

در روزنامه «جام جم» با رضا کوچک زاده تهمتن، مدیر رادیو تهران و رادیو مقاومت همکلام شدیم

# رادیو روی موج به‌روز شدن

فرم، ساختار و قالب تغییر اساسی نداریم ولی کمی سعی شده برخی سرفصل‌ها براساس اساسنامه جدید کار شود.

**۱۰ بعد از ۱۰ سال حضور در رادیو گفت‌وگو، چه چیزی باعث شد تغییر مسئولیت را بپذیرید؟**

فضا در رادیو طوری است که اگر مدت کوتاهی در مجموعه‌ای باشید علاقه خاصی به آن محیط پیدا می‌کنید. این تجربه برای تمام دوستان رادیویی آنشاست. من ۱۰ سال تجربه کار در رادیو تهران را داشتم و سابقه کار در رادیو گفت‌وگو هم بیش از ۱۰ سال بود و همین زمان بالا جابه جایی را سخت می‌کند. ولی دوستان خوبی در رادیو گفت‌وگو پیدا کردیم و مجدداً به جمع دوستان سابق در رادیو تهران پیوستیم و این خوب است.

**۱۱ آقای کوچک زاده را به دقت در جزئیات برنامه‌های شبکه می‌شناسند. آیا تمام برنامه‌های رادیو تهران را می‌شنوید؟ کدام برنامه در این شبکه برای شما لذت بخش‌تر است؟**

تلاش دوستان ما بر این است که پیش‌تولید قوی‌تر دیده شود و تمام اتفاقات در پیش‌تولید رخ بدهد. به این معنا که تمام طرحی‌ها و سناریوها آماده است و نباید در جریان تولید مشکلی برای برنامه‌ها به‌وجود بیاید. وقتی حجم برنامه‌های زنده بالا می‌رود ضریب خطا افزایش پیدا می‌کند و این نیاز وجود دارد که دوستان آن موضع را از قبل تقویت کنند تا از خطاهای احتمالی پیشگیری شود. این رویکرد بیش از آن که برنامه‌ها را به‌شنویم و در لحظه تذکر بدهیم، به ما کمک می‌کند. اگر خطایی وجود دارد باید از قبل پیشگیری شود.

وقتی برنامه‌ای دو هفته روی آنتن رفت ارزیابی انجام می‌شود تا ببینیم با هدف‌گذاری اولیه و مأموریتی که در طرح به برنامه محول شده پیش می‌رود یا از مسیر انحراف دارد. باید نقاط قوت و ضعف آسیب‌شناسی شود. نقاط ضعف آسیب‌شناسی و نقاط قوت تقویت شود تا محصولی متناسب با هدف‌گذاری اولیه در اختیار مخاطب قرار گیرد. البته با کمک مدیران و دوستان ناظر همه برنامه شنیده می‌شود.

**۱۲ رتبه شبکه تهران در جذب مخاطب چقدر است؟**

نظرسنجی‌های شبکه تهران جداگانه انجام می‌شود چون فرستنده‌های شبکه ویژه استان تهران هستند. البته شاید در برخی استان‌های مجاور هم شنونده داشته باشیم با روی موج AM 1332 ولی اگر هموطنان مان بخواهند برنامه‌های شبکه تهران را دنبال کنند باید در بستر اپلیکیشن ایرانصدا شنونده برنامه‌ها باشند.

میزان شنندگان یک شبکه استانی با مخاطبان شبکه‌های سراسری قابل مقایسه نیست، چون تعداد فرستنده‌ها و پوشش جغرافیایی و جمعیتی ما محدودتر است. اگر روش‌های جمع‌آوری اطلاعات متفاوت نباشد، می‌توانیم خودمان را با شش ماه قبل یا یک یا دو سال قبل مقایسه کنیم. البته اثرگذاری واحد فرهنگ اگر نگوئیم به دهه رسیده است از پنج سال عبور کرده و باید زمان زیادی داشته باشیم تا بتوانیم فرهنگ‌سازی که برای یک سوزه می‌شود را مورد مشاهده و مطالعه آماری قرار داد. از این رهگذر تلاش ما در جهت جذاب کردن برنامه‌سازی شبکه، اهتمام به دغدغه‌های واقعی مردم، تقویت همگرایی ملی، توجه حل‌السنائی به تهران، نگاه مناسب به شهرستان‌های استان و روستاها، حراست از رسوم، عادات و دارایی‌های فرهنگی پایتخت از موارد اقدام و مورد هدف ماست.

امیدوارم در این باره با همکاری برنامه‌سازان، محققان و نیروهای توانمند حاضر در شبکه به این اهداف دست یابیم.

متن کامل را در جام جم آنلاین بخوانید

## رادیو مقاومت از ضروریات است

**۱۳ سرنوشت رادیو‌های فصلی چه خواهد شد؟ رادیو مقاومت تحت مدیریت شما بود و گفته می‌شد این شبکه رادیویی دائمی خواهد شد؟ آیا این شبکه رادیویی در میان رادیو‌های فصلی، ظرفیت دائمی شدن دارد؟**

تجربه رادیو‌های فصلی از سال ۹۴ با رادیو‌اربعین شروع شد در انتهای سال با رادیو انتخاب ادامه پیدا کرد و در ادامه رادیو محرم، رادیو تبیین، رادیو انقلاب و رادیو مقاومت تجربه شد. رادیو مقاومت سال گذشته پنجمین سال خود را البته در بازه زمانی طولانی‌تر از سنوات گذشته اجرا کرد.

طبق دستور معاون محترم رادیو‌های مناسبی کماتکان استمرار خواهند داشت. فکر می‌کنم رادیو مقاومت سال ۱۴۰۴ در سوم خرداد که به نام روز مقاومت، ایثار و پیروزی و سالروز فتح خرمشهر نام‌گذاری شده فعالیت خود را آغاز خواهد کرد.

اغلب رادیو‌های مناسبی ارتباط خوبی با مخاطب دارند. رادیو‌اربعین از جهت ارتباط با مخاطب فوق‌العاده است. رادیو محرم بسیار زیباست و ارتباط خوبی با مخاطب برقرار می‌کند. این شبکه‌ها از نظر

پخش سالانه دائمی هستند. رادیو مقاومت با تبیین گفتمان مقاومت و تعمیق این گفتمان که جزو ضروریات و نیازهایی است که احساس می‌شود فعالیت می‌کند. نظام ما با مقاومت به دستاوردهای بسیاری رسیده و نیاز دارد این گفتمان تبیین، تبلیغ و ترویج شود.

**۱۴ فائزه مدر** **دکتر رضا کوچک‌زاده تهمتن** گرچه مدت زیادی نیست که به‌عنوان مدیر رادیو تهران مشغول به فعالیت شده اما با روی باز، دعوت روزنامه جام‌جم برای گفت‌وگو را پذیرفت؛ چرا که او سال‌ها قبل در رادیو تهران در سمت مدیریت گروه فعالیت می‌کرد و به‌تعبیری به جمع همکاران سابق خود پیوسته است. کوچک‌زاده در پاسخ به سؤالات میثم رشیدی مهرآبادی، دبیر گروه رسانه روزنامه جام‌جم بیش از هر چیز به فضای باز رسانه‌ملی و شبکه رادیویی تهران در بیان مطالبات و دغدغه‌های مردم اشاره و تصریح کرد که با همکارانش تلاش می‌کند از تمام ظرفیت رسانه برای مطالبه‌گری، بهره‌برد و گامی در مسیر حل مشکلات کشور بردارد. برنامه «دور یک میز» از رادیو تهران که هر روز ساعت ۱۲:۳۰ پخش می‌شود نمونه‌ای از این برنامه‌هاست. متن کامل این گفت‌وگو، اینک پیش‌روی شماست.

این‌طور نگاه کنیم تمام شبکه‌های رادیویی می‌توانند مأموریت‌های یکدیگر را به دوش بکشند. رادیو ایران ملی و سراسری است و می‌تواند همان‌طور که به سیستان و یلوچستان می‌پردازد به تهران هم بپردازد اما ما رادیو تهران هستیم. در بستر رسالت، تخصص و اهداف‌مان بیشتر برنامه‌های مرتبط با شهر و استان تهران است اما می‌دانیم که تهران به‌عنوان پایتخت ایران اسلامی تمام چالش‌ها، مشکلات و دغدغه‌هایش سرریز کرده و بعدی ملی می‌یابد. لذا شناسایی این مسائل بخشی از حل‌مسئله است. ماحل‌مسئله‌اراصل می‌دانیم. دغدغه‌ها و مطالبات را بدون روتوش به بحث می‌گذاریم و مسئول را پای تربیون رادیو تهران می‌آوریم. اگر مسئول بیاید و این ارتباط برقرار شود و دغدغه‌های مردم را بشنود، اعتماد شکل می‌گیرد. اگر مردم صدای خود را بشنوند به همراهی‌شان استمرار می‌بخشند.

**۱۵ با توجه به این رویکرد حل‌السنائی رادیو تهران که فرمودید، آیا این شبکه رسالت خود را از منظر کردن مسائل، پیگیری تا حل مسئله قرار داده‌است؟**

اولویت ما حل مسئله است و اگر این نباشد با طرح چالش و مشکل هیچ دردی از هیچ‌کسی دوا نخواهد شد. با طرح مسئله صرف، نه مطالبه مردم پاسخ داده می‌شود و نه کمکی به مسئولان خواهد شد. باید پل ارتباطی بین مردم و مسئولان را بنا کنیم. با تکیه بر نظام کارشناسی و فرهیختگانی تهران یا بهتر بگویم کشور، باید برای این مسائل راه‌حل ارائه دهیم وگرنه نمی‌توانیم خود را رسانه‌ای مسئولیت‌پذیر معرفی کنیم. رسانه مسئولیت‌پذیر شاخص‌های متعددی دارد که باید پایبند به اساسنامه خود باشد. ما اساسنامه خود را به این صورت تعریف کرده‌ایم.

**۱۶ در این دایره جنس ارتباط شما با دستگاه‌های مسئول در تهران چگونه طرح‌ریزی شده‌است؟ آیا ساختار جدیدی در کارتان شکل گرفته‌است؟**

ساختار جدیدی نیست ولی وقتی خود را مطالبه‌گر و پرسشگر معرفی می‌کنیم خود به خود مسئولان پشت خط می‌آیند و در استودیو حضور خواهند داشت. مطمئناً نباید مشکلی در این سطح داشته باشیم. ما می‌خواهیم دغدغه مردم را بیان کنیم و از طرفی این تریبون را در اختیار مسئولان قرار بدهیم تا برنامه‌های خود، اقدامات، عملکرد و خدماتی که برای شهر ارائه می‌کنند معرفی شود و آگاهی مردم در قبال اقدامات مسئولان بالاتر برود.

ما در مأموریت‌های برنامه‌سازی خود چند رویکرد تعریف کرده‌ایم. رویکرد اطلاع‌رسانی چون مردم باید اطلاعات داشته باشند و بدانند چه اتفاقاتی می‌افتد به‌عنوان نمونه در روزهای اخیر و عصرهای طوفانی تهران ارتباط خوبی با ستاد بحران استان تهران داشتیم. رویکرد ما اطلاع‌رسانی از قبل بود تا مردم آمادگی داشته و مراقبت بیشتری از خود داشته باشند. این رویکرد در حوزه‌های مختلف ادامه خواهد داشت.

برنامه‌ای با عنوان «همسایه سلام» ویژه شهرستان‌های استان تهران راه‌اندازی کرده‌ایم. این برنامه سابق براین تاریخچه‌ای در رادیو تهران داشت و در سال‌های ۸۵ و ۸۶ در آن مجموعه کار می‌شد. تهران فقط شهر تهران نیست و رادیو تهران فقط برای شهروندان کلان‌شهر تهران نیست. شهرستان‌های استان تهران هم سهم بالایی در جدول پخش جدید رادیو تهران خواهند داشت و باید حضور داشته باشند. ارتباط با مسئولان شهری و استانی در این برنامه مدنظر است.

**۱۷ شبکه تهران جزو شبکه‌های پر شنونده بوده و هست و برنامه‌های شاخصی داشت که نام‌شان بیشتر بر سر زبان بود؛ این برنامه‌ها چقدر دستخوش تغییر خواهند شد؟ آیا قله‌ها را حفظ کرده‌اید؟**

جدول پخش قبلی بالای ۶۰ درصد تغییر داشت ولی بسیاری از برنامه‌های پر مخاطب همچنان در جدول پخش حفظ شده است. بنابر کارآمدی و مخاطب‌محوری است. اگر برنامه‌ای از اقبال عمومی برخوردار است تقویت خواهد شد. شاید اسامی برخی برنامه‌ها جابه‌جا شده باشد، ولی مأموریت آن برنامه دستخوش تغییر اساسی نشده است. کمربندی جدول پخش اکثر شبکه‌های رادیویی معمولاً تغییر نمی‌کنند. برنامه‌های صبحگاهی و برنامه‌های عصرگاهی تغییر اساسی پیدا نمی‌کنند. برنامه «کتاب شب» که در جدول پخش ما استمرار دارد عمری ۳۰ ساله در رادیو دارد. در حوزه محتوا،

**۱۸ از طریق رادیو دل‌نشین تر بود... درباره استفاده از مستندهای تلویزیونی در رادیو چه نظری دارید؟**

مستند محتوایی است زمان بر در تولید و اتفاقی است که یک‌بار از صدا و تصویر شهادی استفاده کرده و سند است. شاید دیگر به آن شاهدان دسترسی نداشته باشیم. من برای تهیه یک مستند از تمامی آرشیهایی که می‌تواند به من کمک‌کند استفاده می‌کنم. برخی برنامه‌های مستند تلویزیونی و اسناد آرشویی قابلیت تبدیل شدن به برنامه رادیویی را دارند و با حداقل بازتولید و بازسازی رادیویی به‌وسیله تهیه‌کننده‌ای حرفه‌ای، قابل پخش خواهند بود.

**۱۹ با توجه به محدود بودن منابع مالی، مدیریت در رادیو با چه چالش‌هایی دست و پنجه نرم می‌کند؟**

متأسفانه منابع مالی رادیو همیشه محدود و کم بود. البته در سال‌های اخیر با کمک ریاست محترم سازمان و پیگیری‌های‌های معاون محترم رادیو اتفاقات خوبی رخ داده است. با توجه به همین منابع مالی تعهدات تولید شبکه‌ها برنامه‌ریزی می‌شود. شکی نیست که هزینه تولید در رادیو به‌مراتب پایین‌تر از هزینه تولید در سیماست اما منابع اختصاصی به رادیو بسیار محدود است و گاهی کل بودجه سالانه از برخی برنامه‌های سیما کمتر می‌شود. البته با همین منابع محدود هم می‌توانیم موضوعات، اولویت‌ها و نظام مسائل را در فرم‌های متنوع رادیویی مدیریت کنیم. نمی‌توانیم ۲۴ ساعته نمایش تولید و پخش کنیم، نمایش هزینه‌بر است و از انتخاب سوزه تا نویسنده‌گی و انتخاب بازیگر تا ضبط و تولید به‌نسبت دیگر برنامه‌های رادیویی در فرم ترکیبی هزینه بالاتری دارد. از سویی نمی‌توان تمام برنامه‌ها را ترکیبی دید باید تلفیقی از تمام ساختارها و قالب‌ها را در کنار ردیفی از موضوعات و سوزه‌ها به کار برد. باید به تمام موضوعات بپردازیم و از تمام ساختارها استفاده کنیم. با وجود این ما تلاش و اقدام خود را محدود به بودجه نکرده‌ایم. رسالت داریم تا در بستر روایتگری از واقعیت‌های جامعه همواره در خاکریز اول باشیم و با همین وضع موجود همواره با بهره‌وری بالا اقدام می‌کنیم اما حمایت و تقویت مالی رادیو یک مطالبه و نیاز جدی است.

**۲۰ در رادیو، شنوندگان شبکه را انتخاب می‌کنند؛ با این انتخاب، آنها به صورت ثابت و ادامه‌دار شنونده شبکه‌ای مثل رادیو تهران هستند. آیا این وضعیت کار مدیران شبکه‌های رادیویی را سخت‌تر نمی‌کند؟**

حرف شما را قبول دارم ولی تئوری‌های ارتباطات می‌گوید امروز مخاطب از یک شبکه فراتر رفته و در حالتی خوشبینانه یک‌ونیم شبکه و حداقل بالاتر از یک شبکه را انتخاب می‌کند. مخاطب در تلویزیون برنامه را انتخاب می‌کند و در هر شبکه‌ای فقط به‌دنبال همان برنامه است. یکی برنامه‌های ورزشی شبکه‌ها را انتخاب می‌کند و دیگری سریال‌ها را در شبکه‌های مختلف دنبال می‌کند. در رادیو کسی که رادیو جوان یا رادیو تهران را دنبال می‌کند به‌ندرت پیش می‌آید که موج رادیو را عوض کند. مخاطبان دغدغه‌های مختلف دارند، دغدغه سلامت، اقتصاد، تحلیل‌های سیاسی و... اگر بدانند که در معاونت صدا ۱۴ شبکه رادیویی با ۱۴ مأموریت متفاوت وجود دارد، طیف گسترده‌ای از مخاطبان درگیر خواهند شد. از این جهت رادیو و بالطبع رادیو تهران، این ظرفیت را ایجاد کرده که هیچ موضوعی برای هیچ مخاطبی بدون پاسخ نماند.

**۲۱ با توجه به این رویکرد چه مخاطبانی را شنونده شبکه تهران می‌دانید؟ این شبکه رادیویی به چه نیازهایی از مخاطبان پاسخ می‌دهد؟**

هدفی که برای رادیو تهران طراحی کردیم این است که به رسانه شنیداری مرجع برای شهروندان تهرانی تبدیل شویم. رسیدن به این هدف به مقدماتی نیاز داشت. اولویت اول شناسایی نیازها، نظام مسائل، مطالبات و دغدغه‌های شهروندان تهرانی بود. اگر در شناسایی این چالش‌ها و مطالبات موفق بودیم در ادامه کل شهروندان تهرانی جامعه هدف ما خواهند بود. مخاطبی که نیاز خود را از این مسیر بشنود، به ما اعتماد کرده و با رادیو تهران ارتباط برقرار می‌کند.

**۲۲ شبکه تهران را شبکه‌ای استانی می‌بینیم ولی مشکلاتی که در تهران وجود دارد دارای ابعاد ملی است.**

ما سهم ملی بودن و سهم تهران

را جدا می‌کنیم. اگر

**۲۳ برای کار در رادیو باید عاشق بود. وقتی این ویژگی را در خود جست‌وجو می‌کنید به چه دریافتی می‌رسید؟ حضور در بدنه رادیو چقدر در عملکرد شما به‌عنوان مدیر شبکه تأثیرگذار بوده‌است؟**

در رادیو بیشتر از سایر معاونت‌های حوزه پیام در سازمان، مدیران شبکه‌ها تجربه کار در این رسانه را دارند و معمولاً در رادیو حضوری مستمر داشتند، از بدنه صدا هستند و از بدنه بالا آمده‌اند. وضعیت رادیو از جهات بسیاری خوب است. نیروی انسانی با سواد، متعهد و کار بلد، نظام برنامه‌سازی منسجم، تهیه‌کنندگان مسلط و خلاق و پای کار داریم که عموماً دغدغه‌مند هستند. خلاقیت، ابتکار و نوآوری در سطح بالایی است و حس همراهی و فضای صمیمیت در رادیو یک وجه ویژه به این بخش از رسانه اعطا کرده است. بنابراین اهالی رادیو، عاشق کار، اهداف و مأموریت‌های خود هستند. اگر صدا می‌ماند و ماندگاری می‌شود از نجات این‌گونه انسان‌های خلاق و عاشق این حرفه است.

**۲۴ بحث آموزش هم‌حتمار در این بین، جایگاه مهمی دارد.**

آموزش در رادیو اهمیت دارد و دوره‌های آموزش مستمر برگزار می‌شود. چه در حوزه فرم، چه در ساختار و قالب و چه در حوزه رویکرد و محتوا؛ همواره بدنه به‌روزی می‌شود، مسلح است و دست خالی نمی‌ماند. این وضعیت به‌روز بودن چه در مدیران ارشد میانی و چه در حوزه برنامه‌سازی دیده می‌شود. دوستان ما در شبکه‌های ایران، جوان، سلامت، تهران، گفت‌وگو و فرهنگ تا ورزش، قرآن، اقتصاد و سایر شبکه‌ها رسالت و مأموریت خود را می‌دانند؛ مخاطب‌شان را می‌شناسند و با زبان و ادبیات آنها ارتباط خوبی برقرار کرده‌اند و به‌راحتی می‌توانند کار کنند. لذا، این اتفاق که برنامه‌سازی از سرویس اقتصادی وارد سرویس سیاسی یا از سرویس علمی به سرویس سیاسی وارد شود در رادیو به این شکل رخ نمی‌دهد. جابه‌جایی در رادیو حداقلی است و موازی‌کاری در کمترین وجه خود را ظاهر ساخته است. این نظم با اضافه‌شدن خلاقیت و ابتکار موجب پیشرفت می‌شود، زیر بارون داد و اثرگذاری بالاتر شده است.

**۲۵ رد پذیرش دیدگاه‌های مختلف در برنامه‌های شبکه تهران دیده می‌شود. برنامه «دور یک میز» که به‌صورت تصویری نیز قابل مشاهده است ترکیب جذابی دارد و از مهمانان شاخصی دعوت می‌کند. سطح و نحوه پرسشگری در برنامه‌های شبکه تهران چگونه تعیین می‌شود؟**

در رادیو برای ورود به بسیاری از سوزه‌ها جسارت لازم وجود دارد و فضا در حوزه‌های مختلف بازتر بوده و رادیو این امکان را به ما داده است. شبکه‌ها لکنت‌زبان ندارند و پرسشگرانه در پی رفع نیازها، دغدغه‌ها و مطالبات هستند. از این رهگذر ما هم در بستر رویکرد «گفت» و «گو» به‌عنوان یک نیاز سیاسی و اجتماعی در جامعه مخاطب برای تبیین امور، در بسط این وضعیت خود را واجد رسالت می‌دانیم. در نتیجه با شناسایی نظام مسائل استانی و ملی و کوشش برای آگاهی‌بخشی اجتماعی و روایت دقیق و درست از واقعیت‌ها و تشخیص صحیح اولویت‌ها، به وسط این میدان، آمده‌ایم. از این جهت ما باید بدانیم جامعه و مخاطب خاص شبکه ما امروز به چه چیزی نیاز دارد؟ وگرنه نمی‌توان ده‌ها برنامه پر کرد که هیچ‌کسی از آن بهره‌ای نبرد. به همین دلیل تمام اعضای تیم رادیو تهران با توجه به مجوزهای خود، از آزادی عمل و فرصت اجرای ابتکارات بهره‌مند هستند. این فرصت هدفمند است، پله و رها نیست و براساس اتاق فکرهای طراحی شده برای برنامه‌ها، در اختیار دوستان ما قرار می‌گیرد. این‌طور نیست که یکی بخواهد از این فرصت استفاده کند و دیگری نخواهد. کار ما به‌طور هدفمند و زیر نظر مدیریت پیش می‌رود و این مدیریت نباید محافظه‌کار باشد.

**۲۶ خطوط قرمز کار در رادیو چطور تعیین می‌شود؟**

ما خطوط قرمز نداریم این محدودیت ساخته و پرداخته ذهن ماست. البته رعایت اصول، هنجارها و ارزش‌های دینی و اجتماعی امری ضروری است اما سانسور و سکوت در حوزه رسانه با توجه به محیط امری ناممکن است که به کوچ مخاطب منجر می‌شود. بر همین اساس، در مدیریت جدید براساس اسناد تحول سازمان خطوط سبزی داریم که به آن نرسیده و نپرداخته‌ایم. ما خطوط قرمز را بهانه نمی‌کنیم برای انجام ندادن بسیاری از کارها. سوزه‌های زیادی وجود دارد که به آنها ورود نکرده‌ایم. خطوط قرمز به بهانه‌ای برای ترک فعل و عدم ورود به بسیاری از موضوعات تبدیل شده است.

مخاطب امروز سبد رسانه خود را براساس شاخص‌های متنوعی تعیین می‌کند. از جذابیت فرم، محتوا و ساختار گرفته تا بسیاری از مسائل. مخاطب امروز بسیار هوشمند است چون دسترسی‌های فراوانی به اخبار، اطلاعات و تحلیل‌های متفاوت دارد. کار کردن برای این مخاطب سخت شده است. ما برای طراحی یک برنامه رادیویی باید ساعت‌ها وقت بگذاریم. چراکه می‌دانیم مخاطب کیست؛ برای او احترام قائلم و می‌دانیم که به کار درجه ۲ و ۳ و ۴ نیاز ندارد.

من برای دوستان جمله‌ای به کار می‌برم و می‌گویم: در کاری که می‌خواهید انجام بدهید تصور و پیش‌فرض اولیه این باشد که مخاطب‌تان ۸۰ درصد اطلاعات را دارد و شما باید برای ارائه ۲۰ درصد باقیمانده تلاش کنید. این هم صددرصدی نیست و ممکن است مخاطبان ۲۰ درصد را از منبع دیگری کسب کرده باشند و همین کار ما را سخت‌تر می‌کند. مخاطب ما مقدمه و کلیات نمی‌خواهد این موارد برایش بیدیهات است. اگر بتوانیم مخاطب را در مورد آن ۲۰ درصد راضی کنیم موفق بوده‌ایم وگرنه وقت خود و مخاطب را تلف کرده‌ایم.

گاهی مخاطب ما دیدگاه‌هایی مطرح می‌کند که فراتر از دیدگاه کارشناسی است که به برنامه دعوت شده؛ دیدگاه‌هایی جذاب‌تر و حتی بهتر و ما برای چنین مخاطبی کار می‌کنیم و برنامه می‌سازیم. تیم طراحی برنامه و تیم برنامه‌ساز ما امروز کار سخت‌تری دارند. این کار زمانی ساده‌تر از این بود اما امروز حتی وقتی می‌خواهیم برای کودکان برنامه بسازیم، خلاقیت، دقت و ظرافت بیشتری می‌خواهد کار به آن سادگی که گمان می‌شود، نیست.

**۲۷ گاهی در رادیو مقاومت، باند صوتی مستندی تلویزیونی با اصلاحتی پخش می‌شد و چقدر ارتباط گرفتن با آن محتوا**