

قالب‌های برنامه‌سازی در رادیو

(قسمت سوم)

ترجمه و گردآوری: طیبه شیخزاده
 کارشناس زبان و ادبیات آلمانی و تهیه‌کننده رادیوجوان



اشاره

در مباحث قبل با قالب‌هایی از برنامه‌سازی در رادیو آشنا شدیم که این قالب‌های برنامه‌سازی از متداول‌ترین قالب‌های برنامه‌سازی در تمامی ایستگاه‌های رادیویی به‌شمار می‌آیند. سال‌هاست که برنامه‌سازان در این چارچوب‌ها، برنامه می‌سازند. نویسنده کتاب ایستگاه رادیویی (مایکل کیت) در مقالاتی متعدد، انواع قالب‌های برنامه‌سازی در رادیو را بررسی و تحلیل کرده است. قصد داریم در این مقاله یکی دیگر از قالب‌های گفت‌وگو محور را بر روی موج FM بررسی کنیم. البته دیدگاه کیت در مورد TALK FM قابل ملاحظه است؛ اینکه تولید و پخش برنامه‌های گفت‌وگو محور بر روی FM چه تأثیری بر مخاطب دارند و چگونه بازارهای سرمایه‌گذاری که از ایستگاه‌های رادیویی برای تبلیغات استفاده می‌کنند، جذب این نوع قالب برنامه‌سازی برای تبلیغات شده‌اند. اطمینان دارم که برای شما برنامه‌سازان و مدیران رسانه هم دیدگاه مایکل کیت درباره ارائه برنامه‌های گفت‌وگو محور بر روی موج FM جذاب خواهد بود.



FM TALK

یکی از منحصربه‌فردترین نشانه‌های بروز و ظهور رادیویی تقریباً بدون پخش موسیقی، گسترش «کلام» و گفتار است. به‌ویژه آنکه این قالب گفتاری بر روی موج FM تجربه شده است و به‌خوبی هم به دست‌اندرکاران و مخاطبان پاسخ داده است. جیسون اینسالاکو (Jason In-salaco) یکی از برنامه‌سازان و تهیه‌کنندگان در لس‌آنجلس درباره افزایش کلام در رادیو به‌جای موسیقی در برنامه‌ها اظهار داشته است: «از آنجایی که قالب کلام بر روی موج AM به‌صورت سنتی مرسوم بوده است، سعی کردیم که در سال‌های اخیر این تجربه را بر روی موج FM نیز ارائه دهیم. با ارائه FM TALK در

از برنامه‌های گفت‌وگومحور FM هستند. شنونده‌های FM تمایلی به برنامه‌های AM ندارند و این مسئله در حالی است که در FM بر پخش خبر و اخبار ترافیکی تأکیدی وجود ندارد و برعکس، در AM پخش خبر و اخبار ترافیکی قابل توجه است. این در حالی است که تقریباً قالب‌های موردتوجه گفت‌وگویی در FM به‌وسیله شخصیت‌های محبوبی چون آکا‌هاوارد (aka Haward)، تام لی کیس (Tom leykis) و جانانان براندمایر (janathan Brandmeier) هدایت می‌شوند.

البته دست‌اندرکاران برنامه‌های گفت‌وگومحور در FM، خبرهایی را نیز در برنامه‌ها می‌گنجاند. اما کانون اصلی توجه در برنامه‌ها، برنامه‌های

می‌گیرند در مقایسه با مشارکت شنوندگان برنامه‌های AM، یک گفت‌وگویی منحصربه‌فرد و نمونه را ارائه نمی‌دهند، اما شیوه ارائه، قابل ملاحظه است.

از این گذشته، پخش موسیقی در لابه‌لای بخش‌های گفت‌وگویی FM با قالب‌های راک (Rock) و آلترناتیو (Alternative) ارائه می‌شوند. موسیقی‌ها در واقع براساس موسیقی‌های ضدونقیض و متفاوت هنرمندانی گزینش می‌شود که آخرین و جدیدترین ساخته‌های خود را به ایستگاه‌های رادیویی ارائه می‌دهند و البته این مسئله علاوه‌برآنکه طراوت و شادابی خاصی به برنامه‌ها و ایستگاه‌های رادیویی می‌دهد، موجب جذب شنوندگانی بیشتر به برنامه‌ها می‌شود. به همین دلیل است که شنونده راغب به تماس گرفتن با برنامه است و در آن، مشارکت جدی دارد. در قالب FM TALK که برنامه‌ها گفت‌وگومحور هستند، حجم موسیقی کمی که در لابه‌لای گفت‌وگو گنجانده می‌شود، موسیقی‌های جدید، با طراوت و شاداب هستند و همین تفاوت در ساختار برنامه باعث جذب مخاطب می‌شود.

FM TALK از قالب‌های برنامه‌سازی راک مدرن (Modern Rock)، آلترناتیو و راک کلاسیک (Classic Rock) نشئت گرفته است و به همین دلیل آینده برنامه‌های گفت‌وگومحور بر روی موج FM (FM TALK) بسیار روشن و موفق به‌نظر می‌رسد. این قالب‌ها که در سال‌های اخیر در برنامه‌های گفت‌وگویی FM بسیار متداول و موجب جذب و مشارکت مخاطبان زیادی شده، در جذب سرمایه‌گذاران بازارهای بزرگ هم بسیار موردتوجه بوده است. یک نمونه خوب در این زمینه، فرانکس FM 2960 در بوستون است که برای استادیوم‌ها و تالارها طراحی شده است. در واقع می‌توان گفت: در سال‌های اخیر، FM با برنامه‌های گفت‌وگومحور خود، برنامه‌های AM را که برای سرمایه‌گذاران بازارها با قالب گفت‌وگو طراحی شده بودند، به مبارزه طلبیده است. بنابراین، سرمایه‌گذاران بازارهای بزرگ خواهان طراحی برنامه‌ها بر روی FM هستند.

{ادامه دارد...}

با ارائه FM TALK در سال‌های اخیر، افزایش سرسام‌آور برنامه‌های کلام‌محور و گفتاری با پخش بسیار کم موسیقی تقریباً به‌صورت قالبی مردم‌پسند در آمده است که با استقبال مخاطبان مواجه شده است.

سرگرم‌کننده است. برنامه‌های گفت‌وگومحور FM بیشتر شبیه یک ایستگاه موسیقایی FM عمل می‌کنند تا یک ایستگاه گفت‌وگومحور AM. ویژگی‌های FM TALK استفاده از قطعات و برنامه‌های کوتاه که دارای تنوع بیشتری هم هستند در مقایسه با یک ساعت برنامه گفت‌وگومحور AM است.

مباحث FM TALK بیشتر اخباری درباره متن جامعه، خانه‌به‌دوشان، مجلات عامه‌پسند، ورزش‌های محلی و بخش‌های سرگرم‌کننده روزنامه‌هاست. سرفصل‌ها مانند بیشتر برنامه‌های AM خیلی عمیق نیستند.

مشارکت شنوندگان هم بخش اعظمی از برنامه‌های گفت‌وگومحور FM را تشکیل می‌دهند. هرچند شنوندگانی که با برنامه تماس

سال‌های اخیر، افزایش سرسام‌آور برنامه‌های کلام‌محور و گفتاری با پخش بسیار کم موسیقی تقریباً به‌صورت قالبی مردم‌پسند در آمده است که با استقبال مخاطبان مواجه شده است. این مسئله که قالب‌های گفت‌وگومحور رادیویی می‌توانند مخاطب‌پسند باشند، بیشتر از طرف برنامه‌سازان نادیده گرفته می‌شد. مخاطبان اصلی «قالب‌های گفت‌وگویی»، مخاطبان ۲۵ تا ۴۴ ساله هستند که این نکته‌ای قابل تأمل است. این طیف جمعیت مخاطب FM تقریباً به برنامه‌های گفت‌وگویی AM گوش نمی‌کند. در واقع، مخاطب برنامه‌های گفت‌وگومحور FM خیلی به‌ندرت شنونده برنامه‌های گفت‌وگومحور AM هستند و این در صورتی است که خروجی برنامه‌های قدیمی گفت‌وگومحور AM کامل‌تر

