

تحلیل نظرسنجی از جوانان و نوجوانان تهران، درباره شبکه رادیویی ورزش



● بهمن مسقطیان

کارشناس ارشد جامعه‌شناسی

اقتضای مختلف برای انجام ورزش‌هایی متناسب با جنسیت، وضعیت جسمی، شرایط محیطی، سن و امکانات مالی.

- تبیین جایگاه کمی و کیفی ورزش در زندگی و تاکید بر ابزار بودن آن برای سلامتی.

- ترویج تقدم روحیه پهلوانی بر قهرمانی و محور قرار گرفتن اخلاق و ارزشها به جای اصالت پیروزی در مسابقات.

- معرفی آداب، اخلاق، سنن، امتیازات و برجستگیهای فرهنگی ورزش ایرانی- اسلامی و معرفی آثار و نمودهای مثبت آنها در زندگی فردی و اجتماعی در مقایسه با سایر فرهنگها.

حدودی خلا ایجاد شده در این زمینه را برطرف کرد.

رادیو به عنوان یک رسانه جمعی قدمهای موثری در این زمینه برداشت. با توجه به جوان بودن جامعه و به ویژه علاقه نوجوانان و جوانان به ورزش، مسئولان و دست اندرکاران رادیو در سال ۱۳۷۸ اقدام به تاسیس شبکه‌ای مجزا در امر ورزش نمودند.

از جمله اهدافی که این شبکه رادیویی به دنبال آن است، عبارتند از:

- وارد شدن به تمام مقولات ورزشی (علمی، پزشکی، آموزشی، پخش مسابقات ورزشی و...) آن هم به صورت تخصصی.
- معرفی ورزشهای مناسب و تشویق

ورزش به عنوان یک پدیده اجتماعی، نقش بسیار مهمی در جهان امروز و همه ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اخلاقی و بهداشتی ایفا می‌کند. به همین علت یکی از دغدغه‌های اداره‌کننده‌های هر جامعه، توجه به ورزش و برنامه‌ریزی هرچه بهتر، در جهت معطوف کردن همه اقتضای جامعه و به ویژه نوجوانان و جوانان، به مقوله ورزش است.

بعد از انقلاب اسلامی ایران و بروز جنگ تحمیلی، توجه کمتری به مقوله ورزش و ورزش کردن شده بود. اما خوشبختانه با برنامه‌ریزیهای دلسوزانه‌ای که بعد از آن در امر ورزش توسط دست اندرکاران آن صورت گرفت، عملاً تا

... و-

به منظور آگاهی از میزان مخاطبان و اطلاع از وضعیت برنامه‌های پخش شده و پیشنهادات و انتقادات مخاطبان این شبکه و همچنین آگاهی از مخاطبان غیرفعال و اهم دلایل آنها برای گوش نکردن به برنامه‌های این شبکه، امور سنجش برنامه‌ای مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای، اقدام به نظرسنجی از مردم تهران درباره شبکه رادیویی ورزش در مرداد ماه ۱۳۸۱ نمود.

نتایج به دست آمده از این نظرسنجی نشان می‌دهد که میزان شنونده‌های این شبکه رادیویی، در مقایسه با نظرسنجیهای انجام شده در سال ۱۳۷۸ تقلیل یافته است. به طوری که میزان شنونده‌های این شبکه رادیویی از ۳۰ درصد در سال ۱۳۷۸ به ۲۲ درصد در سال ۱۳۸۱ رسیده است. یعنی ۸ درصد کمتر از سال ۱۳۷۸ و این نشان دهنده عدم موفقیت این شبکه در جذب مخاطبان در سال ۱۳۸۱ می‌باشد در صورتی که با توجه به تازه تاسیس بودن و عدم اطلاع مردم از این شبکه و برخورداری از نیروهای کم تجربه و همچنین امکانات کمتر و ساعت پخش کمتر در سال ۱۳۷۸ در مقایسه با سال ۸۱ و با توجه به جوان بودن جامعه ما و اشتیاق همه اقشار جامعه به ورزش به-

ویژه جوانان باید شاهد رشد بیشتر این شبکه بودیم، ولی نه تنها به مخاطبان این شبکه افزوده نشده است بلکه حتی کاسته نیز شده است و از این میزان شنونده حدود ۱۷ درصد به ندرت و گاهی اوقات به برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش گوش فرا می‌دهند و این حاکی از عدم کیفیت برنامه‌های این شبکه و عدم برآورده شدن خواسته‌های مخاطبان است. به طوری که ۲۸ درصد پاسخگویان برنامه‌های ورزشی تلویزیون را به برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش ترجیح می‌دهند و همچنین با عدم

ایجاد رغبت و انگیزه‌های لازم ۴۴ درصد پاسخگویان علاقه‌ای به گوش دادن به برنامه‌های رادیویی ندارند. در صورتی که درست است رادیو به دلیل کوربودن فاقد جاذبه‌های تصویری است ولی با این حال از قابلیت‌هایی برخوردار است که می‌تواند این نقیصه را کاملاً تحت پوشش قرار دهد. رادیو با به کار بردن نمادهای سمعی و کلامی قادر است تصاویر بدیع در ذهن مخاطبان ایجاد کرده و خلا جاذبه‌های تصویری را پر کند. تصویرسازی از طریق نمادهای سمعی و کلامی برای رادیو منحصر به فرد است، به طوری که هر شنونده

تلویزیون یا نشستن روی نیمکت‌های ورزشگاه، گوش دادن به مسابقه از رادیو، این امکان را برای فرد فراهم می‌کند که همزمان با تعقیب مسابقه، هر کاری انجام دهد. هنوز هم بعضی از کسانی که می‌توانند مسابقه را از تلویزیون تماشا کنند و وقت آن را هم دارند، ترجیح می‌دهند که به گزارش رادیویی آن گوش بدهند و تنها دلیلش این است که این دسته از مردم، شنیدن کلمات را (یعنی علائم و نشانه‌هایی که مستقیماً شبیه آن چه برایشان وضع شده، نیستند) به دیدن تصاویر ترجیح می‌دهند. (کرایسل، ۱۹۹۴: ۲۰۷)

جدول ۱

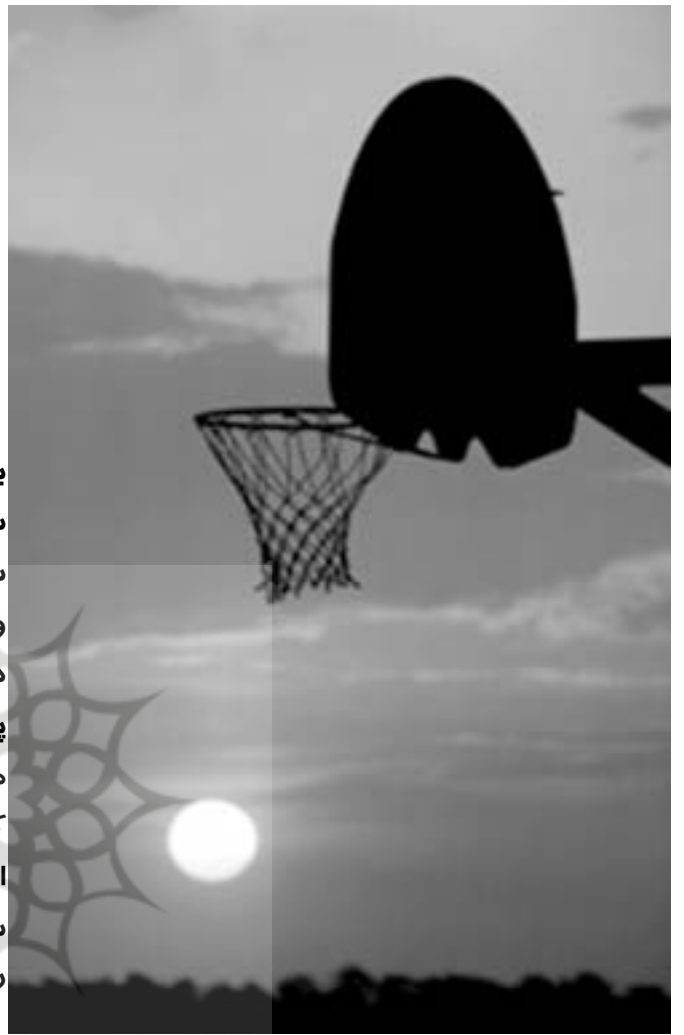
درصد	دلایل
۲۴	- جالب و متنوع بودن
۱۵	- اطلاعات خوبی می‌دهد
۶	- علاقه داشتن
۵	- نشاط‌آور بودن
۴	- زمان پخش مناسب برنامه
۳	- گزارش ورزشی
۲۰	- سایر *
۲۳	- اظهار نشده

* ورزشکار هستم، سرگرم کننده بودن، موفقیت ستارگان را نشان می‌دهد، به مسائل خانوادگی توجه می‌کند، خوب گزارش می‌کنند و ...

قادر است تصاویر خاص خود را در ذهن خلق کند. این وجه مثبت در رادیو BBC به خوبی قابل درک است، دو گزارشگر بسیار خوب در رادیو BBC وجود داشتند که یکی از آنها ریچارد دیمبلی در مناسبت‌های خاص و دیگری جان آرلوت در زمینه بازی کریکت بود. بسیاری از مردم ترجیح می‌دادند که مسابقه‌های کریکت را به دلیل اجرای بسیار خوب جان آرلوت از رادیو گوش کنند. یکی از دلایل احتمالی این بود که برخلاف دیدن مسابقه از طریق

نکته دیگر آنکه بعد از گذشت ۴ سال از تاسیس شبکه رادیویی ورزش، هنوز ۵ درصد پاسخگویان مدعی هستند که اطلاعی از وجود چنین شبکه‌ای در رادیو ندارند. این مطلب نشان دهنده ضعف اطلاع‌رسانی این شبکه است و ضرورت دارد مسئولان و برنامه‌ریزان این شبکه با همکاری شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، مردم را از وجود چنین شبکه‌ای مطلع نمایند. مسئله دیگری که باید در رابطه با میزان





**بعد از گذشت ۴
سال از تاسیس
شبکه رادیویی
ورزش، هنوز ۵
درصد
پاسخگویان
مدعی هستند
که اطلاعی
از وجود چنین
شبکه‌ای در
رادیو ندارند.**

که به‌نظر می‌رسد با توجه به موقعیت کشورمان، یکی از نقطه‌هایی که رادیو می‌تواند در این سپهر رسانه‌ای رصد کند پرداختن به ورزش بانوان است در صورتی که تلویزیون نمی‌تواند از این قابلیت استفاده کند. در حقیقت شرایط کشورمان این موقعیت را برای رادیو محیا کرده تا بتواند از این طریق مخاطبان بیشتری از بین بانوان جلب کند. پس ضروری است که تهیه‌کننده‌ها و برنامه‌سازان توجه بیشتری به امر ورزش بانوان داشته باشند؛ البته توجه به این مطلب به معنی عدم توجه به ورزش آقایان نیست.

همچنین نتایج به دست آمده از نظرسنجی نشان می‌دهد که از میان برنامه‌های پخش شده، به ترتیب چهار برنامه همیشه با ورزش با ۱۲ درصد پاسخگویان و ۵۴ درصد شنونده‌ها، صبح ورزش با ۹ درصد پاسخگویان و ۴۰ درصد شنونده‌ها، ورزش در خانواده با ۸ درصد پاسخگویان و ۵۳ درصد شنونده‌ها و جهان ورزش با ۸ درصد پاسخگویان و ۳۶ درصد شنونده‌ها بیشترین شنونده‌ها را به خود اختصاص داده و ۸۱ درصد شنونده‌ها در حد زیاد و خیلی زیاد از این برنامه‌ها راضی هستند. مهم‌ترین دلایلی که شنونده‌ها برای انتخاب این برنامه‌ها بیان کرده‌اند عبارتند از: **صبح ورزش** به دلیل نشاط‌آور بودن، **جهان ورزش** به دلیل جالب و متنوع بودن و پخش فوتبال، **همیشه با ورزش** به دلیل جالب بودن و ورزش در خانواده به دلیل توجه به مسائل خانوادگی. (جدول ۱)

از لحاظ تأثیری که برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش بر روی شنونده‌ها دارد، نتایج نشان می‌دهد که ۴۶ درصد شنونده‌ها معتقدند برنامه‌ها سبب نشاط آنها می‌شود، ۳۲ درصد معتقد به آموخته شدن برنامه‌ها هستند، ۳۲ درصد به ارتقای معلومات ورزشی خود اشاره می‌کنند و ۳۰ درصد

می‌کنم که به شبکه رادیویی ورزش گوش می‌دهم؛ در صورتی که شبکه‌های دیگر نباید در شنونده‌ها (هرچند به مدت محدود) چنین تصویری را ایجاد نمایند؛ چون علاوه بر از دست دادن مخاطبان خود، سبب کاهش مخاطبان شبکه رادیویی ورزش می‌شود.

نکته دیگری که در این نظرسنجی در رابطه با میزان شنونده‌های این شبکه به دست آمده نشان می‌دهد بین جنسیت و میزان گوش دادن به برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش رابطه‌ای معنی‌دار وجود دارد، یعنی مردان بیش از زنان شنونده شبکه رادیویی ورزش هستند. در صورتی-

مخاطبان این شبکه بیان شود، نداشتن برنامه‌ریزیهای دقیق شبکه‌های رادیویی با یکدیگر است. مثلاً همزمان با پخش گزارش ورزشی از شبکه رادیویی ورزش، شبکه‌های دیگر رادیویی نیز اقدام به پخش گزارش ورزشی مربوطه می‌نمایند که این مسئله حداقل در رسانه رقیب یعنی تلویزیون دیده نمی‌شود. این امر به این معنا نیست که در شبکه‌های دیگر نباید به ورزش پرداخته شود، بلکه باید توجه داشت پرداختن به ورزش آن‌هم به صورت تخصصی وظیفه شبکه‌های دیگر رادیویی نیست. اینجانب گاهی اوقات با روشن کردن شبکه جوان تا دقایقی احساس

معتقدند که برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش سبب علاقه‌مندی آنها به ورزش می‌شود. همچنین ۶ درصد معتقدند این برنامه تاثیر خاصی ندارد، ۲ درصد اعلام کرده‌اند اوقات فراغت را پر می‌کند و ۱ درصد از افراد تاثیر خاصی اظهار نکرده‌اند. در رابطه با مفهوم کلی آموزنده بودن باید خاطر نشان کرد که برنامه‌های ورزشی باید سبب ترویج روحیه پهلوانی، نگاه به ورزش نه به عنوان هدف بلکه به عنوان

نمایشنامه‌های ورزشی از زندگی ورزشکاران، معرفی آثار و کتب ورزشی و... انجام شود. یکی از شیوه‌های جذب مخاطبان، جویا شدن از نظرات آنها و دخالت دادن نظرات و پیشنهادات مخاطبان بالقوه و بالفعل در برنامه‌هاست؛ زیرا اگر مردم احساس کنند که به نحو فعال در ساختن برنامه‌ها مشارکت دارند و در بخش برنامه‌ها از نظرات آنها استفاده می‌شود، مخاطبان

مصاحبه با قهرمانان ورزشی، ۸ درصد تنوع و پرهیز از تکرار، ۶ درصد به کار بستن پیشنهادات و انتقادات مردم به ویژه جوانان، ۵ درصد آموزنده بودن برنامه‌ها، ۴ درصد جذاب بودن برنامه، ۴ درصد مصاحبه با جوانان موفق و ۴ درصد زنده بودن برنامه‌ها را مهم دانسته‌اند. در رابطه با نقاط مثبت و منفی برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش، نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد، که اکثریت شنونده‌ها، یعنی حدود ۱۴ درصد علت قوت برنامه را ترغیب جوانان به ورزش دانسته‌اند، ۱۲ درصد بالا بردن معلومات ورزشی، ۱۲ درصد ایجاد نشاط و سلامتی، ۶ درصد پرکردن اوقات فراغت و... ذکر کرده‌اند.

با وجود قابلیت رسانه رادیو در زمینه ورزش بانوان، متأسفانه شبکه ورزش توجه کافی نسبت به این مقوله نداشته است، در نتیجه درصد بیشتر شنونده‌های این شبکه، آقایان هستند.

در رابطه با نقاط ضعف شبکه رادیویی ورزش ۵۱ درصد شنونده‌ها ابراز داشته‌اند که برنامه‌ها نقاط ضعف ندارند، ۶ درصد وقت گیر بودن مسابقات تلفنی، ۲ درصد عدم تنوع برنامه‌ها و تکراری بودن، ۲ درصد زمان کم برنامه‌ها و ۳۳ درصد نقطه ضعفی را ذکر نکرده‌اند.

آنچه از نتایج نظرسنجی در رابطه با برنامه‌های شبکه رادیویی ورزش می‌توان بیان کرد این است که بیشترین تاکید برنامه‌های این شبکه بر روی نشاط‌آور بودن، آموزنده بودن، اطلاع‌رسانی و ترغیب جوانان به ورزش است. بنابراین تهیه‌کننده‌ها و برنامه‌سازان باید بیشترین تاکید خود را به این موارد معطوف کنند و در ضمن از قالبهای مصاحبه با قهرمانان ورزشی و گزارش مسابقات خارجی و داخلی و همچنین سایر قالبهای دیگر در برنامه‌هایشان استفاده نمایند.

نکته آخر با توجه به قابلیت رسانه رادیو در زمینه ورزش بانوان، شبکه ورزش باید توجه ویژه‌ای نسبت به این بخش داشته باشد.

بیشتری به سوی برنامه جذب خواهند شد. در نظرسنجی انجام شده ۶۵ درصد شنونده‌ها خواهان پخش بیشتر ورزش فوتبال، ۹ درصد رمزی، ۸ درصد شنا، ۶ درصد والیبال، ۵ درصد کشتی از شبکه رادیویی ورزش بودند. (در رابطه با بالاتر بودن درصد علاقه‌مندان به شنا نسبت به کشتی، با توجه به تابستان بودن طبیعی به- نظر می‌رسد.)

در رابطه با قالبهای مورد علاقه شنونده‌ها برای پخش برنامه، نتایج نشان می‌دهد که ۵۰ درصد خواهان پخش برنامه در قالب مصاحبه با قهرمانان ورزشی، ۴۸ درصد در قالب گزارش مسابقات خارجی و داخلی، ۱۸ درصد طنز، ۱۴ درصد مسابقه تلفنی، ۱۰ درصد نمایش، ۹ درصد میزگرد هستند. همچنین در رابطه با این سوال که شبکه رادیویی ورزش چگونه می‌تواند در جلب نظر جوانان موفق باشد؟ اهم نظر شنونده‌ها عبارتند از: ۹ درصد برنامه‌های مورد علاقه جوانان، ۹ درصد

ابزار، ترویج روحیه تعاون و دوستی، ارتقای ارزشهای اخلاقی ورزشکاران؛ مثلاً بزرگواری، مناعت طبع، آزادگی، صداقت، جوانمردی، شجاعت و تواضع، ارتقای سطح خودباوری، معرفی الگوهای برتر ورزشی، ارتقای فرهنگ کار و تلاش و مقابله با روحیه سستی، کاهلی، شاخص‌گرایی و زد و بند و... شود. بنابراین ضرورت دارد تهیه‌کننده‌ها و برنامه‌سازان رادیویی با توجه به مخاطبان جوان این شبکه، چنین ویژگیهایی را در ساختن برنامه‌های ورزشی مدنظر قرار دهند تا از این طریق شاهد درونی شدن این ویژگی در جوانان این مرز و بوم باشیم. اما باید دقت کرد که این ویژگی‌ها نباید به صورت نصایح و پندهای اخلاقی مستقیم ذکر شود بلکه به شیوه غیرمستقیم و با معرفی ورزشکاران نمونه از لحاظ داشتن ویژگیهای مثبت اخلاقی و همچنین معرفی ورزشکاران موفق در صحنه ورزش و علم، معرفی پیشکسوتان ورزشی، ساختن

