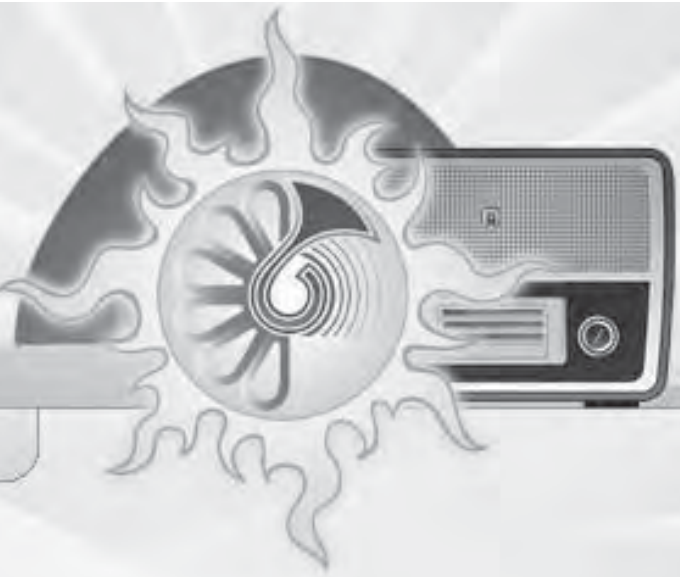


FM - 105.5  
راديو تابستان



با عوامل و دست اندر کاران راديو تابستانه

# راديويي متمايز

پروژه شادمانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جنبش و موسم انسانی



راديوهای فصلی به دليل اينکه آغاز و پایانی مشخص دارند می‌توانند هدف‌گذاری دقیقی برای جامعه داشته باشند.

روزافزون خانواده‌ها و آحاد جامعه در این فصل است. برای رسیدن به این منظور برنامه‌ریزی محتوایی آغاز و براساس اهداف پیش‌بینی شده و با این نگاه که در پایان تابستان این راديو به کار خود خاتمه می‌دهد، فعالیت‌ها آغاز شد. البته این نکته نیز مهم است که اگر بعدها راديوهای فصلی دیگری نیز راه‌اندازی

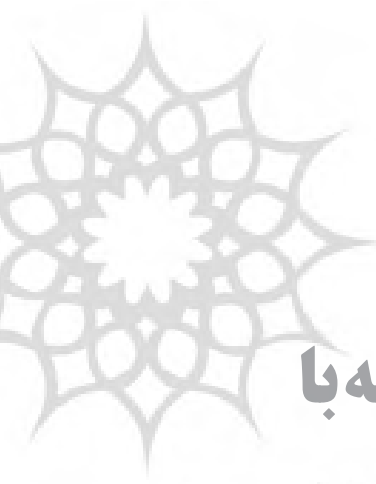
می‌توانند هدف‌گذاری دقیقی برای جامعه داشته باشند. مقدمات فنی راديو تابستانه با همکاری صمیمانه حوزه فنی و با حمایت معاون محترم صدا و رئیس محترم سازمان فراهم گردید. امکانات این راديو براساس منابع موجود با در نظر گرفتن اصل صرفه‌جویی ایجاد شد. هدف اصلی راديو تابستانه پاسخگویی به نیاز

● **جناب آقای رضایی راديو تابستانه با چه هدفی راه‌اندازی شد و ارزیابی شما از عملکرد آن چیست؟**  
 ■ راديو تابستانه براساس ایده‌ای که توسط معاون محترم صدا مطرح شد و در دوره زمانی کمتر از ۳۰ روز به مرحله عملی رسید. راديوهای فصلی به دليل اينکه آغاز و پایانی مشخص دارند

ممکن است رخ دهد اطلاع‌رسانی صورت گیرد؛ ما به جزئی‌ترین مسائل زندگی در فصل تابستان توجه داریم از امنیت خانه در هنگام سفر تا معرفی نقاط گردشگری و اماکن معنوی و امامزاده‌ها و پارک‌ها و فرهنگسراها برنامه‌های تئاتر و سینما و پیشنهادهای برای گذراندن تعطیلات آخر هفته در اطراف تهران و... همچنین ارسال پیام‌های غیرمستقیم برای افرادی که علاقه‌ای به شنیدن پند و اندرز ندارند و تولید برنامه برای سلايق مختلف و ساخت برنامه‌هایی که ریتم تند و هیجانی دارد سعی داریم تا لحظات خوب و شادی برای شنوندگان فراهم شود. **راديو تابستانه** توجه‌آنی و لحظه‌ای به مخاطب دارد و دارای اتاق فکر روزانه است و تصمیمات را بر اساس شرایط لحظه‌ای می‌گیرد. در برخی ساعات‌ها طنزهای قدیمی پخش می‌شود. در برخی ساعات‌ها مسابقه و بازیخس برنامه‌های آرشيوی مانند **قصه ظهر جمعه** پخش می‌شود. ریتم تند فعلی تا پایان کار این راديو ادامه خواهد داشت و در ماه مبارک رمضان فضای مناسب این ماه را داریم و مطابق با اهداف سازمان عمل می‌کنیم.

برنامه‌ها در سه بخش صبحگاهی، ظهرگاهی و عصرگاهی با ویژگی‌های خاص این زمان‌ها پخش می‌شود. تا امروز با مسئولین نهادهای مرتبط با تابستان و استانداری‌ها تماس‌هایی برای معرفی ظرفیت دستگاه‌ها و اطلاع‌رسانی در مورد اوقات فراغت مردم داشته‌ایم و امیدواریم این تماس‌ها و ارتباطات باعث تولید برنامه‌های مفید بشود.

سعی ما این است که باعث غنی‌سازی اوقات فراغت شویم. من از تمام شبکه‌های رادیویی که از ما پشتیبانی و حمایت کرده‌اند صمیمانه تشکر می‌کنم و امیدوارم این راديو تجربه‌ای ارزشمند برای تحول در رابطه رسانه و مخاطب باشد.



## گفت‌وگوی صمیمانه با رضارضایی مدیر راديو تابستانه

بسیار جالب و شنیدنی بود. در واقع مرور خاطرات بخشی از اهداف این راديوست اما از نظر استقبال شنوندگان در روزهای اول راه‌اندازی حدود ۵ هزار پیامک این به راديو رسید و دغدغه **راديو تابستانه** این است که بتواند به خواسته‌های اصلی مردم پاسخ دهد، بنابراین بناست تا درخصوص هر آنچه که در تابستان

می‌شود باید از تجربه **راديو تابستانه** در زمینه به‌خوبی استفاده کنیم. سیاست **راديو تابستانه** ارسال غیرمستقیم پیام است به طور مثال یکی از سوالاتی که در برنامه‌ها مطرح شد این بود که شیطنت‌های کودکانه تابستانی شما چه بوده است؟ شنوندگان، موارد مختلفی را مطرح کردند که نقل آنها

# رادیویی با ریتم مناسب

علیرضا مبینی

مدیر بخش صبحگاهی رادیو تابستانه

امسال با توجه به شعار معاونت صدا که توجه به تمایز و تفاوت و همچنین تغییر در ارائه محتوا برای جذب مخاطب جدید و در ادامه حفظ مخاطب فعلی بود **رادیو تابستانه** طراحی و آغاز به کار کرد. برنامه‌سازانی که در این رادیو مشغول به فعالیت بودند همواره در اندیشه ساخت برنامه‌ها و بخش‌هایی با کیفیت، کوتاه بودند تا برنامه‌های اثرگذاری را برای مخاطب خود فراهم نمایند.

بدیهی است توجه به روان‌شناسی و جامعه‌شناسی مخاطب کمک بسیاری به محتوا و هدف برنامه‌ها می‌کند. در این بین برنامه‌سازان و شبکه‌هایی که از وضعیت حاضر درک بهتری دارند می‌توانند بین مردم به خوبی، جا باز کنند و مخاطب فراوانی داشته باشند.

بخشی از موفقیت برنامه‌سازان منوط به چگونگی ساخت برنامه‌ها و معطوف به شناخت آنها از زمان پخش برنامه همچنین توجه به فصلی که برنامه در آن زمان پخش می‌شود می‌گردد زیرا هر فصلی با توجه به خصوصیت ذاتی خود و شرایط کاری، برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی خاص خود را می‌طلبد که این امر در رادیوهای فصلی بیشتر خود را نشان می‌دهد. اقدام معاونت صدا در راه‌اندازی یک رادیوی فصلی و توجه به نیاز مخاطب در ایام تابستان باعث شده **رادیو تابستانه** در بین مردم از اقبال خوبی برخوردار گردد که این امر از حجم مخاطبان و نظرات آنها هویداست.

از توجه به آمار و بازخوردهای شنوندگان این طور به نظر می‌رسد **رادیو تابستانه** در همین مدت کوتاه توانسته در جلب مخاطبان خود موفق عمل کند و مهندسی پیام در آن به خوبی صورت گرفته و توانسته پیام‌هایی اثرگذار را برای مخاطب ارسال کند.

همچنین نکته قابل ذکر این است که ریتم زندگی در این فصل نسبت به فصول دیگر سال و حتی نسبت به گذشته بسیار تندتر است و از آنجا که مخاطب وقت و حوصله برنامه و خبرها و تفسیرهای طولانی مدت را ندارد بنابراین **رادیو تابستانه** سعی کرده درک مناسبی از تمامی مسائل مطرح شده داشته و با مخاطب ارتباط صمیمی برقرار کند و نیاز او را در کمترین مدت زمان ممکن برطرف نماید. در نهایت گروه صبحگاهی **رادیو تابستانه** خوشحال و خرسند است از رویه‌ای که در پیش گرفته و تا حد توان برای آن تلاش کرده و مورد توجه مخاطبین قرار گرفته است.

امیدواریم در ادامه با لحاظ انتقادات و پیشنهادات تمامی عزیزان و همکاران هنرمندمان در رادیو باعث رشد و شکوفایی هر چه بیشتر این شبکه باشیم. در بخش صبحگاهی **رادیو تابستانه** سعی می‌شود با ریتم مناسب صبح در جهت ایجاد نشاط و امید برای مخاطب اطلاعات مورد نیاز او به صورتی مناسب در اختیارش قرار گیرد.

اوقات فراغت همان لحظه‌های آزادی فرد از قیود روزانه خویش است. تکرار امور روزمره، انسان را به یکنواختی در حالات روحی و درونی وامی‌دارد و پس از مدتی خستگی و ملال را برایش به همراه دارد. اینجاست که به فکر گریز از شرایط موجود می‌افتد و در جستجوی تنوع در امور خویش زمان و مکانی به دور از فعالیت‌های روزمره خود را طلب می‌کند که همان اوقات فراغت نام دارد.

اما در اوقات فراغت چه می‌شود انجام داد که در اوقات معمولی میسر نیست؟! پاسخ این سؤال بسته به شرایط و خصوصیات هر فردی متفاوت است. به عنوان مثال اگر شغل و حرفه شخصی نجاری باشد شاید هنگام فراغت ترجیح دهد که یک فیلم سینمایی تماشا کند یا برای شنا به استخر برود. متقابلاً یک هنرپیشه یا کارگردان سینمایی یا یک غریق نجات شاید در زمان فراغت دست بردن به آره و چکش و میخ را برای ساخت یک وسیله چوبی نوعی سرگرمی بداند. پس آنچه که شغل ماست شاید تفریح و تفنن برای اوقات فراغت ساین باشد.

از سوی دیگر ممکن است زمانی که برای ما اوقات

## رادیویی برای اوقات فراغت

حمیدرضا مقدسی

تهیه کننده رادیو

و مدیر نظارت رادیو تابستانه

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

رتال جامع علوم انسانی



فراغت محسوب می‌شود برای سایرین این چنین نباشد. و حتی گاهی اوقات فراغت افراد متأثر از هم دیگر است. مثلاً وقتی مدارس در تابستان تعطیل می‌شوند در واقع دانش‌آموزان و دانشجویان و مدرسان به اوقات فراغت می‌رسند اما به تبع شرایط آنها خانواده‌هایشان نیز خود را در شرایط فراغتی می‌بینند که لزوم برنامه‌ریزی برای آن را احساس می‌کنند. همانطور که گفته شد هر شخصی برای اوقات فراغت خود فعالیت یا سرگرمی را در نظر می‌گیرد که می‌تواند یک حرفه یا هنر یا صنعت باشد. اما در این میان برخی فعالیت‌ها هستند که انتخاب مشترک همگان برای اوقات فراغت هستند و آنها همان وسایل ارتباط جمعی می‌باشند.

هر چند کاربرد و هدف اصلی این وسایل پرکردن اوقات فراغت نیست اما مناسب‌ترین زمان مصرف وسایل ارتباط جمعی هنگام اوقات فراغت است. با این تعریف اوقات فراغت دست کم می‌تواند یکی از اهداف رسانه محسوب شود. کتاب از جمله ابزار مناسب برای اوقات فراغت همگان است چه به لحاظ شغلی با آن سروکار داشته باشد چه نداشته باشد؛ روزنامه، مجله، تلویزیون و رادیو نیز از آن دسته‌اند. شاید بتوان گفت که وسایل ارتباط جمعی بیش از هر منظور دیگر برای سرگرمی از سوی مخاطب مورد استفاده قرار می‌گیرند پس لازم است پیام‌های ارتباط جمعی که به منظور آگاهی، تحلیل، ترغیب، آموزش، ترویج و تبلیغ به کار گرفته می‌شوند سرگرم کننده نیز باشند. (رادیو و ارتباط توسعه‌ای، دکتر خاتون‌آبادی، ص ۱۰۱ پاورقی) با این توضیحات می‌توان دریافت که وسایل ارتباط جمعی ذاتاً متعلق به اوقات فراغت نیستند اما عملاً مناسب استفاده در اوقات فراغت می‌باشند چرا که کارکرد آنها چندجانبه است و شاید بتوان گفت یکی از جنبه‌های آنها اوقات فراغت است.

پیش از آن که وسایل نوین ارتباط جمعی مثل اینترنت، وب و غیره پا به عرصه ارتباطات انسانی نهند تلویزیون در صدر وسایل ارتباطی مورد استفاده مردم بود اما امروزه همه چیز تغییر کرده و جای خود را به جهان نوین ارتباطی داده است. با این وجود نقش رادیو در عرصه ارتباطات جمعی همچنان به قوت خود باقی است تا جایی که حتی به جرئت می‌توان گفت به دلیل شتاب‌زدگی انسان در عصر کنونی آمیخته با فناوری، سرانه مطالعه کتاب در اکثر جوامع بسیار

اندک است و در خواندن جراید و نشریات اغلب فقط به نگاه گذرا بر تیتراژ آنها بسنده می‌شود، اما رادیو وضعیت اعتدال خود را همچنان حفظ کرده است. رادیو به دلیل کم‌حجم بودن گیرنده آن، قابل دسترسی بودن امواج در هر مکان و قابلیت بهره‌برداری در هر زمان و مکان همیشه مورد اقبال مردم بوده است و به عنوان صمیمی‌ترین وسیله ارتباط جمعی قابل توجه است.

رادیو با ویژگی‌هایش احیاءکننده جایگاه سایر وسایل ارتباط جمعی است. استفاده از محتوای کتب و جراید در برنامه‌ها، معرفی و بررسی آثار هنری و سینمایی و دیگر موارد خود از مظاهر همراه بودن رادیو با دیگر وسایل ارتباط جمعی است. از سویی، رادیو یاری‌رسان مخاطبان در دسترسی به محتوای بسیاری دیگر از وسایل ارتباط جمعی است. وقتی کتاب یا نشریه‌ای در قالب یک برنامه رادیویی به مخاطب عرضه می‌شود، او را در رسیدن به محتوایی که شاید مدت‌ها به دنبال آن بود و نمی‌یافت، کمک می‌کند.

وقتی همه این‌ها را کنار هم می‌گذاریم مشخص می‌شود که همه این کارکردهای رادیو می‌تواند بخشی از خدمات آن در اوقات فراغت افراد باشد؛ اوقاتی که شاید به صورت لحظه‌ای برای فرد فراهم شود و اگر به آن توجه نشود بیهوده سپری خواهد شد مانند لحظات انتظار در ایستگاه اتوبوس و مترو، هنگام حضور در وسایل نقلیه و فاصله زمانی مبدأ تا مقصد، لحظات انتظار در نوبت مراکز درمانی و... در این مواقع که انجام هیچ کاری میسر نیست شنیدن رادیو به خوبی امکان‌پذیر است. همچنین اوقاتی که شاید مستمر باشند مثل لحظه‌های شبانه پیش از خواب که شنیدن یک رمان در قالب برنامه رادیویی چند قسمتی چگونه می‌تواند تصویر ذهنی مخاطب را شکوفا کند تا چه رسد به اوقاتی چون تابستان! این مباحث اهمیت نقش رادیو و لزوم برنامه‌ریزی‌های ویژه برای اوقات فراغت شنوندگان را نشان می‌دهد. اما این برنامه‌ریزی بستگی به نوع شبکه و طیف مخاطبان آن هم دارد. شبکه‌های اختصاصی و تخصصی با توجه به طیف مخاطبان خود باید به برنامه‌ریزی‌های کوتاه مدت یا مقطعی و طولانی مدت درباره اوقات فراغت مخاطبان بپردازند.

اما مسئله اوقات فراغت برای مقاطع خاص مکانی و یا زمانی مثل فصل تابستان که متوجه عموم مردم یک جامعه است بیشتر متوجه شبکه‌های عمومی است.

شاید الزامات خاص، اهالی رسانه را بر آن دارد تا یک شبکه اختصاصی ویژه اوقات فراغت را تدارک بینند که این خود یک اقدام به هنگام رسانه‌ای محسوب می‌شود. چنین شبکه‌هایی ذاتاً عمومی هستند اما چون در یک مدت زمان خاصی دایر می‌باشند پس به اعتبار موضوع و زمان فعالیت خود، در زمره شبکه‌های اختصاصی به شمار می‌روند.

اما نقش چنین رادیوهایی چیست و چه باید انجام دهند که سایر رادیوها انجام ندهند داد؟ همانطور که پیش از این نیز اشاره شد رادیو به‌عنوان یکی از وسایل ارتباط جمعی می‌تواند کارکردهای مختلفی داشته باشد. وقتی می‌گوییم مصرف وسایل ارتباط جمعی ممکن است معانی مختلفی داشته باشد، مثلاً به معنای ارائه از سوی وسیله ارتباط جمعی مطرح شود، معنی‌ای که فقط دلالت بر یک عمل یعنی ارائه و متعاقباً درک می‌کند یا در زمینه‌ای دیگر، کلمه مصرف می‌تواند به معنای یک فراگرد پیچیده‌تر باشد که در آن محتوای خاص ارتباطی، تحت شرایط ویژه مورد استفاده قرار گیرد. در وسایل ارتباط جمعی، انجام وظیفه خاص هر وسیله ارتباط جمعی با انتظارات ویژه‌ای که از آن وسیله می‌رود و پاداشی که گیرنده دارد به یکدیگر گره می‌خورند. (ارتباط‌شناسی، دکتر مهدی محسنیان راد، ص ۴۶۹)

از سویی طبق نظر ویندال سه احتمال برای توضیح شکل‌های گوناگون استفاده از وسایل ارتباط جمعی وجود دارند که به طور خلاصه عبارتند از:

الف. ویژگی محتوایی وسیله ارتباط جمعی تعیین‌کننده بسیاری از پیامدهای آن می‌باشد.

ب. مصرف وسایل ارتباط جمعی به عنوان عامل پیامد فراگردهای ارتباطی بیشتر بر پایه عادت مخاطب به مصرف یک ایستگاه خاص می‌باشد.

ج. ممکن است سهمی از پیامدهای حضور وسایل ارتباط جمعی ناشی از مصرف وسایل ارتباطی و سمعی ناشی از محتوای آنها باشد.

بنابراین سهمی از پیامد وسایل ارتباط جمعی ناشی از تشویق از سوی محتوای آن است مثل یادگیری که ویندال به آن تأثیر می‌گوید. بخشی از آن نیز نتیجه فراگردی است که به‌طور خودکار ناشی از مصرف آن وسیله به‌خصوص است که به آن نتایج می‌گوید و سهمی نیز ناشی از همزمانی در فراگرد محتوا و مصرف است که به آن تأثیرات باهم می‌گوید (ارتباط‌شناسی،

دکتر مهدی محسنیان راد، ص ۴۷۱)

بر همین اساس باید گفت که رادیوهای فصلی مثل **رادیو تابستانه** که ویژه اوقات فراغت تابستانی طراحی شده‌اند از احتمال مصرف، کمتر تبعیت می‌کنند و بیشتر معطوف به ویژگی محتوایی هستند چرا که چنین رادیویی فرصتی برای ایجاد عادت در مخاطب ندارد و به دلیل کوتاه بودن عمرش باید با محتوای ویژه، مخاطب خود را به سرعت جذب کند. این محتوا در مفهوم کلی شامل ساختار، موضوع و متن برنامه می‌باشد. در چنین رادیوهای ویژه‌ای می‌بایست با بهره‌گیری از قالب‌های رادیویی، ساختاری جذاب را طراحی کرد و با بیان موضوعات جذاب و مناسب زمان فراغت برای طیف متنوع مخاطبان، شنونده را با رادیو پیوند داد. باید به این حقیقت توجه کامل داشت که رادیو یک وسیله اطلاعاتی-تفریحی است، در نظر گرفتن مناسب‌ترین موضوع‌ها در برنامه و انتخاب جذاب‌ترین و سرگرم‌کننده‌ترین قالب‌ها، ما را در این مسیر کمک شایانی خواهد کرد. (رادیو و ارتباط توسعه‌ای، دکتر سیداحمدخاتون آبادی، ص ۱۰۱)

یکی از عناصری که به موفقیت رادیوهای مقطعی یا فصلی کمک می‌کند، حضور مستقیم مخاطب به عنوان بخشی از برنامه می‌باشد. تولید برنامه با تکیه و پشتیبانی مستقیم مخاطب از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و در این راه باید از هر شیوه و ابزاری برای حضور مداوم مخاطب در برنامه‌ها بهره برد.

رادیوی اوقات فراغت هرگز نباید به صورت یک سویه عمل کند و از آنجایی که برای اوقات فراغت مخاطب آن، که متعلق به خودشان است، کار می‌کند پس باید نقش خود مخاطب را در این مسیر جدی بگیرد و به عبارتی باید مخاطب را درگردونه برنامه بازی دهد. البته هر چند که اکثر شبکه‌های رادیویی به فراخور برنامه‌ها از حضور مخاطب استفاده می‌کنند اما در رادیوهای ویژه اوقات فراغت این حضور صرفاً از نوع طرح موضوع یا مسئله نیست بلکه از مدل مخاطب برای مخاطب استفاده می‌شود بدین مفهوم که مخاطب به عنوان یکی از عناصر اصلی شکل‌گیری برنامه است و چه بسا جذاب‌ترین قسمت برنامه و نقطه اوج آن بخشی است که با حضور مستقیم خود مخاطبان تهیه شده است و این خصوصیت نقش رادیوهای ویژه اوقات فراغت را از سایر شبکه‌های رادیویی مجزا می‌کند.

**رادیو تابستانه** ابتکاری خلاقانه از طرف معاون محترم صدا جناب آقای صوفی بود که با مدیریت آقای رضا رضایی و تلاش‌های اهالی رادیو به نتیجه رسید. از زمانی که این وظیفه به گروه عصرگاهی واگذار شد، تلاش شد با کمک برنامه‌سازان دلسوزی که همواره برنامه‌های خلاقانه ایشان شنیده می‌شود، ساعات و لحظاتی شاد و مفرح و تابستانه ایجاد کند.

این رادیوی نوپا که حاصل فکر جمعی از مخاطب‌شناسان بوده، فعالیت خود را با پرداخت به موضوعات تابستان، فراغت، مسافرت، معرفی تفرجگاه‌ها، معرفی جاذبه‌های ایران، فرهنگ مسافرت و دهها مورد دیگر، آغاز کرد و محوریت اخلاق که یکی از مطالبات مقام معظم رهبری است را در دستور کار تمامی برنامه‌های خود قرار داد و مقرر شد هر روز در هر بخش (صبحگاهی و عصرگاهی) با طرح موضوعات مبتکرانه اخلاقی، محیطی شاد

فراهم کند.

فرم و محتوا، دو مقوله‌ای است که اهالی رادیو با آن آشنايند، **رادیو تابستانه** توانست به فرم و محتوای جدیدی دست یابد به این شکل که با بهره‌گیری از آیتم‌های کاربردی، سرعت و دقت را در دستور کار خود قرار داد تا به هدف اصلی یعنی جذب مخاطب دست یابد.

استفاده از ریتم تند، اطلاع‌رسانی، گفت‌وگو با کارشناسان حوزه‌های گردشگری و اطلاع‌رسانی با شیوه‌ای خلاقانه یک پاتوق شاد برای مخاطبان این موج ایجاد کند.

جالب اینجاست که تیم‌های برنامه‌سازی در **رادیو تابستانه** حتی روزهایی که نوبت کاریشان نیست این رادیو را می‌شنوند و مشتاقانه آن را همراهی می‌کنند.

**رادیو تابستانه** اتفاقی جدید است برای اهالی رادیو و باعث شده همکاران با انرژی و عشق مضاعف در این استودیو

هنرنمایی کنند و این هنر، زمانی به منصفه ظهور می‌رسد که مخاطبان با پیامک‌ها و تماس‌هایشان رنگ‌آمیزی برنامه را کامل و زیباتر می‌کنند.

اعتقاد من بعنوان یکی از دست‌اندرکاران **رادیو تابستانه** این است که حضور شنونده از طرق مختلف مانند صدای تلفن، گزارش و یا خواندن پیامک‌ها اعتماد مخاطب را بیشتر و برنامه را نیز پویاتر می‌کند.

### تأثیر یک پیامک

بعضی از پیامک‌ها یا تلفن‌های شنوندگان وقتی در اتاق فکر بررسی می‌شوند، خط فکری به برنامه می‌دهند.

به عنوان مثال روزی که موضوع برنامه امانت بود یک خانم شنونده پیامک داد با این مضمون "به آقایان بگویید امانت‌دار زندگی‌شان باشند" این‌گونه پیامک‌ها روی همکاران تأثیر زیادی می‌گذارد و مسئولیت برنامه‌سازان را سنگین‌تر می‌کند به طوری که توجه به خانواده

# رادیو تابستانه؛ یک ابتکار خلاقانه، یک پاتوق شاد تابستانه

هادی ماهر

مدیر بخش عصرگاهی رادیو تابستانه



و مقوله‌های تربیتی نیز در دستور کار برنامه‌های **رادیو تابستانه** قرار گرفت.

### عملکرد

و اما گروه عصرگاهی **رادیو تابستانه** از روز اول با هشت آیتم برنامه‌های خود را شروع کرد و پس از دو هفته تعداد آیتم‌های این بخش به ۱۵ عدد افزایش یافت. این گروه برای ماه مبارک رمضان نیز در حال تولید آیتم‌های بسیار شنیدنی و پرمحتواست.

مخاطبان **رادیو تابستانه** هر روز می‌توانند روی صفحه سایت این رادیو (کنداکتور) یا جدول پخش برنامه را مشاهده کنند.

**رادیو تابستانه**، خستگی عوامل را برطرف می‌کند.

یکی از گویندگان در اولین روز حضورشان بعد از چهار ساعت اجرای سنگین، موقع خداحافظی بیان می‌کردند که من امروز از این رادیو انرژی بسیاری گرفتم زیرا شنونده و مخاطب را بیشتر

حس می‌کنم. اینجا فاصله مخاطب و رادیو به حداقل رسیده، خصوصاً در بخش خواندن پیامک‌ها، شنوندگان به من انرژی بسیار زیادی دادند.

این صحبت‌های خسته‌ترین عضو برنامه **رادیو تابستانه** بود چرا که گوینده باید در آن واحد پیشنهاد اتاق فرمان را بشنود، با مطلب مقابلش تطبیق دهد، آنرا به تلفن شنونده‌ای که لحظاتی پیش پخش شده پیوند دهد، حواسش به ساعت باشد، چراغ قرمز را ببیند، سپس با یک نفس تازه و اجرایی خارق‌العاده گویندگی کند

### اتفاق فکر ۳۰ ثانیه‌ای - تحول در

### محتوا - ایده‌های نو

به لطف و عنایت پروردگار، رادیو دارای عوامل توانمند و با ذوقی است اما حضور آنها در **رادیو تابستانه**، باعث شده ذوق و ابتکار عملشان چند برابر شود چراکه داخل استودیوی **رادیو تابستانه**، همه افراد در یک لحظه به کمک سردبیر و تهیه‌کننده می‌آیند، اتاق فکری تشکیل

می‌دهند (در حد ۳۰ ثانیه) سپس نتیجه را روی آنتن می‌فرستند، اینجا تهیه‌کننده و سردبیر و گوینده و صدابردار و هماهنگی و تلفنچی و مدیر گروه، در لحظات بسیاری از برنامه با هم‌فکری و ایده‌پردازی، ایده‌های نو می‌سازند و محتوا را متحول می‌کنند.

در بسیاری از مواقع نیز مدیر محترم شبکه، که از شنوندگان و همراهان همیشگی **رادیو تابستانه** است، سرپرستی چنین همفکری‌های لحظه‌ای را به عهده می‌گیرند، تا شاهد چهار ساعت نشاط و نوآوری باشیم.

البته تحول در محتوا و ایده‌های نو در جلسات کارشناسی (یا همان اتاق فکر) بطور مستمر صورت می‌گیرد و امید است **رادیو تابستانه** توانسته باشد انتظار معاون محترم صدا را که همان "تحول در محتوا - ایده‌های نو" می‌باشد را به انجام رسانده باشد.

