

من مجله شما را خواندم

خواندن یا نخواندن، مسئله این است!

مقدمه

● ناصر عابدینی

تهیه کننده و سردبیر رادیو جوان

یکی از مهمترین عواملی که می تواند نشریه ای

مبتنی بر بنیان های پژوهشی به موضوعات حوزه تخصصی خود
بپردازد، هم پاسخگوی نیازهای عینی (نیازهایی که در عمل با آنها

**اگر نشریه ای بتواند با استفاده از زبانی نو و
اصولی روشمند و مبتنی بر بنیان های پژوهشی
به موضوعات حوزه تخصصی خود بپردازد، هم
پاسخگوی نیازهای خواننده هایش خواهد بود و
هم پاسخگوی نیازهای ذهنی شان**

یکی از مهم ترین عواملی که می تواند نشریه ای تخصصی را که
عنوان علمی - کاربردی دارد برای خواننده ها جذاب کند آن است که
هم به موضوعاتی جدید بپردازد و هم سبک نوشتاری و نوع
واژه گزینی در آن چنان باشد که صورت بندی مفهومی جدیدی را
ارائه کند. همچنین باید از نظر روش های اثبات یا نفی موضوعات
و گزاره ها از زبان شبه پژوهشی و گفتارهای عامیانه و زودپسند به دور
باشد.

نکته مهم دیگری که مجله ای تخصصی باید به آن ملزم باشد
پایبندی به اصول علمی متعارف و مقبول حوزه مورد ادعای آن
(پاراادایم ها) است. همین پایبندی، مجله را از دیگر مجله هایی که
آکنده از گفتارهای گوناگون عامه پسند است متمایز می کند؛
گفتارهایی که برآند تا خواننده هایشان را به هر قیمتی که شده
یا شگفت زده کنند و یا آنها را وادارند که باورهای عجیب و غریب اما
ساده را بپذیرند و یا با یک رخداد و شاهد مثال، قانونی همگانی را
صورت بندی کنند.

روبه رویند) خواننده هایش خواهد بود و هم پاسخگوی نیازهای
ذهنی شان (پرسش های نظری خواننده ها).

در اینجا این پرسش مطرح است که آیا مجله رادیو در مدتی که از
انتشارش می گذرد توانسته است در جذب خواننده های مورد
انتظارش موفق باشد؟ برای رسیدن به پاسخی قابل سنجش، در اینجا

اگر نشریه ای بتواند با استفاده از زبانی نو و اصولی روشمند و

نکته مهم دیگری که مجله ای تخصصی باید بدان ملزم باشد پایبندی

از روش خاصی استفاده می کنیم.

است؟ آیا این بخش ها در هر شماره بایکدیگر رابطه ای همگن دارند و اهداف خاصی را دنبال می کنند؟ یا ناهمگنند اما از تنوع قابل توجهی برخوردارند و می توانند به پرسش های اغلب سطوح دست اندرکاران رادیو پاسخ دهند؟ آیا چنین مطالب در مجله از نظام خاصی پیروی می کند؟ اگر چنین است آیا این نوع چنین در کنار دیگر مؤلفه ها، در جذابیت مجله نقشی بر عهده دارد؟

- آیا در مجله رادیو برای هر موضوعی تعداد صفحه های خاصی در نظر گرفته شده است یا این گنجایش موضوع است که تعداد صفحه ها را تعیین می کند؟ به بیان دیگر، آیا «حداقل - حداکثری» برای موضوعات مشخص شده است تا به ویژه از طولانی شدن مباحث جلوگیری شود؟

یکی از مهم ترین عواملی که می تواند نشریه ای تخصصی را که عنوان علمی - کاربردی دارد برای خواننده ها جذاب کند آن است که هم به موضوعاتی جدید بپردازد و هم سبک نوشتاری و نوع واژه گزینی در آن چنان باشد که صورت بندی مفهومی جدیدی را ارائه کند

- آیا تاکنون موضوعاتی در مجله رادیو چاپ شده که نه ربطی به رادیو داشته و نه حتی پیش زمینه ای برای مرتبط شدن با آن داشته باشد؟

- به بیان دیگر، آیا همه موضوعات مطرح شده در مجله رادیو به نحوی مستقیم یا غیرمستقیم، ارتباط علمی - عملی با موضوعات رادیویی دارند؟

- آیا مجله رادیو بیشتر مجله ای با رنگ و بوی تهرانی و برای پایتخت نشینان بوده است؟ تا چه اندازه دیگر همکاران رادیویی سراسر کشور به آن احساس تعلق می کنند؟ آیا تاکنون در بخش مصاحبه با کارشناسان علوم ارتباطات و رسانه از استادان شهرهای دیگر استفاده شده است؟ آیا تاکنون از چند تن از دست اندرکاران قسمت های مختلف رادیویی در مراکز استان ها مطلبی خواسته شده یا با آنها مصاحبه ای شده است؟ آیا از موضوعاتی که در رادیوهای استانی مطرح می شوند و یا از نحوه برنامه سازی در آن استان ها و مسائلی از این قبیل گزارشی در مجله منتشر شده است؟ آیا تاکنون چنین نبوده که همکاران مادر استان ها احساس کنند «حاشیه ای» هستند و از این رو، کمتر به خواندن و یا مشارکت در تولید مطالب مجله علاقه مند باشند؟

از هنگامی که رنه دکارت، در قرن هفدهم تعریف بیش از هزار سال مقبول «انسان، حیوانی ناطق است» را در جمله «می اندیشم پس هستم» بازخوانی کرد، در تاریخ اندیشه جدید، «اندیشیدن» نشانه «بودن» تلقی شد و «پرسشگری» و «شک ورزی» در معلومات و مقبولات، مقدمه ای بر اصریل اندیشی انگاشته شد. از این رو آغاز پرتومر، آغازی است که با نگاهی پرسشگرانه و با نوعی شک ورزی (گونه ای اندیشیدن بر مبنای انکار) در مورد آنچه تاکنون در زمینه ای انجام شده است همراه باشد. سپس باید با گذشتن از راه دشوار شک که ره آوردی برای بهتر اندیشیدن (که در واقع گونه ای اندیشیدن بر مبنای ایجابی است) و در نتیجه بهتر شدن است، همراه شود.

پیش فرض مادر این بررسی آن است که مجله رادیو با این هدف منتشر می شود که با ایجاد زمینه ای مناسب، امکان گفتمانی عملی - منطقی را میان اندیشمندان، صاحب نظران و همکاران رادیو فراهم سازد.

بنابراین پرسش اصلی این است که آیا این مجله توانسته در مسیر فراهم ساختن این «زمینه مناسب» گام بردارد؟

برای اینکه بتوانیم چنین موضوعی را ارزیابی کنیم و تصویری عینی از «زمینه مناسب» داشته باشیم، با طرح مجموعه پرسش هایی به کدو کاو در این باره می پردازیم.

طرح پرسش ها

- آیا دست اندرکاران مجله رادیو، اطلاعاتی درباره شناخت ذهنی - شخصیتی خواننده های بالفعل و بالقوه مجله در اختیار دارند؟ (شناخت ذهنی را سطح تحصیلی افراد در نظر می گیریم و شناخت شخصیتی را گرایش ها و ترجیحات فرهنگی اشخاص معنی می کنیم).

- آیا دست اندرکاران رادیو می توانند به راحتی و به سرعت، شماری از کلیدی ترین منابع معتبر رسانه ای را برای ابعاد مختلف کار خود (مانند انتخاب موضوع، فنون جدید برنامه سازی، مخاطب شناسی، جامعه شناسی و روان شناسی مخاطبان، اطلاعات فنی صدا برداری و...) در مجله رادیو بیابند؟

- به طور معمول هر شماره مجله رادیو شامل چه بخش هایی

انتقارش می گذرد توانسته است در جذب خوانندگان مورد انتظارش

- آیا مجله رادیو می تواند چند صفحه ای را به معرفی مجلات معتبر مشابه در خارج از کشور اختصاص دهد و هر بار گزارش مختصری از مطالب آنها را درج کند تا از این طریق اطلاعات دست اندرکاران رادیو را گسترش دهد؟

- آیا مجله رادیو تاکنون به ارزیابی و نقد علمی کارآیی شبکه های مختلف رادیو به وسیله کارشناسان حوزه های مختلف علوم (به ویژه علوم اجتماعی) پرداخته است تا به این وسیله مدیران رادیو را به پاسخ گویی در قبال بخش های کارآمد و ناکارآمد شبکه شان وادارد؟ در این صورت آیا عنوان «مجله علمی- کاربردی» مصداق روشن تری نمی یابد؟

- آیا مسئولان مجله رادیو تاکنون رویکردی آزمایش شده و موفق برای معرفی مجله داشته اند؟ آیا برای مجله رادیو تبلیغ مناسبی صورت می گیرد؟ از طرف دیگر، آیا آنان مطمئنند که این مجله به دست خواننده هایش می رسد؟ آیا پیگیری همین موضوع از طرف دست اندرکاران مجله، «حس احترام» بیشتری را در خواننده ها برنمی انگیزد و دو طرف را در یک کنش - واکنش مسئولانه قرار نمی دهد؟

- آیا دست اندرکاران مجله رادیو دریافته اند که چه موضوعاتی برای رادیوها جالب و جذابند؟ معیارهای انتخاب موضوعات چیست؟ معیار عرفی «به نظر می رسد که این موضوع مهم باشد»، تا چه اندازه در انتخاب موضوعات، نقش دارد؟

- آیا مجله رادیو برای کارهای خود، نظرسنجی کرده است؟

اگر چنین بوده و خواننده ها استقبال نکرده اند، آیا علت را جویا شده اند؟ اگر نظرسنجی کرده، آیا نتایج آن را در مجله بازتاب داده است؟ آیا مجله رادیو تاکنون صفحه ای را به انعکاس دیدگاه خواننده ها در قالب «جمله های کوتاه» اختصاص داده است تا بدینسان «مشارکت» آنان را تقویت کند؟

- آیا مجله رادیو چنانکه بر جلد آن «ماهانامه» معرفی شده، به موقع و در آغاز هر ماه منتشر می شود و در دسترس همگان قرار می گیرد؟ یا به عکس، دیر به دست خواننده هایش می رسد؟ اگر چنین باشد آیا نباید انتظار داشت که خواننده های مجله «تقویم زمانی» انتشار آن را کم کنند و دیگر انتظار خاصی برای دریافت مجله نداشته باشند و در واقع انتشار آن را اتفاقی و گهگاهی تلقی کنند؟

- آیا تصویرهایی که در مجله رادیو چاپ می شود، بیشتر از منابع داخلی است یا خارجی؟ آیا داخلی بودن یا خارجی بودن این تصویرها برای خواننده ها مهم است؟ این تصویرها از هر نوعی که هستند (داخلی یا خارجی) آیا تازگی دارند؟ آیا با موضوع هر بخش مرتبطند؟ آیا از جذابیت های زیباشناختی هنر عکاسی بهره مندند؟ تصویرهای گرافیکی مجله چگونه است؟ آیا با موضوع مقالات و مطالب مجله ارتباط مناسبی دارند؟ آیا تکراری و یکنواخت نیستند؟

- آیا تاکنون در مجله رادیو برای ایجاد جاذبه بیشتر، فشرده ای چند خطی (Abstract) از هر موضوع مجله (مقاله، مصاحبه، ترجمه، نقد و...) در ابتدای هر مطلب چاپ شده تا خواننده بتواند با مطالعه آن، هم چارچوب و کلیت مطلب را در ذهن خود ترسیم کند و هم دریابد که می تواند از آن مطلب بهره برد یا خیر؟

- آیا مجله رادیو برای مراکز علمی- پژوهشی کشور و خارج از کشور فرستاده می شود تا آنان نیز با خواندن آن و ارسال دیدگاه هایشان، مجله را از لحاظ تبادل اندیشه های گوناگون پویاتر کنند؟

نتیجه

هدف از طرح این مجموعه پرسش ها درباره مجله رادیو، نظام مند کردن دانسته های گوناگون و پراکنده ای است که در این شکل، معنادارتر و کاربردی تر خواهند بود. در واقع صورت بندی منظم این پرسش ها (و پاسخ هایی که دارند) کمکی در جهت تقویت نقاط مثبت و کاهش و حتی حذف نقاط منفی خواهند بود.

نکته مهم آنکه دست اندرکاران مجله رادیو زمانی خواهند توانست «زمینه مناسب» را فراهم کنند که این موارد را رعایت کنند:

- مخاطب شناسی آماری خواننده ها

- فراوانی مطالب و موضوعات کاربردی

- رعایت اصول علمی- پژوهشی در پرداختن به موضوعات

- نظرسنجی دائمی از مخاطبان و بازتاب آنها

- ارتباط فراگیر با متخصصان علوم ارتباطات و رسانه

- ارتباط با همه دست اندرکاران رادیو در سراسر کشور

- رعایت اصول زیباشناختی در صفحه بندی، حجم مطالب،

تصویرها، گرافیک ها، نوع حروف، انتخاب عنوان ها و

چاپ و همچنین انتشار به موقع.

در پایان از آقایان کیومرث کلهر، محمدرضا شهیدی فر و محمدمهدی سپهری خواه و خانمها سعیده الفت و میترا اسدنیسا، که با برگزاری مصاحبه های کارساز و پرثمر با کارشناسان و طرح پرسش های کلیدی با آنان، چنین زمینه ای را برای این مقاله فراهم کردند و همچنین از آقای علی اصغر شیرانسی (از شبکه سراسری رادیو) که با پیشنهادهای اصلاحی و راهگشا ارائه هرچه بهتر این مقاله را ممکن ساخت تشکر می کنم.

