

## راهبردهای برنامه سازی برای آینده

تنها وسیله در دسترس برای مخاطب نیست - انواع نورهای موسیقی و سیستم های صوتی دیجیتال، سریعاً جایگزین آن خواهد شد. از سوی دیگر، پک «بات اساس» در قالب و محتوای برنامه‌ها می‌تواند افرادی را جذب کند که به دنبال برنامه‌هایی با حداقل ایراد هستند. اما چنانچه رادیویی، صرفاً بر این مبنای برنامه پخش کند که برنامه‌ها با حداقل ایراد داشته باشد، این خطر نیز وجود خواهد داشت که ارتباط خود را با نیازهای مخاطب از دست بدهد. در اینجا به بحثی می‌رسیم که در آن نوعی تضاد وجود دارد و آن کنار هم قرار دادن دو واژه‌ای است که به طور طبیعی نقطه مقابل یکدیگرند. این تضاد عبارت است از: «کیفیت ثابت» این دو واژه نمی‌توانند در کنار یکدیگر برای رادیو کارکرد داشته باشند؛ زیرا برای آن که برنامه سازی با کیفیت امروز، برای فردا هم کاربرد داشته باشد، ثابت نبودن امری اجتناب ناپذیر است. کوشش در جهت ثابت نگه داشتن برنامه سازی، نه تنها از افات اذهان ضعیف است، بلکه برای قالب‌های رادیویی نیز آفتی محسوب می‌شود.

در ارتباط با دریافت کلی مخاطب از رادیو، سه عامل تعیین کننده برای ایستگاه‌های رادیویی تعریف می‌شود: اطلاع، ساختار قالب و قابلیت اعتماد. ویژگی‌های مرتبط با عامل اطلاع که بر تعیین موقعیت یک ایستگاه رادیویی اثر می‌گذارد، عبارتند از: تماس مداوم با آنچه در اطراف روی می‌دهد، فراهم نمودن اطلاعات روزمره مورد نظر و برخورداری از گویندگان دلچسب. ویژگی‌های ساختار قالب، شامل برگزاری مسابقات در قالب‌هایی است که مخاطب را به مشارکت می‌طلبد و همچنین تعداد قابل قبول



چند دهه قبل، «هل کلاین» تهیه کننده برنامه‌های تلویزیونی، نظریه‌ای مطرح کرد: برنامه‌ای که حداقل آیزاد به آن وارد است، بر مبنای این نظریه، مردم زمانی که احساس کنند برنامه‌ای برایشان آزار دهنده نیست، آن را تماشا می‌کنند و بنابراین برای رضی کردن چنین مخاطبانی، کافی است که ایرادهای برنامه را تا آن حد کاهش دهیم که برای مخاطب آزار دهنده نباشد. اگر مردم آنچه را که یک ایستگاه رادیویی پخش می‌کند قبول نکنند - از آنجا که رادیو

آکهی های تجارتي قابليت اعتماد، با احساس انتظار نيات تعريف مي شود؛ يعني شنونده بدانند كه وقتی ايستگاه راديويي خاصي را مي گيرد، بايد انتظار شنيدن چه نوع برنامه‌اي را داشته باشد، زيرا معمولاً ايستگاه‌هاي راديويي در كل، نوعي رويكرد ثابت نسبت به برنامه سازي خود دارند؛ در نتيجه مخاطب مي تواند از ايستگاه مورد نظر خود، استفاده كند و از آن خسته نشود.

امروزه پيشرفت و گسترش روز افزون وسايل ارتباط جمعي، بخش عمده‌اي از مخاطبان راديو را به خود مشغول داشته است. در اين بين، براي ايستگاه‌هايي كه برنامه‌هايشان اساساً بر محور پخش موسيقي است، دو تهديد وجود دارد: ادامه وجود و تيزتر گذاري نوازي‌هاي ويدئويي موسيقي و ديگر، سرويس‌هاي دييجيتالسي صدا با تمام مظاهرش.

در ارتباط با تخصصي شدن قالب، «مك لندن» در سال ۱۹۶۲، پايه‌اي با اين مضمون صادر كرد، فراديو نبايد در وسيع‌ترين سطح پاسخ گويي به نيازها باشد، بلكه بايد پاسخ گويي نيازها را در محدوده‌ترين سطح باشد. امروزه بسياري از ايستگاه‌هاي راديويي وجود دارند كه با قالب مورد نظر مردم، برنامه سازي مي كنند. لکن نسبت به ايستگاه‌هايي كه براي گروه‌هاي كوچك‌تر از مخاطبان با كيفيت بهتر برنامه پخش مي كنند، شنونده بسيار كم‌تري دارند. بسياري از ايستگاه‌ها كه براي مخاطبان خاص مورد نظر برنامه پخش مي كنند، در زمره پرطرفدارترين شبكه‌ها قرار گرفته‌اند و راز اين موفقيت آن است كه همواره از خود پرسيدند: «شنونده واقعا چه مي خواهد؟»

در ارتباط با اثرات نوازي‌هاي ويدئويي موسيقي، «شورون استرو» بيان كرد كه هر چند برنامه سازان منكر اثر اين نوازي‌ها بر استفاده از راديو نيستند، لکن عقیده دارند كه، راديو رسانه‌اي متفاوت و با ويژگي‌هاي استفاده كاملاً متفاوت است.

نوازي‌هاي ويدئويي موسيقي ذاتاً نوعي نوآوري مداوم را طلب مي كنند و به همين دليل مي توانند شبلي زود كهنه شوند.

برخي عقیده دارند راديو به سادگي در مقابل اثرات نوازي‌هاي ويدئويي مصونيت دارد.

كيفيت محتوای نوازي‌هاي ويدئويي موسيقي از اين نظر با راديو متفاوت است كه راديو امكان تخيل بيشتري را به مخاطب مي دهد، در حالي كه نوازي‌هاي ويدئويي خلاقيت

شنونده پايينده را از بين مي برد.  
گروه سناری که نوعاً مخاطب مورد نظر نوازي‌هاي ويدئويي موسيقي است، جوان‌تر از مخاطبان مورد نظر راديو است.

نوازي‌هاي ويدئويي موسيقي، بر ديگر فعاليت‌هاي اوقات فراغت، بيشتر از راديو اثر مي گذارند.

در مورد سيستم‌هاي صوتي دييجيتال نيز مي توان گفت كه ايستگاه‌هاي آنالوگ FM به كار خود ادامه خواهند داد، لکن ايستگاه‌هاي AM براي افزون به درصد شنوندگان خود، در جهت تغيير سيستم دييجيتالي، حركت كرده‌اند. ايستگاه‌هاي AM در ابتدا برنامه‌هايي بر مبنای گفت و شنود پخش مي كردند و با حركت به سمت دييجيتالي شدن، به پخش موسيقي با كيفيت بالا و نهايتاً به سوي نمايش ميل كرده‌اند. ايستگاه‌هاي آنالوگ FM نيز در مسير تكاملی خود، همين روند را پيش گرفته و امروزه به سطح سيستم صوتي دييجيتالي و پخش برنامه‌هاي گفت و شنود روي آورده‌اند. در ميان سيستم‌هاي دييجيتالي، هنوز ماهواره‌هاي پخش كننده موسيقي، به صورت يك طرفه (از ماهواره به مخاطب) عمل مي كنند. سرويس‌هايي كه با سفارش مخاطب و به صورت استفاده فوري عمل مي كنند، به رايانه‌ها اختصاص دارند و تكامل سريعي در اين زمينه در حال تكوين است. براي مثال نرم افزارهايي چون Real Audio امكان استفاده بلافاصله از محتوای صوتي اينترنت را فراهم مي كند و نيازي نيست كه استفاده كننده، براي انتقال اطلاعات صبر كند. در نتيجه Real Audio براي استفاده كننده امكان دستيابي به محتوای صوتي با سفارش فوري و همچنين ارتباط با محتوای ديداري اينترنت را فراهم مي كند.

امروزه ايستگاه‌هاي راديو براي پخش برنامه‌ها به سراسر جهان از طريق اينترنت، از چنين نرم افزارهايي بهره گرفته‌اند. در اين ميان، اين سؤال وجود دارد كه با توجه به همزيستي دو سيستم آنالوگ و دييجيتال، در حال حاضر افزايش تعداد نوازي‌هاي جلب گوش‌هاي شنوندگان، مخاطبان چند دقيقه در روز را منتهیاً به گوش دادن به راديو مي گذارند؟ پاسخ به اين سؤال، پيش از آن كه به تكامل فناوري توليد بستگي داشته باشد، به تكامل توليد برنامه و آن هم در جهت خواست مخاطب مربوط مي شود؛ يعني برنامه سازي‌اي كه پاسخ گوي نيازهاي مخاطب باشد.

