

نگاهی به نقش کنونی راديو در عرصه پيام رسانی

## راديو بازگشتي به گستره رقابت

● علیرضا حاجی

انجام بقیه ی کارها استفاده کرد. کوچک و کم حجم بودن راديو باعث می شود در هر شرایطی بتوان به آسانی شونده آن بود. راديو از سایر رسانه ها فراگیرتر است و برده امواج راديویی در دور دست ترین نقاط هم مخاطبانی دارد.

راديو همگام با تلویزیون

برنامه های راديو اغلب خاستگاه اصلی برنامه های تلویزیونی به شمار می روند. بسیاری از برنامه های موفق تلویزیون ویشه در برنامه های موفق تر راديویی دارند. ساخت برنامه در راديو آسان تر و امکان پذیرتر از تلویزیون است، در ضمن مشکلات کمتری را به دنبال دارد. بنابراین طراحان برنامه های راديو با دست های بازتری وارد عمل می شوند. هر وسیله ارتباط جمعی ویژگی های خود را دارد و بر اساس قابلیت ها و شیوه های خاص خود با مخاطبان ارتباط برقرار می کند. با پیدایش مطبوعات، سینما، راديو و تلویزیون ابتدا هر یک به عنوان رقیب دیگری مطرح شد ولی بتدریج هر کدام از آنها ویژگی های ارتباطی منحصر به فرد خود را پیدا کردند. مدیران راديو باید به مقایسه برنامه های ایستگاه های مختلف راديویی بپردازند، همچنین این مدیران از طریق سنجش افکار به نظرات شنوندگان خود پی ببرند.

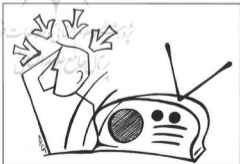
برقراری ارتباط دو جانبه از طریق تلفن با مخاطبان در یک برنامه و پخش پیام های کلیشه ای و کم محتوا همراه با پخش موسیقی، بخش اعظمی از

علم و زندگی، صبح جمعه باشما و صدعا عنوان برنامه راديویی دیگر می رود تا در فرهنگ ملی مردم جا خوش کند. راديو سالهاست که هر صبحگاه ایرانیان را با آوای شیر خدا از خانه پدری می کند و شب هنگام راه شب را به رویشان می گشاید.

گسترش شبکه ها و افزایش برنامه های راديو چقدر از این وضایت می کاهد؟ و راديو تا چه حد کیفیت را فدای کمیت خواهد کرد؟

رقیبان بزرگ راديو در رقابتی گسترده، با تصویر و رنگ به جنگ با این وسیله ارتباطی سهل الوصول می آیند، با این حال راديو هنوز محبوب بسیاری از مردم است، مردمی که در اوج شادبها و غمها راديو را همگام و همراه خود دیده اند از آن انتظار دارند. انتظارها چقدر برآورده می شود؟

برای استفاده از راديو مخاطب فقط به یک حس از حواس پنجگانه نیاز دارد و می توان براحتی از حواس دیگر برای





**کوچک و کم حجم بودن رادیو باعث می‌شود در هر شرایطی بتوان به آسانی شنونده‌ی آن بود. رادیو از سایر رسانه‌ها فراگیرتر است و برد امواج رادیویی در دور دست‌ترین نقاط هم مخاطبانی دارد.**

کرد که رادیو باید با اینگونه پیام‌ها زمینه‌سازی کند و بستر مناسبی را برای پشروی هموار سازد. ماندن در همین مرحله هرگز شنونده توج طلب را ارضای نمی‌کند. شنونده‌ای که از راه‌های مختلف دیگر مثل تلویزیون، ماهواره و ویدیو تغذیه می‌شود. او از رادیو چیزی را می‌تقلید که دیگر رسانه‌ها به او نمی‌توانند ارائه دهند.

به نظر بسیاری از محققان ضعف بزرگی که اکنون ارتباط را با مشکل مواجه ساخته است، پیام‌های مستقیم و مکرر رادیو است.

پیام‌ها اطلاعات بر ذهن خسته، شنونده فرو می‌آید او به دنبال وسیله‌ای است که آرامش را به او باز گرداند و فرصتی برای تفکر به وجود آورده اگر مخاطب متوجه شود که در پیام‌ها ممکن است متعلم شود برای تعجبات خودش از بنیادان تفکرات و نظرات دیگران عقب نشینی خواهد کرد. خلاقیت، ابتکار و نوآوری ویژگی مهم برنامه‌های رادیویی است، نویسندگان و کارگردانان رادیو سعی دارند که از حداقل امکانات حداکثر استفاده را بعمل آورند در حالی که تولید رادیویی احتیاج به نوآوری و اندیشه دارد.

کوتاه شدن برنامه‌ها و در عوض اضافه شدن در تعداد آنها رادیو را همگام با هیاهوی جهان شلوغ به پیش می‌راند به شرط آنکه وظیفه آموزش در این بین فراموش نشود.

گاهی تأثیر گذاری برنامه رادیو بیشتر از دیگر رسانه‌ها است. شنونده‌ی که فقط با گوش دریافت می‌کند، سعی در بهتر و به تمامی دریافت کردن می‌کند و این وظایف دشوارتری را پیش روی برنامه ریزان رادیو قرار می‌دهد.

در حال حاضر حفظ کمیت شبکه‌های رادیویی و بالا بردن کیفیت برنامه‌های رادیو با توجه به نقش چشمگیر این رسانه در گستره‌های آموزشی، اطلاع رسانی و ... یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است.

مستولیت‌های تهیه و تولید برنامه‌های رادیو را تحت الشعاع قرار داده است. البته برنامه‌هایی چون تا انتهای شب، گفت و گو، خانه و خانواده جزو برنامه‌هایی هستند که بر اساس اهداف تعیین شده ساخته و پرداخته می‌شوند و این برنامه‌ها از ارزش بالایی برخوردارند. عمده‌ترین دلیل جذب شدن مردم به رادیو، برقراری ارتباط آسان با آنان است چون این ارتباط را هر کس و در هر شرایطی بر راحتی می‌تواند برقرار کند. در ایران با توجه به محدودیت‌هایی که در زمینه تأمین بودجه و نیروهای متخصص وجود دارد توسعه فرستنده‌های رادیویی با مشکل مواجه شده است.

#### برنامه ریزی زمینه ساز گسترش رادیو

از آنجا که گسترش و افزوده شدن شبکه‌های رادیویی یکی از اهداف برنامه ریزان و مدیران رادیو است و ایجاد شبکه‌هایی مخصوص گروه‌های مختلف در برنامه‌های آینده پیش بینی شده است، می‌توان توجه مدیران را به این نکته جلب کرد که همگام با تولید بیشتر باید به پرورش نیروهای متخصص نیز پردازند و در غیر این صورت کیفیت برنامه‌ها بشدت پائین می‌آید و نتیجه چنان می‌شود که در بسیاری از برنامه‌ها محتوای اصلی برنامه را فقط موسیقی یا گفت و گوی تلفنی با مخاطبان تشکیل می‌دهد. در رادیو به علت سبک تر بودن کارها، زمینه برای پرورش نیروهای متخصص فراهم تر است به طوری که معمولاً برنامه‌های رادیو الگویی ساخت بسیاری از برنامه‌های تلویزیونی است و این رادیو را و می‌دارد که دست به ارائه کارهای جدی‌تری بزند تا از وقیع خود عقب نماند. هرگاه در یک رسانه فقط صدا، انگیزه ایجاد کند، باید در تقویت این صدا چنان‌گو‌شاید که مخاطبی که پیچ رادیو را باز می‌کند، حتی اگر نخواهد، به خاطر جدی‌ت آن نتواند آن را خاموش کند. نباید فراموش