

پروازی دیگر؛ ضرورت‌های دگر

پرواز، آرزوی همواره انسان است؛ آرزویی که در دل خود، نشان عزم انسان در برتری و تسلط بر محیط پیرامون است. انسان همواره در بیداری و رؤیا به پرواز می‌اندیشد تا از رهگذر برتری و تسلط خود بر محیط پیرامون، چشم‌اندازهایی بالاتر و والاتر را در پیش روی خویش بنگرد و مطلوب را نزدیک و نزدیک‌تر ببیند؛ گرچه خود نیز بهتر می‌داند که «حرکت به کمال را پایانی متصور نیست!»

سازمان‌های رسانه‌ای به منزله واقعیت‌هایی برآمده از زندگی انسان، از چنین آرزویی دغدغه‌آفرین برکنار نیستند. آنها هم چون انسان در آرزوی پرواز هستند و می‌کوشند از رهگذر برشمردن تهدیدها و فرصت‌ها، و ضعف‌ها و قوت‌های خود به طراحی و تدوین راهبرد و نقشه راه برای برتری بر رقیبان و تسلط بر محیط پیرامون، دست یابند و بقا و دوام و جاودانگی پیوسته و مؤثر را در سپهر پرقابلیت و سرشار از هیاهوی رسانه‌ای در جامعه، تضمین کنند.

رادیو در میان سازمان‌های رسانه‌ای دست‌اندرکار در چنین عرصه‌ای، بیش از دیگران، توانایی پرواز و برتری و بقای حاصل از آن را دارد. گرچه چنین توانمندی برای این «پرنده خوش‌آواز کوچک»، چون شرط لازم و تلاش مستمر برای دستیابی عملی به آن، چون شرط کافی است. رادیو نیازمند درک بهنگام از محیط پیرامون خود است تا بدانند چه رفته و چه در پیش است. راه رفته با آسیب‌شناسی همه‌جانبه، آغازی شایسته بر راه پیش‌رو می‌شود و گامی مطمئن در طی به سلامت راه به شمار می‌آید. رادیو با چنین درکی است که می‌تواند در سودای پرواز قرار گیرد؛ گرچه



این، آغاز راه پرواز است. رادیو باید خود را بشناسد و به کنه استعدادها و ظرفیت‌های آشکار و پنهان خود دسترسی یابد. باید استعدادیابی، پروراندن و شکوفایی استعدادهای درونی دست‌اندرکاران خود را اصل بداند و در کنار آن، با پشتوانه‌های پژوهشی متناسب، رمز بقا، دوام و ماندگاری خود را همپای تحول دائمی در فرم و محتوای برنامه‌ریزی‌ها و برنامه‌سازی‌ها، به درستی دریابد؛ فرم، زبان ارتباط با مخاطب و محتوا، مغز ارتباط با مخاطب است. رادیو باید در پی «بیان رادیویی» خاص و متمایز برای جدایی از دیگر رسانه‌ها و حضور مؤثر در میان آنها باشد؛ چرا که مخاطب در محاصره محرک‌های گوناگون دیداری و شنیداری قرار گرفته، تنها به تفاوت‌ها، توانا به شناخت و درگیری بینشی و گرایشی با رسانه‌ها و محتوای آنهاست. باید با رصد مداوم، تمایز را به فرهنگ سازمانی دست‌اندرکاران رادیو افزود تا از رهگذر آن، تفاوت را نزد مخاطب یافت. تحولات و تغییرات شگفت و شگرف در عرصه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی نه‌تنها تهدیدی در طی چنین مسیری به شمار نمی‌آیند، که خود سرشار از

فرصت‌های بسیار برای بالندگی و رشد رادیو می‌شوند و تا آنجا تأثیرگذاری خود را به رخ می‌کشند که سخن از «تولد دوباره رادیو» و «آغاز عصر سرآمدی» آن می‌گویند. رادیو در عصر دیجیتال، بستری برای پرواز دیگر رسانه‌ها و هم‌نشینی جدایی‌ناپذیر از دیگر رسانه‌هاست که نه تنها شعاع عمل و قدرت گسترده خود را از دست‌رفته نمی‌بیند، که فرصت‌هایی در دسترس‌تر از دیروز را در امروز و فردا جست‌وجو می‌کند تا نمایی دیگر از سرآمدی را در پیش روی مخاطبان قرار دهد. اینچنین است که رادیو، «رسانه فردا» نام می‌گیرد تا ضرورت نگاهی دیگر را به برنامه‌ریزان، برنامه‌سازان، پژوهشگران و جمله علاقه‌مندان خود گوشزد کند و آنها را با درک چنین ضرورتی به سوی شناخت هرچه بیشتر خود فراخواند.

صدای جمهوری اسلامی ایران و رادیوهای مختلف عمومی، اختصاصی و تخصصی آن، امروز بیش از هر زمان در پی درک چنین ضرورتی هستند تا در پرتو آن، به پروازی دیگر در عرصه رقابت‌های تنگاتنگ رسانه‌ای دست یابند و خود را در حیطه تحقق مأموریت‌ها و وظایف مصوب و منحصر، اثربخش و کارآمد بنگرند. ارتقای آگاهی و دانش برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان در درک بهنگام محیط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی حاکم بر رسانه رادیو و شناخت روزآمد استعدادها و ظرفیت‌های درونی و بیرونی رسانه رادیو و سازمان آن، از جمله بایسته‌هایی است که در صورت توجه شایسته دست‌اندرکاران می‌تواند به تحقق شعار «تشخص و سرآمدی» رادیوهای مختلف ما در سپهر رسانه‌ای منجر شود و از رهگذر تحقق آن، «حفظ مخاطب فعلی و جذب مخاطب جدید» را به آرمانی دست‌یافتنی تبدیل کند.

اینچنین است که صدای جمهوری اسلامی ایران و رادیوهای مختلف عمومی، اختصاصی و تخصصی آن، از رهگذر شنیده‌شدن، دیده می‌شوند و می‌توانند از جایگاه و نقش متناسب خود در فرایندهای تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری سخن به میان آورند و خود را رسانه‌ای «جریان‌ساز» و «مرجع» در جامعه و نزد مخاطبان هدف بدانند. حرکت از «مخاطب‌شناسی» به «مخاطب‌سازی» که شناخت همه‌جانبه انتظارات و نیازهای مخاطبان هدف و پاسخگویی مناسب رسانه‌ها به آنها را آغازی بر هدایت مخاطبان هدف در دالان راهبردی رسانه‌ها و دستیابی به اهداف، مأموریت‌ها و وظایف آنها می‌داند، در چنین بستری امکان تحقق می‌یابد و می‌تواند با ارائه بازخوردهای بهنگام حاصل از طراحی سازوکارهای امروزی ارزیابی و نظارت رادیوهای ما را در نزدیکی به ویژگی ذاتی‌شان - همانا انعطاف‌پذیری و در لحظه‌بودن در تحقق مأموریت‌ها و وظایف مصوب و منحصر است - یاری دهد. اینگونه است که پرواز، تنها آرزوی تحقق‌نیافته در نظر نمی‌آید، بلکه در دسترس سیاستگذاران و برنامه‌ریزان و در پیش روی برنامه‌سازان و پژوهشگران قرار می‌گیرد، میدان‌های رقابت را از آن خود می‌کند و عرصه را بر دیگران تنگ می‌سازد تا آنجا که بقاء، دوام و ماندگاری پیوسته و مؤثر رادیوهای ما را در چنین هنگامه‌ای به شدت آمیخته با تهدیدها و فرصت‌های بسیار، تضمین می‌کند.

مطالبات رهبر فرزانه انقلاب اسلامی از سازمان صداوسیما که در حکم تمدید دوره ریاست سازمان آن، به روشنی و صراحت جلوه یافته است، چیزی جز دعوت همه دست‌اندرکاران به درک مناسب خود و زمانه خود نیست: ملاحظه و مقایسه پیوسته و مستمر ضعف‌ها و قوت‌ها، کاهش نیافتن همت نقص‌زدایی و حرکت در بستری که نهایت آن، رسانه را چون نمودی از دین، اخلاق، امید و آگاهی در جامعه و نزد مخاطبان جلوه‌گر سازد، جمله مطالبات آن اندیشمند و رهبر فرزانه از ما برنامه‌ریزان، برنامه‌سازان و پژوهشگران این سازمان رسانه‌ای است تا از رهگذر تحقق آن، به رسانه‌ای «طراز» با آرمان‌های بلند انقلاب و نظام اسلامی نزدیک و نزدیک‌تر شویم و بتوانیم با بهره‌گیری از ابزار «هنر» و «شیوه‌های حرفه‌ای، آزموده و نوپدید» به «شکل‌دهی رفتار اجتماعی مخاطبان» و همچنین «شکل‌دهی نهاد حساس و مهم خانواده» دست یابیم. طبیعی است دستیابی به چنین اهدافی جز در پرتو «تعین شاخص‌های قابل اندازه‌گیری» و نگاهی «زمان‌بندی‌شده» به روند برنامه‌ریزی‌ها و برنامه‌سازی‌ها، امکان‌پذیر نیست؛ الزاماتی که تحول هم‌زمان در نظام برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی و ارزیابی و نظارت را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد و دسترسی به انتظار رهبری در «مشاهده نشانه‌های تحول در نخستین سال مسئولیت» را شدنی‌تر از هر زمان قرار می‌دهد.



صدای جمهوری اسلامی ایران با درک و پیگیری چنین مطالباتی به حق در رادیوهای عمومی، اختصاصی و تخصصی خود می‌تواند چون گذشته پیشستاز و پیشگامی شایسته در چنین عرصه‌ای باشد؛ بسته به آنکه محیط پیرامون خود را به درستی در نظر آورد و خود را به درستی بشناسد. برشمردن فهرستی کامل و همه‌جانبه از تهدیدها و فرصت‌های پیش رو، و ضعف‌ها و قوت‌ها در پرتو آنچه در آغاز سخن گفتیم، می‌تواند گام آغازین در طی چنین مسیری به شمار آید. باید با آسیب‌شناسی علمی راه‌رفته، توانایی پیش‌بینی حرکت در راه پیش رو را با همه بایسته‌های آن، درک کرد. اینچنین است که پرواز در نگاه ما قرار می‌گیرد و خشنودی تحقق مطالبات رهبری به منزله ضرورت‌های حرکت امروز رادیوهای ما در ذائقه دست‌اندرکاران می‌نشیند.

مجله رادیو به عنوان نشریه علمی - تخصصی صدای جمهوری اسلامی ایران، همپا با چنین درک و شناختی از ضرورت‌های محیطی خود در پی آن برآمده است تا با نگاهی دیگر به عرصه فعالیت‌های خود بنگرد و در این راه، تحول و تغییری تدریجی را با هدف ارتقای آگاهی و دانش برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان رادیو پیشه خود سازد. بهره‌گیری مستمر از آرا و اندیشه‌های برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان در قالب میزگردها و نشست‌های تخصصی، ثبت تجربه‌های گرانسنگ پیشکسوتان و مستندسازی آنها در قالب گفت‌وگو، و گردآوری و تدوین مجموعه مقالات علمی و کاربردی در قالبی آگاه‌ساز، خواندنی و مختصر، جمله راهکارهایی است که ما در دوره جدید آغاز فعالیت‌ها همگام با در نظرگیری مطالبات رهبری فرزانه و راهبردهای طراحی شده سازمانی، برگزیده و در نظر آورده‌ایم تا از رهگذر تحقق آن، به آنچه در توان پنهان دست‌اندرکاران مجله و شایستگی برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان رادیوهای مختلف جمهوری اسلامی ایران است، دست یابیم. گرچه خود نیز بر این اعتقاد بوده و هستیم که چنین آرمان و هدفی شایسته جز با به‌کارگیری راهبردها و روش‌های شایسته و متناسب، امکان تحقق نمی‌یابد. مشارکت و همفکری خوانندگان گرامی و حضور پیوسته و معنی‌دار و مؤثر آنها در جای جای مجله، بهترین نشان در نزدیکی به چنین آرمان و بهترین نمود در هم‌نشینی با چنین هدفی است؛ روندی که ضرورت استمرار بیش از پیش آن در شماره‌های آتی **مجله رادیو** چون تکلیفی گران بر دوش دست‌اندرکاران احساس می‌شود.

مجله رادیو با آگاهی از چنین ضرورت‌ها و در راستای تحقق چنین آرمان و اهدافی، شماره چهل و نهم خود را به موضوع «رادیو و دین» اختصاص داده است و می‌کوشد تا به دور از برخوردی انتزاعی و مواجهه شعاری با چنین موضوعی بنیادین که دربردارنده ریشه‌های هویت‌ساز سازمانی رسانه‌ای چون صداوسیما جمهوری اسلامی ایران است، از کارکردهای رادیو در نظام رسانه‌ای ما، منطبق با مطالبات و راهبردهای طراحی شده، سخن گوید و چشم‌اندازی مناسب طرح درست مسئله در پیش روی خوانندگان گرامی و به طور عمده برنامه‌ریز و برنامه‌ساز در رادیوهای مختلف، بگشاید.

آشنایی با تجربه‌های برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی در دیگر کشورها و بهره‌گیری از نگاه استادان، پژوهشگران و دانشجویان، جملگی، به منزله پژوهش‌ها، مطالعات و نگاه‌های مناسب از بیرون به درون محیط رسانه‌ای ما می‌تواند دربردارنده نگاهی شایسته تأمل‌چرایی و چگونگی برنامه‌ریزی‌ها و برنامه‌سازی‌ها در رسانه جمعی رادیو باشد؛ ضرورتی که در کنار نگاه شایان توجه از درون به برون رسانه می‌تواند به تحقق هرچه سریع‌تر آنچه باید، باری رساند و در این راه، ثمربخش باشد. رادیو به پرواز می‌اندیشد و پرواز آن جز با درک و شناخت ضرورت‌ها حاصل نمی‌آید. پرواز را آداب پریدن لازم است و چنین درک و شناخت، جز در پرتو فهم چنین تمثیلی معنا نمی‌یابد. پروازی دیگر را باید با ضرورت‌های دگر تجربه کرد. گریزی جز این نیست!

سر‌دبیر

