

# سکوت و مرگ براد است

گفت و گو با داود صفایی  
دانشجوی دکتری ارتباطات و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد تهران  
● بیژن اسدینیا، سعیده الفت

حالا در این شرایط، رادیو می تواند برای خنثی کردن تأثیرات نامطلوب این برنامه ها کارکرد شادی بخشی و سرگرم سازی اش را افزایش دهد. اگر برنامه های رادیو بتواند آشفتنگی و اضطراب روانی مخاطبان را کاهش دهد، به وظیفه و مسئولیت خاص خود عمل کرده است. زیرا مطالعاتی که در حوزه های مختلف جامعه شناسی و روان شناسی اجتماعی انجام شده است، نشان می دهد که جامعه ای که شادتر باشد، سالم تر است و خشونت کمتری در آن مشاهده می شود؛ بهره وری کار بالاتر و بیماری در بین مردم کمتر است. بنابراین مسئولیت شاد کردن جامعه، امری بسیار خطیر است و رادیسو به لحاظ ظرافت های بسیار ظریفه و دقیق و حساس است، می تواند این وظیفه را

عاطفی بوی تشدید خشونت باشد و متصلبان رسانه باید توجهی خاص به این مسئله داشته باشند. دو عنصر درگیری و نژاد، همیشه از جذاب ترین عناصر سازنده برنامه های روزانه و بدین لحاظ، عوامل تولید برای جدایی بخشیدن به برنامه و جلب مخاطب، از این عناصر استفاده می کنند؛ اما نشان های پاپسی که حجم وسیعی از فیلم های سینمایی و تلویزیونی را به خود اختصاص داده اند، همچنین نمایش نغمه های رادیویی که در آن برخورد های بین افراد به وفور شنیده می شود و نیز دو عنصر درگیری و نژاد که همیشه از مهم ترین ارزش های خبری در رسانه ها هستند، همگی شهادتی بر این ماجرا هستند که رسانه ها به نوعی بر مسئله خشونت تمرکز دارند.

□ پانوجه به اینکه گرایش اصلی ما بررسی مسئله خشونت در رسانه هاست، به نظر شما رادیو در تلطیف خشونت در جامعه چه نقش و جایگاهی می تواند داشته باشد؟

○ فکر می کنم در بحث خشونت در مقایسه بین تأثیرات رادیو، تلویزیون و مطبوعات، بعد از تلویزیون، تأثیر بالقوه رادیو بیش از مطبوعات است. تلویزیون به لحاظ به کارگیری تصویر، نقش اول را دارد و رادیو از آنجا که می تواند با به کارگیری صدا، ترس و هراس را بیشتر انتقال دهد، جایگاهی بعد از تلویزیون دارد. در این بین نکته مهم آن است که رادیو رسانه ای فردگرا است، قوه تخیل مخاطب را به کار می گیرد و افراد در تنهایی بیشتر به آن گوش می دهند، این رسانه بالقوه می تواند

به نحو احسن به انجام رسانده و نقشی بسیار مهم در توسعه کشور ایفا کند.

مسابقات گرهایش عمده‌ای که در رسانه ما وجود دارد این است که با مسائل مهم و فلسفی، به گونه‌های تلخ و غمگین و با مسائلی که به نظرشان عادی و روزمره است، شادتر و راحت‌تر برخورد می‌کنند. تا چند سال پیش، مثلاً برنامه مراسم ولادت حضرت علی (ع) و روز شهسوات ایشازان، تفاوت چشمگیری با هم نداشتند و به تازگی دست‌اندرکاران متوجه شده‌اند که باید بین این دو، تفاوتی اساسی قائل شد. حتی تا چند سال پیش، به نوعی شادی را تزیین می‌کردیم و این اشتباه بزرگی بود، یک جامعه شاد، زمانی که با مشکلاتی روبه‌رو می‌شود، می‌تواند بحران را به خوبی پشت سر بگذارد؛ اما وقتی که جامعه‌های غمگین و آشفتنه است، ظرفیت شنیدن و تحمل مسائل و مشکلات جدید را ندارد. اگر بخوایم سریع‌تر صحبت کنیم، می‌توانم بگویم مثلاً در جریان فلسطین، نظاره‌گر مردمی کشورهای اروپایی زودتر از مردم ما انجام شد، برای اینکه آنها حداقل به اندازه ما هم تدابیر و در نتیجه، به مصائب دیگران سریع‌تر توجه می‌کنند؛ ولی ما در مشکلات خود فرورفته‌ایم و نمی‌توانیم مسائل جدیدی را ببینیم. فرهنگ و زبان ما، برخورد از ظرفیت و توان بالقوه‌ای برای طنز و شادی است و برنامه‌های شاد رادیویی روزهای جمعه، گواه این مطلب است.

شیکه‌های مختلف رادیویی، باید به این مهم توجه کنند و از ارائه برنامه‌های سنگین، رسمی و غمگین بربارند. این سه عنصر، علاوه بر اینکه مخاطب را می‌رنجانند، رادیو را نیز از رسالتی که دارد، دور می‌کند.

❑ فکر می‌کنید در شرایط کنونی، وضایب متدی مخاطب بیشتر وابسته

به نوع رسانه است یا به محتوای برنامه‌های که از رسانه پخش می‌شود؟

❶ وضایب متدی مخاطب در درازمدت ممکن است وابسته به نوع رسانه باشد؛ اما در کوتاه‌مدت، این محتوای که مخاطب را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در این بین، محتوای نامطلوب، به تدریج او را به رسانه بی‌اعتماد می‌کند. بنابراین باید در هر لحظه، دل‌نگران محتوا و نگرش مخاطب نسبت به این مقوله بود. در حال حاضر، قالب و محتوای برنامه‌های رادیویی نسبت به چند سال پیش بسیار متفاوت شده و این تفاوت،

## فرهنگ و زبان ما، برخوردار

### از ظرفیت و توان بالقوه‌ای

### برای طنز و شادی است و

### برنامه‌های شاد رادیویی

### روزهای جمعه، گواه این

### مطلب است؛ شبکه‌های

### مختلف رادیویی، باید به این

### مهم توجه کنند و از ارائه

### برنامه‌های سنگین، رسمی و

### غمگین برخوردار باشند. این

### سه عنصر، علاوه بر اینکه

### مخاطب را می‌رنجانند، رادیو

### را نیز از رسالتی که دارد،

### دور می‌کند.

مخاطبان جدیدی را به رادیو جذب کرده است؛ مثلاً کیفیت متفاوت رادیو پیام، حتی مخاطبانی را جلب کرده که رادیو را فراموش کرده بودند. این تغییر کیفیت، حتی در میزان خرید و فروش رادیو قابل لمس است.

❑ شما شنونده کدام یک از شبکه‌های رادیو هستید؟ نظر شما در

مورد تخصصی شدن شبکه‌های مختلف چیست و قالب محتوای

برنامه‌های صدای جمهوری اسلامی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

❶ من بیشتر به رادیو پیام و قدری به مه

و ایلسو فرهنگ گوش می‌دهم. تخصصی شدن شبکه‌های

رادیویی، کاری است که باید زودتر از این

شروع می‌شد و کار درستی است. اصلاً

یکی از ویژگی‌های رسانه‌های مثل رادیو،

تخصصی بودن آن است. یعنی طیف‌های

مختلف اجتماعی، از شبکه خاص خود

استفاده می‌کنند. من علت موفقیت

رادیو پیام را در استفاده کافی از موسیقی

می‌دانم؛ در حالی که رادیو فرهنگ،

هنوز به اندازه کافی از موسیقی استفاده

نمی‌کند و به اهتت این مقوله پی نبرده

است. اگر در رادیو فرهنگ این

نگرش وجود دارد که به لحاظ اینکه ما

رادیو فرهنگ هستیم و باید بحث و

گفت‌وگو... بگذاریم و از موسیقی زیاد

استفاده نکنیم. این، تصویری اشتباه است.

رادیو فرهنگ اگر نخواهد از مختصات فی

به‌خوبی استفاده کند، هر چند که

برنامه‌هایی با کیفیت بالا هم تولید کند، در

جلب مخاطب موفق نخواهد بود. سایر

عوامل این شبکه به لحاظ قالب و محتوا

خوب است؛ اما سعی می‌کنند

دریچه‌های گزینش سخنان و افکار را

بازتر کند.

علاوه بر این، من معتقدم که

رادیو هجنتان می‌تواند از نظر خبر و

اطلاع‌رسانی رسانه اول باشد و این

بستگی به نحوه اداره و مدیریت خبر

دارد. به نظر من، یکی از دلایل استقبال

مخاطبان از رادیو کشورهای دیگر، اخباری

است که آنها پخش می‌کنند و ما پخش

نمی‌کنیم. سکوت و چشم‌پوشی از

رویدادهایی که چشم‌پوشی

می‌افشد، در حال حاضر، امکان‌پذیر

نیست. اگر مدیر رسانه اجازه دهد که

کارکنانش به آن فعالیت‌ها بپردازند که



## یکی از دلایل

### استقبال مخاطبان از رادیو

کشورهای دیگر، اخباری است که

آنها پخش می کنند و ما پخش نمی کنیم.

سکوت و چشم پوشی از رویدادهایی که اتفاق

می افتد، در حال حاضر، امکان پذیر نیست. اگر رسانه ما اجازه دهد که کارکنانش به آن

فعالیتی بپردازند که خود بدان واقف اند، موفق خواهد شد.

خود بدان واقف اند، موفق خواهد شد. من فکر نمی کنم خبرنگاران ماه به آموزش نیاز داشته باشند. آنها به کار خود، آشنا و آگاه هستند. فقط باید اجازه داد که کارشان را انجام دهند.

رادیو برای اطلاع رسانی بسیار گزارش هایی زنده و لحظه به لحظه از واقعیت ها و رویدادها ارائه کند و بدین لحاظ، گزارشگران این رسانه باید در متن جامعه باشند و از مراسم مختلف، گزارش دهند. این حضور و پوشش خبری داشتن، مسئولیتی سنگین است و طبیعتاً مدیریت چنین واحدی، کاری دشوارتر از اداره کردن مطبوعات خواهد بود، زیرا در مطبوعات، فرصتی برای اندیشه و تعمق وجود دارد اما در رادیو این فرصت در اختیار نیست و دبیر خبر باید دوباره پخش کردن یا پخش نکردن یک خبر، در لحظه تصمیم بگیرد. در این شرایط طبیعتاً باید تعطف پذیری در رادیو زیاد باشد و نباید مدیر خبر را تحت فشار قرار داد که او تمام نگران خطی کردن از خطوط فرمز باشد و نهایتاً ناچار به سانسور شود.

در این فضای پرقابلیت رسانه ای که هر یک از وسایل ارتباط جمعی، به نحوی سعی در جلب توجه هر چه بیشتر مخاطبان به خود دارند، صدای جمهوری اسلامی، چگونه می تواند تعاملی بیشتر با مخاطبان

داشته و آنها را به سوی خود جذب کند؟

درخصوص تعامل با مخاطب و مشارکت بیشتر او در برنامه های رادیویی، از راهکارهای متفاوتی می توان بهره گرفت: نخست باید راه های ارتباطی جدیدی ایجاد شود. من مطمئنم که خطوط تلفنی برای تماس شنونده ها با رادیو کم است. زمانی که مخاطب چندبار برای تماس پشت خط بماند، خسته می شود و دیگر تماس نمی گیرد. باید بگونه ای اقدام کنیم که زمان پشت خط ماندن مخاطبان به حداقل ممکن برسد و برای این کار لازم است دوها و صد ها خط تلفنی داشته باشیم. البته درخصوص اینترنت، به لحاظ آنکه هنوز این فناوری در جامعه ما رواج نیافته و فقط نخبگان و طبقات متوسط به بالا به اینترنت دسترسی دارند، کمتر مشکل داریم.

در روستاها ما اصلاً امکاناتی در زمینه وجود ندارد و اتفاقاً یکی از کلان بردهای مهم و اساسی رادیو برای روستاییان است که حداقل نیچی از جمعیت کشور را تشکیل می دهد. بطور این باید آنها را از دایره اینترنت کنار گذاشت و فرصت هایی برای تماس تلفنی در اختیار آنها قرار داد.

دویم نکته، بحث هزینه هاست. فردی که می خواهد از روستای فلان شهرستان با رادیو تماس بگیرد و در برنامه، مشارکت

داشته باشد، ممکن است ناچار به پرداخت هزینه بالایی شود و پرداخت این هزینه برایش مقدور نباشد. این وظیفه رسانه است که این مسئله را حل کند و پرداخت هزینه تماس های شنونده ها را برعهده گیرد. تا آنها با آسودگی خاطر با رادیو تماس بگیرند.

**بانه اگر در روستاها، رادیوهای محلی وجود داشته باشند، این مسائل مرتفع می شوند.**

بله. اما در ایران، سابقه رادیوهای سراسری بر سایر شبکه ها انقدر سنگین است که به شبکه های ایجاد شده، اجازه رشد نمی دهد. حجم برنامه های رادیوهای محلی در مقایسه با رادیوهای سراسری، قابل مقایسه نیست. در تعامل با مخاطب، به غیر از راهکارهای تسهیل ارتباط مخاطب با رادیو، نکته مهم دیگر مسئله مدیریت رسانه و پیام است. زمانی که با اخبار و پیام ها، گزینشی برخورد می کنید و همه خبرها را پخش نکنید، پیام های خاص را منتشر می کنید، شنونده ها متوجه این فضاها شده و این امر موجب بی اعتمادی آنها به رسانه می شود. می توان گفت فردی که گزینش گر اخبار است، در حجم تماس ها و میزان مشارکت مخاطبان اثر می گذارد. اگر بتوانیم با تعطف بیشتری با پیام های مخاطبان برخورد کنیم و اجازه دهیم پیام هایی که چندان هم با میل و نظر ما همسو نیستند،

بخش شوند. در مشارکت بیشتر مخاطبان موفق خواهیم شد.

**دست فکرم نمی‌گنید این به معنای از دست دادن مخاطبانی باشد که بنابر سیاست‌های حاکم، بخش اصلی و اعظم مخاطبان رادیو را تشکیل می‌دهند؟**

○ یکی از ویژگی‌های مهم رسانه‌ای چون رادیو، فراگیری آن است. هر شبکه‌ای که نتواند بخش بزرگی از مخاطبان را جلب کند، موفق نخواهد بود و در این‌گونه موارد، برخوردده‌های سلیقه‌ای، به معنای طرد و از دست دادن مخاطبان با سلیقه‌های دیگر است. در واقع، این تصویری نادرست است که با لحاظ کردن دیدگاه‌هایی متفاوت در شبکه‌های مختلف رادیویی، مخاطب موجود را از دست می‌دهید، بلکه می‌توانید مخاطبان دیگری را هم جذب کنید. زیرا در سطح جامعه، گروه‌های مختلف فکری و سلیقه‌های گوناگون، هیچ‌گاه در صدق و یا طرد دیگران نیستند و معمولاً گروه‌های مرجع اند که این‌گونه برخورد می‌کنند (گروه‌هایی که بیشتر درگیر ساختار قدرت‌اند). بنابراین، مباحثه و مناظره بین گروه‌های مختلف فکری، برنام‌ها را جذاب‌تر خواهد کرد و مشارکت گروه‌های متفاوت را به همراه خواهد داشت و بر این اساس، هیچ‌گاه مخاطب خود را از دست نخواهید داد. ضمن آنکه مخاطبان متفاوت، اشتراکات بسیار هم دارند. نظیر تندرستی، امنیت، امید به زندگی و ...

**با توجه به رشد روزافزون و مشابه ارتباط جمعی و حصر رادیو در بین رسانه‌های رقیب، شما چه فرصت‌هایی را برای بالابردن توان اثر بخشی این رسانه و کسرتنگ کردن تأثیرات نامطلوب سایر رسانه‌ها، پیش روی رادیو می‌بیند؟**

○ این نکته‌ای است که در حال حاضر با آن مواجهیم. یعنی ۱۰ سال پیش کمتر با

آن مواجه بودیم و در سال‌های آینده، پیش از این‌ها با آن روبه‌رو خواهیم بود. در محیط‌های رقابتی، مدیریت رسانه بسیار دشوارتر است. در این شرایط، من فکر می‌کنم اولاً رادیو باید متنوع‌تر باشد. مخاطب شناسی را دنبال کند و ثانیاً به رادیوهای کشورهای دیگر هم توجه کند تا نقاط قوت و دلائل استقبال از آنها را بشناسد. در گذشته، یکی از محدودیت‌های رادیو این مسئله بود که مخاطب نمی‌توانست دخل و تصرفی در کیفیت گوش دادن به برنامه‌های رادیو داشته باشد و اگر نمی‌توانست در یک مقطع زمانی خاص به برنامه‌ای توجه کند، آن را از دست می‌داد. در حالی‌که امروزه،

**در حال حاضر، قالب و محتوای برنامه‌های رادیویی نسبت به چند سال پیش بسیار متفاوت شده و این تفاوت، مخاطبان جدیدی را به رادیو جذب کرده است. مثلاً کیفیت متفاوت رادیو پیام، حتی مخاطبانی را جذب کرد که رادیو را فراموش کرده بودند. این تغییر کیفیت، حتی در میزان خرید و فروش رادیو هم تأثیر دارد.**

رسانه‌ای مثل اینترنت، زمینه‌های برطرف کردن این نقطه ضعف، فراهم کرده، ولی ما از آن استفاده نمی‌کنیم. باید تمام برنامه‌های رادیو، روی اینترنت قرار گیرند تا هر زمانی که مخاطب اراده کرد، بتواند به اخبار گذشته مراجعه کند. اگر این کار

به خوبی در ایران انجام شود، می‌تواند بسیار مؤثر باشد؛ بدین دلیل که یکی از نقاط ضعف رادیو و تلویزیون، فراموش شدن و زودگذر بودن آنهاست. اگر قابلیت تکرار را برای مخاطب در نظر بگیریم و او در هر زمان و مکانی که خود مایل است، به برنامه‌ها گوش دهد، کنار بسیاری مهمی انسجام داده‌اند و در عین حال، با رفیع این نقاط ضعف، تأثیر بیشتر و عمیق‌تری بر مخاطبان خواهید داشت.

علاوه بر این شاید بتوانیم در آینده از دستگاه‌هایی در اندازه رادیو (قابل حمل) و با قابلیت‌های اینترنت استفاده کنیم که با افراد بتوانند هنگام حرکت هم پیام‌های متعددی را منتقل کنند و حتی این وسیله می‌تواند به عنوان یک شبکه تخصصی، جایگزین گیرنده رادیو شود. اما در عین حال، رادیو به عنوان یک رسانه، با توجه به اینکه کارهای حرفه‌ای دارد و در ایستگاه پخش راحت‌تر است، می‌تواند همچنان رسانه فراباشد.

**شما وضع مطلوب رادیو را چگونه ترسیم می‌کنید و برای تحقق آن وضع، احوال چه سیاست‌گذاری‌هایی را ضروری می‌دانید؟**

○ اگر شما به رادیو دولتی فکر می‌کنید، طبیعتاً حق دارید در مورد آینده رادیو نگران باشید. من فکر می‌کنم با خروج فرستنده‌های رادیویی از انحصار دولت و مجوز دادن به افراد نهاد‌های اجتماعی برای تأسیس رادیوهای خصوصی، اوضاع مناسب‌تری خواهیم داشت. خصوصی بودن رادیو و تلویزیون، حق مردم است و آنها حق دارند صدا و سلیقه خود را به گوش دیگران برسانند. با این کار، اجازه ظهور و بروز سلیقه‌های مختلف را می‌دهیم و تنوع سلیقه، شبکه‌های متعددی را به وجود می‌آورد که هر یک می‌تواند مخاطب خاص خود را داشته باشد. اگر

**راديو برای اطلاع رسانی باید  
 گزارش هایی زنده و لحظه به  
 لحظه از واقعيته ها و رویدادها  
 ارائه کند و بدین لحاظ،  
 گزارشگران این رسانه باید در  
 متن جامعه باشند و از مراسم  
 مختلف، گزارش دهند. این  
 حضور و پوشش خبری داشتن،  
 مسئولیتی سنگین است و طبیعتاً  
 مدیریت چنین واحدی، کاری  
 دشوارتر از اداره کردن  
 مطبوعات خواهد بود.**



دولتی، به لحاظ آنکه عوامل تولید، نگران  
 تأمین درآمد نیستند و درآمد آنها از بودجه  
 دولت تأمین می شود، دخلخلاف جلب توجه  
 مخاطب را ندارند و لذا به مخاطب و  
 نیازهای او توجه نکرده، او را منفعل  
 می بندارند. درحالی که رسانه های  
 خصوصی برای تأمین درآمد و هزینه خود،  
 به مخاطب نیاز دارند و می دانند که اگر  
 مخاطب ندانسته باشند، آگهی نخواهند  
 داشت و درنتیجه درآمد ندارند، پس در هر  
 لحظه، به ناچار به مخاطب و پاسخ گویی به  
 نیازهای او فکر می کنند. نظام دولتی برای  
 رهایی از این اوضاع، باید به سمت مدیریت  
 پیش رود که این مدیریت، حداقل  
 گروه های مرجع جامعه، نظیر شورای شهر،  
 جمعیت های مردمی... و را در تولید برنامه  
 مشارکت دهد و در این صورت است که  
 برنامه های کلیشه ای و بی مخاطب کمتر  
 خواهند شد.

نگرش منفی و پرخصومت، تأثیر خود را  
 می گذارند؛ پس چه بهتر که با رعایت اصول  
 و مقررات، به مردم خودمان اجازه این کار  
 را بدهیم. البته این دیدگاه هم وجود دارد که  
 ممکن است این شبکه های خصوصی،  
 در جهت اهداف رادیوهای بیگانه حرکت  
 کنند؛ اما من معتقدم رادیوهای خصوصی  
 نهایتاً حد واسطی بین رادیوهای دولتی و  
 رادیوهای بیگانه خواهند بود، اما هیچ گاه  
 جای رادیوهای بیگانه را نمی گیرند. باید  
 درباره مسائل اجتماعی، به نظر سنجی  
 تصمیم گرفت و اقدام کرد. از سوی دیگر،  
 هر یک از این رادیوهای خصوصی  
 می توانند پیام هایی که شبکه های مختلف  
 پخش نمی کنند، و ممکن است به گوش  
 هکاک نرسد را با زبان و سلیقه خاص خود،  
 سلیقه مخاطبان خود بپسارند.

بنابراین تعامل رادیوهای خصوصی با  
 ملی می تواند باعث افزایش قدرتمندی  
 رادیوهای ملی شود و در مجموع، رادیو،  
 مخاطبان بیشتری داشته باشد. علاوه بر این،  
 مسئله دیگری که رسانه ما در حال حاضر با  
 آن مواجه است، این است که در رسانه های

در حال حاضر، یک شبکه ۲۴ ساعت زمان  
 پخش در اختیار دارد، اگر ۱۰۰ شبکه داشته  
 باشیم، ۲۴۰۰ ساعت زمان پخش ایجاد  
 کرده ایم و درواقع می توانیم  
 به صورت همزمان، به میزان چندین  
 برابر، مشارکت مخاطب را افزایش دهیم.  
 باید با توجه به شرایط کشور، برای  
 رادیوهای خصوصی، ضوابطی را تعیین  
 کنیم و کسی که می خواهد مجوز رادیو  
 بگیرد، از آنجا باید با آن ضوابط آشنا باشد و  
 مسئولیت هایی را که به لحاظ اخلاقی،  
 فرهنگی، ملی و... برعهده اوست، بداند و  
 نظام قضایی در صورت تخلف، به آن  
 رسیدگی می کند. درواقع، زمانی که بحث  
 رادیوهای خصوصی مطرح می شود، منظور  
 این نیست که افراد بدون در نظر گرفتن  
 ضوابط، هرگونه که خواستند، عمل کنند؛  
 بلکه، همه باید در چارچوب ضوابط و  
 قوانین مدون فعالیت کنند.

علاوه بر این، با تأسیس رادیوهای  
 خصوصی می توانیم در مقابل رادیوهای به  
 اصطلاح بیگانه هم مقارنت کنیم. چون  
 انواع بیگانه، بدون مجوز، زیرکانه و با