاتی است که تاکنون رخ داده است.

□ لطفاً از ورودتان به رادیو صحبت کنید و اینکه چطور شد به رادیو تهران آمدید.

○ زمستان سال ۱۳۷۶ بود که وارد سازمان صداوسیما شدم. در بهار سال ۱۳۷۷ به عنوان مدیر رادیو پیام مشغول به کار شدم و در اواخر بهار ۱۳۸۰ به رادیو تهران آمدم.

□ قبل از ورود به سازمان، تجربه خاص رسانه‌ای داشتید که با اتکا به آنها در جایگاه یک مدیر شبکه، از توان و

نگاه سنتی به رادیو و مسائل دیگر باعث شدند که ما این تغییرات را به صورت تدریجی اعمال کنیم. بخشی از این تغییرات را انجام داده‌ایم و بخش دیگر هم قرار است در طول سال ۱۳۸۲ به مرور انجام شود. در حال حاضر حدود ۳۰٪ تغییرات از لحاظ سیاست محتوایی و ساختار انجام شده است.

□ بحث اصلی این گفت‌وگو، بحث

سمت ساخت برنامه‌های جدید، حرکت کردیم. هم در محتوا، سراغ موضوعاتی رفتیم که مورد نیاز مردم هستند و هم با توجه به شرایط زندگی سعی کردیم تناسب خاصی را به وجود بیاوریم. به اعتقاد ما، نگاه سنتی به ساخت برنامه در رادیو تهران جوابگو نیست.

در گذشته، در واقع برنامه‌سازاری وجود داشت؛ یعنی برنامه‌ساز براساس دیدگاه‌ها و اندیشه‌های کاملاً شخصی خودش، موضوعات را می‌پسندید و انتخاب می‌کرد؛ البته در آن زمان رقابت در عرصه رسانه‌ای کم بوده و از طرفی آدم‌ها هم فرصت داشتند، لذا ارتباطی بین اینها برقرار می‌شد و رادیو خیلی راحت قادر بوده مخاطب را جذب کند و دقایقی طولانی شنونده را با خودش همراه کند. ولی امروز دیگر این اتفاق نمی‌افتد. اولاً تعدد رسانه خیلی زیاد شده است و تنوع خیلی بالاست و هر قدر هم که سرمایه‌گذاری شود، در یک زمان محدود، جاذبه خواهد داشت. از سویی دیگر، نیازها متنوع شده‌اند. تحولات هم با سرعت بالایی انجام می‌گیرند و شرایط به سرعت در حال تغییر هستند. مردم به اتفاقات نو و تازه عادت کرده‌اند.

کار مهمی که در شبکه اعمال کردیم و محقق شد، کوتاه کردن زمان برنامه‌ها بود. برنامه‌های طولانی در شبکه ما هیچ اولویتی برای تولید و پخش ندارند. از لحاظ موضوع هم نهایت تلاش را کردیم که موضوع برنامه‌ها براساس شرایط روز و زندگی در تهران، انتخاب شوند. البته این بدان معنا نیست که موضوعاتی که در گذشته انتخاب می‌شدند کاملاً با موضوع تهران بی‌ربط بوده‌اند؛ منظورم این است که سیاستی که پیش گرفتیم به این شکل بوده که طرح‌هایی که به شبکه ارائه می‌شوند بیشتر در این جهت باشند و اولویت داشته باشند.

در آغاز کار با فشار سنگینی مواجه بودیم ولی در نهایت این کار را انجام دادیم.

در آماري که اخيراً جهت مقایسه رادیوهای محلی منتشر شده بود، ما بعد از شبکه‌های محلی شهرستان‌ها قرار گرفته بودیم. علت اصلی این مسئله، هویت محلی در این شهرها در واقع به عنوان یک حقیقت در جامعه برقرار است ولی برای مردم تهران حس تهرانی بودنشان خیلی برجسته نیست.

خلاصیت لازم بهره‌مند باشید.

○ من تجربه خاصی در رسانه نداشتم. منتها مدیریت کار فرهنگی را برعهده داشتم.

□ ظاهراً تغییرات ساختاری خاصی در برنامه‌های رادیو تهران انجام گرفته است. از جزئیات این تغییرات و دورنمایی که برای برنامه‌های آینده این شبکه دارید توضیحاتی بفرمایید.

○ حدوداً پنج، شش ماه بعد از ورود به رادیو تهران، با تجربه‌ای که در رادیو پیام و همچنین شناختی که از قبل از رادیو تهران داشتم، در صدد ایجاد تغییر در برنامه‌های این شبکه برآمدم. قرارمان با معاون محترم صدا این بود که مدیریت این شبکه را با تغییرات قبول کنیم. ایشان هم بر این تغییرات نظر مثبتی داشتند و ما با این ذهنیت شروع به کار کردیم.

شبکه‌های محلی در دنیای رسانه است. به نظر شما تعارض‌ها یا شباهت‌هایی که بین رادیو تهران و یک شبکه محلی وجود دارند، چه مواردی را شامل می‌شوند و اصولاً آیا در تعریف ساختار و قالب برنامه‌ها سعی کردید بین این دو مقوله ارتباط خاصی ایجاد کنید؟

○ سیاست شبکه رادیویی تهران بر دو پایه استوار است: یکی اطلاع‌رسانی و دیگری آرامش بخشی.

زندگی در تهران متناسب با وضعیت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی موجود، زندگی خاصی است و شاید مشابه آن در کشور وجود نداشته باشد. ویژگی‌های مختلفی در این زندگی وجود دارند که یکی از آنها سرعت است. زندگی در تهران خیلی سریع‌تر از جاهای دیگر است. اشتغال‌های متعدد و متفاوت و محرک‌های محیطی فراوان باعث شده‌اند که تمرکز از لحاظ ذهنی در تهران کمتر تحقق پیدا بکنند. ما متناسب با آنچه که مردم تهران نیاز دارند و می‌پسندند، به

بنابراین کوتاه شدن زمان برنامه‌ها برایمان یک اصل شد که در آن تحولات فراوانی به وجود می‌آیند.

گفتیم، اگر بناست فرهنگ بسازیم، شرایط جامعه - مخصوصاً در تهران - این امکان را به ما

نمی‌دهد؛ یعنی این امکان، دیگر در رادیو نیست که مایک موضوع را انتخاب کنیم و بعد بگوییم این موضوع را یک هفته در یک ساعت خاص دنبال می‌کنیم؛ چون نه افراد این فرصت را دارند که موضوع ما را دنبال کنند و نه رقبا به ما این اجازه را می‌دهند که با این رویه پیش برویم.

در این مورد، ما سیاست را تغییر دادیم، یعنی برنامه‌ها به طور کلی کوتاه شدند و برای موضوعاتی که لازم بود فرهنگ سازی شود، تعداد برنامه‌ها را افزایش دادیم تا در طول زمان آثار خود را بر جای

بگذارند. البته در اینجا سیاست رادیو این بود که ما نباید به هیچ وجه شنونده را مجبور کنیم که اگر امروز برنامه ما را گوش می‌دهد، فردا هم به همین برنامه گوش بدهد.

هر برنامه در دوره زمانی کوتاه خودش حرف‌ها و پیام‌های خود را منتقل می‌کند، اما برنامه بعدی بدون اینکه به این برنامه ربط داشته باشد برای خودش بستری است. مثلاً ما اولین شبکه‌ای بودیم که حدود ۸۰ برنامه درباره ایدز تهیه کردیم و البته انتقاداتی به این کار ما وجود داشت؛ ولی ما معتقد بودیم به دلیل خواص رادیو، این رسانه، بهتر از رسانه‌های دیگر می‌تواند

حرف‌هایش را بزند، خصوصاً در تهران که سطح تفکر، اندیشه و نیاز مردم و همچنین اطلاعاتی که وجود دارد، جدی‌تر است. به هر حال هر کدام از این ۸۰ برنامه، مستقل از بقیه بودند. اما اگر می‌خواستیم کل این مجموعه را به یک موضوع تبدیل



رادیو تهران هم از حیث موضوع و هم از حیث ساختار به سمتی حرکت می‌کند که با همه ملزومات و مقدوراتی که موجود است، مخاطب را به عنوان یک رسانه محلی به سوی خود جلب کند.

کنیم، حداکثر فرصتی که می‌توانستیم داشته باشیم، یک برنامه در هفته بود که این یک برنامه زمان بیشتری را لازم داشت.

اتفاقاً در جشنواره هم دو جایزه به این برنامه داده شد. مسلم است که اگر ما بخواهیم در سطح تهران مخاطب پیدا کنیم، این راه ما راه موفق‌تری است. بنابراین لازم بود به لحاظ محتوا نگاهمان به جامعه و مسائل روز باشد و در بحث‌هایمان تهران‌گرایی وجود داشته باشد.

مثلاً انتخاب برنامه‌های ایدز می‌توانست انتخاب خوبی برای تهران باشد. در حقیقت ریشه این نگاه در

رادیو تهران به این موضوع برمی‌گشت که می‌بینیم رادیو در گذشته در چه جایگاهی قرار داشته و امروز در چه موقعیتی است. بحث‌های تئوریک زیادی راجع به رادیو و تلویزیون هست، اما یک واقعیت وجود

دارد که امروز ما، در رقابت با بسیاری از رسانه‌ها هستیم و باید در این رقابت، کاملاً به ظرفیت‌ها و توانایی‌های رادیو فکر کنیم. ببینیم چه چیزی برای عرضه داریم و چه چیزی برای طرح داریم تا بتوانیم مخاطب را جذب کنیم. یکی از موارد تمایز و شاخصه‌های رادیو این است که این رسانه همیشه همراه انسان است، ولی وضعیت تلویزیون این گونه نیست. اگر ما یک رسانه همراه هستیم، پس چرا از همین ویژگی استفاده نکنیم؟!

شاخصه دیگر رادیو این است که مثل تلویزیون قدرت استمرار ارتباط پیام را دارد. این قدرت فوق‌العاده‌ای است که باید از آن استفاده کرد. بنابراین برنامه‌ها باید طوری باشند که با شاخصه همراه بودن رادیو تضادی نداشته باشند. بنابراین ساخت برنامه‌ها باید به گونه‌ای باشد که مخاطب بتواند به راحتی در حین حرکت یا انجام دادن کارهایش از برنامه‌ها استفاده کند. البته این عوامل را برای رادیو تهران لحاظ می‌کنیم، چون ممکن است رادیویی هم باشد که بخواهد بحث‌های تخصصی عمیق را برای مخاطبان خاص داشته باشد. یکی دیگر از ویژگی‌هایی که قدرت

رادیو را نسبت به تلویزیون بیشتر می‌کند، سرعت تغییراتش است. رادیو می‌تواند سریع‌تر از تلویزیون، برنامه‌هایش را تغییر دهد. این سرعت، زمینه را برای ما فراهم می‌کند که به ظرفیت خاص رادیو برسیم که آن همراهی رادیو با تحولات بیرون است. این تغییرات همه جانبه است. مثلاً توسعه در جامعه اتفاق می‌افتد، سرعت تحولات بالاست و علم در حال ترقی و پیشرفت است و سلیقه‌ها هم تغییر می‌کنند. در کنار همه این تغییرات، رسانه هم باید تغییر کند.

در کنار تحولاتی که در بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و رفاهی اتفاق افتاده، رسانه هم قطعاً باید این تغییرات را انجام دهد و بخشی از این مسئولیت را به عهده بگیرد. پس یکی از مسئولیت‌های رادیو این است که باید در زندگی افراد وارد شود و این یکی دیگر از سیاست‌های شبکه است.

یکی از مسائل مهم این است که رادیو باید کارایی و مفید بودن خودش را به مخاطب نشان بدهد. در گذشته اگر قصد انتقال پیامی را داشتیم، انس مخاطب با رادیو برایمان خیلی مهم بود، چون رادیو را یک رسانه صمیمی می‌دانستیم. اما امروز به دلیل کم بودن فرصت، ضریب اثرگذاری رسانه بر مخاطب کاهش یافته

است. ما ابتدا انس و صمیمیت را برقرار کرده، سپس پیام را منتقل می‌کنیم. در رسانه، اصل کار پیام است. امروز تکیه ما دیگر نمی‌تواند همان انس قدیم و

آن فضای خلوتی باشد که گوینده با مخاطبش ارتباط صمیمی و عمیقی پیدا کنند، یعنی آن فرصت دیگر برای مخاطب وجود ندارد؛ علایق تغییر کرده و جاذبه‌های فراوانی در مسیر حرکت مخاطب وجود دارد. امروز، رادیو باید ظرفیت جدیدی را تعقیب کند و آن میزان بهره‌دهی و اثرگذاری و فایده‌ای است که می‌تواند در عرصه زندگی انسان‌ها داشته باشد. اگر این اتفاق افتاد، مخاطب، رادیو را به عنوان یک رسانه همراه انتخاب می‌کند که در بخش‌های مختلف زندگی، برای او فوایدی را در بر خواهد داشت.

□ آقای مشایی، به تفاوت‌های بین تهران و دیگر شهرها اشاره کردید که در نهایت منجر به محدودیت‌هایی برای

زندگی در تهران متناسب با وضعیت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی موجود، زندگی خاصی است و شاید مشابه آن در کشور وجود نداشته باشد. به اعتقاد ما، نگاه سنتی به ساخت برنامه در رادیو تهران جوابگو نیست.



شبکه تهران به لحاظ نزدیک شدن به شکل رادیو محلی می‌شد. این تفاوت‌ها را در چه مسائلی می‌بینید؟
○ مشکلی که ما، در رادیو تهران در

مقایسه با رادیوهای محلی داریم، در واقع مشکل هویتی است. مردم تهران مثل افراد سایر شهرها نیستند که حس تهرانی بودنشان خیلی برجسته باشد. در صورتی که هویت تهرانی خیلی می‌توانست مسیر حرکت ما را شفاف کند. ولی چون این حس وجود ندارد و تعصبات ناشی از این هویت در تهران نیست، حرکت ما را محدود می‌کند و به ما اجازه نمی‌دهد به سادگی برنامه‌ای بسازیم که حس تهرانی بودن در آن کاملاً برجسته باشد و این حس را به مخاطب منتقل کنیم.

در آماری که اخیراً جهت مقایسه رادیوهای محلی منتشر شده بود، ما بعد از شبکه‌های محلی شهرستان‌ها قرار گرفته بودیم. علت اصلی این مسئله آن بود که هویت محلی در این شهرها در واقع به عنوان یک حقیقت در جامعه برقرار است که در تهران این گونه نیست.

علاوه بر آن، در تهران امکان دسترسی به رسانه‌های دیگر خیلی فراوان‌تر است. یعنی اساساً میزان گوش دادن به اصل رادیو متفاوت است. ضمن اینکه در بین شنونده‌ها، فرصت شنونده تهرانی هم کمتر است. یک درصد افزایش مخاطب در تهران خیلی سخت‌تر از جاهای دیگر است. حالا وظیفه ما در این موقعیت چیست؟ ما بدون

اینکه از پتانسیل عاطفی، روحی و هویتی مربوط به محلی بودن استفاده کنیم، ناچار هستیم در حوزه محلی بودن حرکت کنیم و در واقع از

قدرت‌های ارتباطی که برای رسانه‌های محلی در حالت طبیعی وجود دارد، محروم هستیم. ما باید به سراغ مسائل، معضلات و مشکلاتی برویم که فقط در سطح تهران وجود دارد و مورد علاقه مردم است، تا یک پل ارتباطی بین عموم جامعه تهرانی و مسائلی باشیم که ظرفیت ایجاد انعطاف در ذهن مخاطب را داشته باشند و در واقع مخاطب را به سمت شنیدن برنامه‌ها جذب کنند. بنابراین کار ما سخت‌تر است، چون سلیقه مخاطب بیش از هر چیز دیگری اهمیت دارد. باید بیشتر از هر رادیوی دیگر مخاطبان را بشناسیم و به آنها اهمیت بدهیم. لازمه این امر این است که ما ضمن درک نیازهای مخاطب، به سلیقه او هم توجه کنیم. خب، خیلی از سلیقه‌ها جنبه ارزشی ندارند و یک نیاز

اینکه در رادیو تهران برنامه‌هایی هم وجود داشتند که تنها به موضوع تهران می‌پرداختند ولی آنها کافی نبودند؛ اولاً حجم آنها کم بود. ثانیاً اگر ما بخواهیم موضوع برنامه را مختص تهران کنیم، باز مخاطب باید مورد توجه قرار بگیرد. یکی از کارهایی که در شبکه قابل توجه بود، این بود که شباهت‌های رادیو تهران با رادیوهای سراسری تا حد مقدور کاهش یابد تا رادیو تهران خود را به عنوان یک رادیوی متفاوت نشان دهد.

هیچ تردیدی نداشته و نداریم، راهی که شروع شده یک واقعیت و نیاز واقعی بوده که هم موجب شور و نشاط در جامعه برنامه‌ساز خواهد بود و هم ایجادکننده یک فضای جدید برای مخاطب است که در این فرصت انتخاب،

در رادیو دیگر این امکان وجود ندارد که یک موضوع را انتخاب کنیم و بعد بگوییم این موضوع را یک هفته در یک ساعت خاص دنبال می‌کنیم؛ چون نه افراد این فرصت را دارند که موضوع ما را دنبال کنند و نه رقبا به ما این اجازه را می‌دهند که با این روبه پیش برویم.

گزینه‌های مختلفی را پیش روی خودش می‌بیند. بنابراین رادیو تهران هم از حیث موضوع و هم از حیث ساختار به سمتی حرکت می‌کند که با همه ملزومات و مقدوراتی که موجود است و البته با آن محرومیت‌ها و محدودیت‌ها، مخاطب را به عنوان یک رسانه محلی به سوی خود جلب کند.

▣ در خصوص نوع نگاه به مخاطبان تقریباً دیدگاه‌های روشنی دارید. با این حال که به تفاوت‌های ناشی از کثرت جمعیت در تهران قائل هستیم، می‌توان

دربارخی مسائل این جمعیت را همگن دید و مسائل مربوط به ایشان را نیز نزدیک به هم دانست. برای دریافت این اطلاعات، آیا تحقیقات پایه‌ای و علمی خاصی انجام می‌دهید که بتوان به آنها استناد کرد؟

○ ما در رادیو اصلاً امکان تحقیق نداریم؛ چون از یک طرف بودجه این کار و از طرفی دیگر، اجازه این کار را نداریم. مثلاً ما در بحث اقتصادی موظفیم از مسائلی در ساخت و پخش برنامه تبعیت کنیم که اولویت‌های آن را شورای اقتصادی سازمان تعیین می‌کند؛ یعنی متأسفانه ما نمی‌توانیم سیاست و نیازهای اساسی را تبیین کنیم. من به خاطر دارم وقتی می‌خواستیم برنامه‌ای در زمینه ایدز بسازیم، به ما گفتند این اولویت چهاردهم است. درحالی‌که برای ما روشن بود که ایدز یکی از مقوله‌های مهم تهران است. یعنی مشکل این است که نه ما - بلکه همه شبکه‌ها - نه توانایی تحقیق داریم و نه می‌توانیم بر مبنای آن عمل کنیم. باید از مجموعه بخش‌هایی که در درون سازمان، تعیین‌کننده و تصمیم‌گیرنده هستند، تبعیت کنیم و به آنها، پاس‌خگو باشیم. اما همان‌طور که عرض کردم و شما هم تأکید داشتید ما باید به سراغ محورهای مشترک برویم که مردم را در تهران گردهم جمع می‌کند. ممکن است هویت تهرانی نداشته باشد، اما مسئله مشترک است. مثلاً مشکل ترافیک، آلودگی هوا و... می‌تواند به راحتی ما را با مخاطب پیوند بدهد.

یعنی مخاطب باید حس کند که ما حرف او را می‌زنیم و مسائلیش را پیگیری می‌کنیم. اما مسئله مهم این است که ساختار برنامه در تهران به دلیل رسانه همراه بودن، الزاماً باید از حالت تولیدی به حالت زنده در بیاید. این هم یکی دیگر از سیاست‌های شبکه است.

واقعی‌اند. مثلاً همان کوتاه کردن زمان برنامه و توجه به فرصت محدود شنونده، ذاتاً ارزش نیست، بلکه در اینجا کاملاً باید رأی مخاطب را بپذیریم. ما باید متناسب با واقعیت در بیرون، تولید و ساختار برنامه را تغییر بدهیم و حتی پیام‌ها را به زبانی ترجمه کنیم که امروز مورد توجه‌اند. لذا حرکتی که در رادیو تهران شروع شد، این بود که در تهران، رادیوهای فراوانی قابل شنیدن بودند. ساختار گذشته برنامه‌های رادیو تهران شباهت زیادی به برنامه شبکه‌های سراسری داشت. بگذریم از

متأسفانه ما نمی‌توانیم سیاست و نیازهای اساسی را تبیین کنیم. به خاطر دارم وقتی می‌خواستیم برنامه‌ای در زمینه ایدز بسازیم، به ما گفتند این مسئله در اولویت چهاردهم است. در حالی که برای ما روشن بود که ایدز یکی از مقوله‌های مهم تهران است.



کلاسیک می‌پردازد و دیگری به پخش موسیقی محلی ایرانی اختصاص دارد. این نکته را هم عرض کنم که در مجموع، نگاه ما، مخاطبان عام‌اند. حالا باز هم اگر شنونده‌ای یکی از برنامه‌های ما را نپسندید، رادیو را خاموش نمی‌کند، چون نهایتاً ۴-۵ دقیقه دیگر برنامه دیگری را با موضوعی تازه می‌شنود.

□ **آقای مشایی، نکته‌ای که درخصوص رادیو پیام و رادیو تهران جای سؤال دارد، مسیرها و سیاست‌های یکنواختی است که در این شبکه به چشم می‌خورد، گو اینکه شاید برای هر دو شبکه قابل توجیه باشد، اما درکنار هم قرارگرفتن این موارد تداعی‌کننده نوعی دوباره کاری یا ناهمخوانی ساختار برنامه با رسالت شبکه است. چقدر با این موضوع موافقت می‌کنید؟**

○ اساس رادیو پیام بر موسیقی و خبر و گزارش ترافیکی است. به عقیده من در آنجا اصلاً برنامه‌سازی وجود ندارد. رادیو تهران نسبت به رادیو پیام ضمن استفاده از فرصت‌ها، سرعت و تغییر، از امکان برنامه‌سازی حرفه‌ای استفاده می‌کند. در رادیو پیام گزارش نداریم. ما برای اینکه در ۲۴ ساعت از آخرین مسائل و اتفاقات سطح تهران آگاه باشیم، باکس‌های گزارش‌های

متقاعد کند. یعنی ضرورتی ندارد ما به هر قیمت وقت برنامه‌هایمان را بخریم. باید هر شنونده وقتی برنامه‌ای را می‌شنود احساس کند که چیزی یادگرفته و یا حس به او منتقل شده است.

□ **به اکثر جزئیات کار در ساختار برنامه - سازی جدید رادیو تهران اشاره داشتید، به جز موسیقی. از موسیقی در رادیو تهران دقیقاً چه انتظاراتی دارید و چه جایگاهی برای آن در نظر گرفته‌اید؟**

○ موسیقی در حال حاضر، در خیلی از شبکه‌ها سامان یافته نیست و طراحی خاصی روی آن انجام نگرفته است، ولی واقعاً لازم است موسیقی هم به مضمون و هم به لحاظ تناسب با زمان از طراحی مطلوب‌تری برخوردار باشد. خوشبختانه ما در رادیو تهران استعداد‌های بسیار خوبی داریم که تسلط کافی بر موسیقی ایرانی و غربی دارند. از این جهت هم در مقایسه با دیگر شبکه‌ها از وضعیت خیلی خوبی برخوردار هستیم و این امکان برایمان برقرار است که بتوانیم برای موسیقی، سیاست‌گذاری روشن‌تر و جدی‌تری داشته باشیم تا بتوانیم از این جهت هم پاسخ مناسبی بدهیم.

در مورد موسیقی، ما دو کار در دست اجرا داریم که یکی به پخش موسیقی

چون اگر بخواهیم با تغییرات همراه باشیم و عنصر سرعت را داشته باشیم - یعنی ارتباط یک طرفه با مخاطب را به ارتباطی دوسویه تبدیل کنیم - لازمه‌اش زنده برنامه‌هاست که در حال حاضر بیشتر برنامه‌های ما زنده است.

هدف اصلی ما در نهایت این است که هر شنونده‌ای که موج رادیو تهران را گرفت، دیگر آن را تغییر ندهد.

نکته بعدی درباره تصویب طرح‌ها و برنامه‌ها در شبکه است که ضوابط جدیدی برای تصویب برنامه‌ها لحاظ کرده‌ایم. ما اگر برنامه‌ای را تصویب می‌کنیم، ابتدا تعداد کار را هم مشخص می‌کنیم، یعنی طراح این برنامه وقتی طرحش را مطرح می‌کند و جایش در برنامه‌های ماهیانه مشخص می‌شود، دقیقاً خط سیر برنامه باید معلوم باشد و نه اینکه نقصانی در برنامه‌ها به وجود آورد که ما مجبور باشیم، به نحوی آن را رفع کنیم. بنابراین در رادیو تهران همه برنامه‌های تولیدی که با هدف فرهنگ‌سازی تصویب می‌شوند، بر پایه تحقیق علمی خاصی هستند. ما صرفاً براساس ضرورت و موضوع، برنامه تصویب نمی‌کنیم، بلکه طراحش باید یک تحقیق اولیه راجع به طرح انجام داده باشد و طرح و برنامه ما را

لحظه‌ای را طراحی کردیم که البته به دلیل کمبود امکانات هنوز به آن هدف نرسیدیم. ما تصمیم داریم با راه اندازی این باکس‌ها هر لحظه اتفاقی را که می‌خواهیم منعکس نماییم، برنامه در حال پخش را قطع کنیم و آن گزارش را روی آنتن بفرستیم. البته ما این کار را تجربه کردیم؛ در اتفاق غرق شدن دانش‌آموزان در پارک شهر، رادیو تهران اولین رسانه‌ای بود که این اتفاق را اعلام کرد. یا مثلاً شورای شهر می‌خواست شهردار را استیضاح کند و ما از صبح تا بعدازظهر بدون برنامه‌سازی خاص ۱۴ گزارش فرستادیم و همه از آخرین اتفاقات مطلع شدند.

این مطلب را می‌خواهم بگویم که اگر رادیو به این ظرفیت‌های خودش دست پیدا کند، خیلی جلوتر از اینها خواهد بود.

بنابراین، ما طوری برنامه‌ریزی خواهیم کرد که هر وقت مخاطب نیاز به اطلاعات پیدا کرد، از ما استفاده کند.

□ از موضوع اصلی کمی منحرف شدیم. برای روشن شدن مطلب اضافه کنم که موضوع، این بود که خیلی اتفاقات در هر دو شبکه مربوط به شبکه دیگر است و به نظر من بین این دو شبکه نوعی شباهت کاری بی‌مورد وجود دارد.

○ من بیشترین شباهت را در مورد ترافیک می‌بینم. در این مورد ما همه هماهنگی‌ها را با مرکز کنترل ترافیک انجام دادیم. خود آقای جهانی هم وقتی به رادیو پیام آمدند، نظرشان این بود که ترافیک را باید به رادیو تهران منتقل کنیم. ما هم هماهنگی‌ها را انجام دادیم و حتی پخش هم کردیم. بعد از مدتی عنوان شد که امکان ندارد هر دو با هم پخش کنند. نظر کلی این بود که چون این ساختار از آغاز در رادیو پیام بوده، مصلحت نیست که آن را از این شبکه حذف کنیم. البته در مورد ترافیک طرح‌های جالبی برای آینده در نظر داریم و با آن هدف طراحی شده‌اند که بیشتر در زندگی مردم وارد شویم. مشابهت

اصلی ما هم در این بخش است و نظر معاون محترم صدا این است که به همین روال ادامه پیدا کند؛ منتها فکر می‌کنم این مسئله در دراز مدت مرتفع شود. شاید چون در حال حاضر نمی‌توانیم به رادیو پیام، رادیو موسیقی بگوییم، این کار را نمی‌کنیم. پیام در آینده رادیو موسیقی خواهد بود.

□ رادیو تهران با وجود محلی بودن، مثل

رسانه‌سالاری که تلفیقی از این سه مورد می‌تواند رادیوی موفقی را عرضه کند. تعریف رادیو تهران در شکل ایده‌آل، کمی سخت است ولی افزایش میزان مخاطب، خود نوعی موفقیت است. مشکل ما در حال حاضر این است که خیلی از مخاطبان ما حتی برای یک بار هم به سراغ ما نیامده‌اند تا ببینند برنامه‌های ما چیست.

رادیو تهران ایده‌آل، رادیویی است که در متن زندگی مردم وارد شده باشد و با درک درست از واقعیت جدید مصلحت، نیاز و علاقه مردم با سرعت و دقت اطلاعات را به آنها انتقال دهد.

سایر شبکه‌ها در نقاط دیگر کشور هم قابل دسترسی است. آیا لزومی برای این کار وجود دارد؟

○ پوشش جغرافیایی این رادیو قاعداً باید استان تهران باشد؛ چون در حال حاضر در شهرهای دیگر، مخاطبانمان خیلی بیشتر از تهران است. از اصفهان، کاشان، سمنان و حتی مشهد برنامه‌های ما را می‌شنوند. آنتن‌ها مشکلاتی دارد ولی پوشش خوبی داریم و در آینده هم توسعه پیدا خواهد کرد. اگر این تغییر ساختار را هم انجام دهیم، پیش‌بینی می‌کنم بخش وسیعی از مخاطبان، جذب رادیو تهران شوند.

□ به عنوان آخرین سؤال، اگر بخواهیم رادیو تهران را در شکل ایده‌آل آن تعریف کنیم، باید چه مشخصات و مؤلفه‌هایی را لحاظ کنیم؟

○ ما می‌گوییم که رادیو تهران، صدای پایتخت؛ رادیو تهران، رادیوی زندگی؛ یعنی برنامه‌ها با رعایت شأن پایتخت جمهوری اسلامی، کاملاً با ملاحظات رسانه‌ای و مردمی در این شبکه طراحی بشوند؛ مخاطب‌سالاری به اضافه ارزش‌سالاری به اضافه

به اعتراف دوستان برنامه‌ساز قدیمی، ما در حال حاضر مخاطبان جدیدی پیدا کرده‌ایم که هیچ وقت با ما نبوده‌اند. البته حجم مخاطب هم درست است که ارزشی برای شبکه است ولی با این حال بعضی شبکه‌ها نیز مخاطبان خاص دارند و نباید از همه شبکه‌ها هم انتظار سطح بالای مخاطب را داشت.

بحث ما این است که همان شبکه‌های خاص از حداکثر ظرفیت مخاطبی که باید داشته باشند، برخوردارند یا خیر. باید برنامه‌ریزی و فکر کرده و شرایط را تحلیل کنیم تا از آخرین ظرفیت موجود استفاده کنیم تا افرادی را با خودمان همراه کنیم که هیچ‌گاه با رادیو همراه نبودند.

رادیو تهران ایده‌آل، رادیویی است که در متن زندگی مردم وارد شده باشد و با درک درست از واقعیت جدید مصلحت، نیاز و علاقه مردم با سرعت و دقت اطلاعات را به آنها انتقال دهد.

