

به مناسبت بیست و هشتمین سالروز تأسیس رادیو پیام

# رادیو پیام؛ رادیوی لحظه‌ها

غزاله باران  
گفت و گو

برنامه‌های خبری و اجرای آن از دیرباز چه در تلویزیون و چه در رادیو، از ساختاری جدی و خشک برخوردار بوده است. اما به دلیل اطلاع‌رسانی‌ای که در ذات خود دارد از حس کنج‌گویی مخاطب برای کسب اخبار استفاده کرده و جذاب می‌نماید. حال این که آیا می‌توان چنین فضای خشک و جدی را با لطافت هنر آمیخت ستوالی است که ۲۸ سال پیش در یک روز شنبه آذر ماهی، در قالب مدیوم رسانه رادیو به آن پلسخ داده شد. ۱۲ آذر ماه ۱۳۷۳، صدای موسیقی ایرانی، در میان هجمه‌ای از اخبار خوب و بد، امیدوارکننده و یا تلخ و ناگوار، طنین انداز و شبکه رادیویی پیام متولد شد. شبکه‌ای رادیویی که قرار است به اخبار ایران و جهان اختصاص داشته باشد اما با تدبیری هوشمندانه اخبار در بسته‌های خبری کوتاه ۲ الی ۳ دقیقه‌ای و با فاصله حدود هر ۱۵ دقیقه یک‌بار که در میانه بخش موسیقی‌های ایرانی، شعر پلرسی و قصه‌های اساطیری و کلی اطلاعات منحصر به فرد، بخش می‌شود و لحظه‌هایی خوب و آرام برای مخاطبانش رقم می‌زند.

رادیو پیام، با محوریت سه موضوع اخبار، موسیقی و وضعیت ترافیک راه‌ها توانست به خیلی سریع در بین اقسار مختلف ایرانی محبوبیت پیدا کند. با توجه به سلگرت تأسیس این شبکه رادیویی، خبرنگار صبا، با مهدی شهاب تالی، مدیر شبکه رادیویی پیام و رادیو آوا همچنین مجربان و عوامل دست‌اندرکار و برنامه‌ساز این شبکه رادیویی به گفت و گو نشسته است.

## شهاب تالی:

### وظیفه اصلی شبکه پیام که اطلاع‌رسانی است

شهاب تالی که پیش از این به مدت هفت سال مدیر کل اخبار صدا و مدیریت خبر رادیو را بر عهده داشته و با توجه به تجربیات گذشته‌اش، به عنوان مدیر رادیو پیام منصوب شده به مناسبت بیست و هشتمین سالگرد تأسیس رادیو پیام گفت: زمانی که به مدیریت شبکه پیام منصوب شدم با بررسی کنداکتور پیام متوجه اشکالاتی شدیم که دلایلی برای کوچ‌برخی از مخاطبان به سایر رادیوها بود.

او ادامه داد: یکی از مشکلات مربوط به طولانی بودن برنامه‌های تولیدی شبکه پیام بود که بیشتر هم‌جنبه سیاسی داشت و کنداکتور شبکه پیام شبیه شبکه‌های تولید محور شده بود و این روند مورد علاقه مخاطبان نبود و شبکه رادیویی پیام را از حالت اطلاع‌رسانی که مأموریت اصلی آن می‌باشد، خارج کرده بود.

مدیر رادیو پیام تصریح کرد: با توجه به بررسی‌های انجام شده در نخستین اقدام برنامه‌های کوتاه را مانند پیام طبیعت، پیام زندگی، پیام سلامت، پیام پلیس و... را که زمان بخش آنها حداکثر یک دقیقه و سی ثانیه است جایگزین برنامه‌های طولانی کردیم و چون موسیقی به خصوص موسیقی شاد جایگاه خوبی بین مخاطبان دارد و همچنین به دلیل این که مردم در زندگی روزمره خود درگیر مسائل مختلفی هستند، تأکید شبکه بر بخش موسیقی شاد است. بنابراین تهیه‌کنندگان موظف شده‌اند که در هر ۱۵ دقیقه حتماً دو موسیقی با کلام بخش کنند.

مهدی شهاب تالی همچنین گفت: سال گذشته در روز حداکثر ۱۵۰ قطعه موسیقی با کلام از رادیو پیام بخش می‌شد، در حالی که هم‌اکنون روزانه بیش از ۲۵۰ موسیقی از رادیو پیام بخش می‌شود. وی، در ادامه درباره رویکرد جدید رادیو پیام گفت: با توجه به

درخواستی که از ریاست محترم سازمان داشتیم و با موافقت ایشان نیز روبرو شد، بخش آگهی بازرگانی را از سه دقیقه به دو دقیقه و نیم در طول ۱۵ دقیقه کاهش داده‌ایم، زیرا بخش آگهی بازرگانی به مدت طولانی باعث رنجش مخاطبان و عدم توجه آنها به شبکه پیام شده بود. وی اظهار داشت: با توجه به مأموریت و وظیفه اصلی شبکه پیام که اطلاع‌رسانی است، حدود ۴۰ تا ۵۰ خبر مکتوب در طول یک شبانه روز تهیه و تنظیم و بخش می‌شود که اغلب خبرهای کوتاه و نرم‌خبر هستند. البته این اخبار علاوه بر اخباری هستند که معاونت سیاسی هر ۱۵ دقیقه به مدت ۳ دقیقه بخش می‌کند.

شهاب تالی، یکی دیگر از تغییرات در رادیو پیام را در سال جاری، تغییر اساسی در بخش شب‌نگاری این رادیو اعلام کرد و گفت: با توجه به تغییراتی که در فرهنگ و سبک زندگی مردم به وجود آمده است، ضروری به نظر می‌رسد که تغییراتی در این بخش که سالیان طولانی به صورت مجری-مؤلف اجرا می‌شد، به وجود آید. بنابراین با هماهنگی معاونت سیاسی و معاونت صدا، چهار بخش خبری ۲۲:۱۵-۲۲:۴۵-۲۳:۱۵-۲۳:۴۵ به شیفت شب‌نگاری رادیو پیام اضافه شد و این بخش هم مانند سایر شیفت‌های پیام شد و تقریباً همه بخش‌های شبکه پیام با یک‌دست شدن به وظیفه و مأموریت اصلی خود نزدیک شدند.

مدیر رادیو پیام، با اشاره به اینکه در جدول بخش قبلی، آگهی بازرگانی بلافاصله بعد از خبر بخش می‌شد، بیان کرد: در روند جدید شبکه و برای جلب رضایت بیشتر مخاطبان، بین خبر و آگهی بازرگانی فاصله‌ای سه دقیقه‌ای گذاشته‌ایم که موسیقی یا کلام بخش می‌شود، یعنی سه دقیقه خبر و پس از آن بخش موسیقی یا کلام و بعد از آن دو دقیقه و نیم، آگهی بازرگانی و بعد از آن دوباره یک موسیقی یا کلام و سپس آیت‌های شبکه، شامل پیام سلامت، پیام تغذیه و سایر پیام‌ها را

داریم که از کارهای جدید انجام شده در شبکه است. بنابر این جدا کردن بخش خبر از آگهی بازرگانی و بخش موسیقی بین این دو آیت باعث شده تا مخاطبان طبق نظر سنجی اخیر که در فصل تابستان انجام شد یک درصد نسبت به فصل گذشته افزایش داشته باشند، که در طول دو سال گذشته بی سابقه بوده است.

## سحر جولایی:

### سبک رادیو پیام تغییر کرده

سحر جولایی، تهیه‌کننده رادیو که تقریباً ۲۵ سال، سابقه کاری دارد و از سال ۱۳۷۵، فعالیت خود را در این رسانه گرم شروع کرده است می‌گوید: در حال حاضر در شیفت‌های ۴ ساعته نیم‌روزی از ساعت ۱۰ صبح الی ۱۴ و شامگاهی از ۱۸ تا ۲۲ شب، در خدمت مخاطبان فهیم این شبکه رادیویی هستیم.

جولایی توضیح داد: در ابتدا رادیو پیام، قرار بود رادیویی باشد که خبر و موسیقی بخش کند، قرار بر این بود که خبر و موسیقی در کنار هم و تلفیقی باشد. به سوازیات آن، متن‌های محبت‌آمیز و شعر می‌خواندیم و تهیه‌کننده‌های مختلف با ذوق خودشان تلفیقی از متن‌های اجتماعی، عاشقانه، شعر، مطلب مختلف و موسیقی‌های مرتبط که با سلیقه هر تهیه‌کننده، متفاوت بود کنار هم قرار می‌گرفت. لذا در حال حاضر سبک رادیو پیام، عوض شده است و به سمتی گرایش پیدا کرده است که همه متن‌ها خبری شده و خوانش شعر یا نداریم یا خیلی کم شده است. بیشتر خبر است که هر پلزه دقیقه از خبرگزاری صدا و سیما بخش می‌شود. یک سری متن‌های خبری هم خودمان داریم که گوینده شیفت آن را می‌خواند.

سعی می‌کنم، به خاطر اینکه مخاطب این شبکه از موسیقی‌هایی که بخش می‌کنیم حلس خوب شود و لذت ببرد موسیقی‌ها را انتخاب