



# طلوع رادیوی کودک

● مارک هیودیس  
ترجمه معصومه عصام

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

فرستنده پخش می‌شود به بازار برنامه‌های رادیوی کودکان وارد شده است. سؤال این است که چرا بازاربابان تجاری به دنبال بازارهای دیگری غیر از تلویزیون هستند؟ برطبق گزارش تحقیقی مؤسسه «راپر یات» (Roper Youth) در سال ۱۹۹۴ گوش دادن به رادیو برای بعضی از کودکان به مراتب لذت بخش‌تر از دیگر سرگرمی‌های فناوری‌های جدید است. در گزارش این مؤسسه آمده است که میزان محبوبیت گوش دادن به موسیقی در بین کودکان کلاس‌های دوم تا ششم دبستان، بیشتر از ورزش‌های گروهی و یا

در آمریکا وجود داشتند که به‌طور اختصاصی برای کودکان برنامه پخش می‌کردند. این فرستنده‌ها در مینیاپولیس، سالت لیک سیتی و سپرنینگ فیلد میسوری قرار داشتند، اما در حال حاضر سیاتل (سیزدهمین بازار بزرگ رادیوی آمریکا) به تنهایی دارای رادیو KKDZ، مخصوص کودکان است که روزانه هجده ساعت برنامه برای آنها پخش می‌کند. شرکت رسانه‌ای و تولیدی معتبری نظیر فاکس در لوس آنجلس با برنامه مشترک و سندیکایی به نام شمارش معکوس کودکان فاکس که از هشتاد

در دهه ۱۹۷۰ برنامه «برادی بانچ» (Brady Bunch) یکی از برنامه‌های محبوب رادیوی برای جلب توجه و جذب کودکان در آمریکا، به‌شمار می‌رفت. ماجرای این برنامه مربوط به یک زن مهربان و دوست‌داشتنی بود که سه دختر خیلی ناز را بزرگ می‌کرد. و حالا بعد از گذشت چند دهه مجدداً بازاربابان برنامه‌های رادیو به احیای بعضی از ایده‌های قدیمی در این رسانه پرداخته‌اند. شاهد این مدعا ایجاد و رواج فرستنده‌های رادیوی مخصوص کودکان در آمریکاست. در سال ۱۹۹۲ تنها سه ایستگاه رادیوی



بازی‌های ویدیویی است.

برطبق گزارش این مؤسسه، گوش‌دادن به موسیقی ۶۶ درصد، ورزش‌های گروهی ۵۹ درصد و بازی‌های ویدیویی ۴۷ درصد از علائق فعالیت‌های کودکان را تشکیل داده است. «پیتر استیسر» (Peter Stisser)، از محققان

## تولید برنامه برای رادیو کودک از لحاظ صرفه تجاری تا حدی پیچیده است زیرا به‌طور معمول تعداد مخاطبان خردسال آمارگیری نمی‌شوند و به همین دلیل بازرگانان و سازمان‌های بالقوه خریدار تولیدات برنامه‌های کودک، از این لحاظ دچار مشکل‌اند.

این مؤسسه، می‌گوید: «هیچ سرگرمی دیگری در این سنین با گوش‌دادن به موسیقی برابری نمی‌کند. گوش‌دادن به موسیقی در این سن حتی از بازی‌های ویدیویی نیز جذاب‌تر است.»

البته در این تحقیق نیامده است که آیا کودکان به موسیقی، بیشتر از طریق رادیو گوش می‌دهند و یا از ضبط شخصی استفاده می‌کنند، اما این‌طور به نظر می‌آید که بسیاری از کودکان برای شنیدن مشهورترین آهنگ‌های روز مورد علاقه خود می‌باید از رادیوها و فرستنده‌های محلی نیز استفاده کنند.

رادیو «کیداستار» (Kidstar) در سیاتل برآورد کرده است که کودکان به‌طور متوسط در هفته بیش از هشت ساعت به برنامه‌های مخصوص خود گوش می‌کنند. مؤسسه تحقیقاتی آربیترون (Arbitron) نیز در تحقیقی که به سفارش «رادیوآز» (Radio Aahs)، فرستنده رادیویی کودکان در

مینیاپولیس، انجام داده است تقریباً به همین متوسط ساعت اشاره کرده است. در گزارش تحقیقاتی این مؤسسه آمده است، کودکان بین ۶ تا یازده ساله به‌طور متوسط حدود هفت ساعت به این رادیو گوش می‌دهند.

«مار لاپیرنر» (Mar-Lapirner)، سرپرست گروه تحقیقاتی Interep Radio Store - یک مؤسسه بازاریابی رادیو-در نیویورک چنین می‌گوید:

«دو رادیوی معروف کودکان در آمریکا (رادیو فاکس و رادیو کیداستار) مجلاتی در ارتباط با برنامه‌های رادیویی خود چاپ می‌کنند. مجله رادیو کیداستار در شماره ۱۲۵۰ خود از سازمان‌های معتبر مالی و حمایتی خود نظیر مک دونالد، نوردرستروم و مایکروسافت نام می‌برد و به آنها می‌بالد. رادیو کیداستار در سیاتل نقطه شروع برای شبکه‌های رادیویی سراسری برای کودکان است. این رادیو درصدد تهیه و تدارک فرستنده‌های ویژه کودکان در ده ناحیه از بزرگ‌ترین نواحی شهری کشور است که حدود دوازده میلیون کودک در خود جای می‌دهد»<sup>(۱)</sup>.

### ABC و شبکه رادیوی کودک

در ماه می سال ۱۹۹۶ شبکه رادیویی ABC اعلام کرد که می‌خواهد تا آخر سال، یک شبکه آزمایشی رادیوی کودک (بیست و چهار ساعته) راه بیندازد که مخاطبان آن کودکان زیر دوازده سال هستند. این رادیو در سطح بازارهای بزرگ تجاری خواهد بود و از قسمت‌های مختلف موسیقی، قصه‌گویی و استفاده از میهمانان مشهور و برجسته تشکیل خواهد شد.

این حرکت رادیو ABC به دنبال فسخ قرارداد بین شبکه رادیویی CBC و شرکت تعاونی پخش برنامه‌های کودک (کمپانی اصلی بزرگ‌ترین شبکه رادیویی کودکان کشور؛ یعنی Radio Aahs در نوامبر ۱۹۹۵ صورت گرفت. پس از فسخ این قرارداد سهام رادیو CBC پائین آمد و از هفت دلار و صدویست و پنج سنت به شش دلار سقوط

کرد که به منظور تقویت مالی سهام و تثبیت مجدد قیمت آن در بازار بورس، به CBC شناسایی راه‌چاره‌هایی پرداخته است. برطبق اظهارات «کریس دال» (Chris Dahl) نماینده CBC این شرکت با شرکت دیگری به نام Southcaastcapitalcorp که سهام عمده در بازار تولیدات برنامه‌های کودک دارند، توافق‌نامه‌ای امضا کرده است. در عین حال، CBC در تدارک همکاری و شراکت با شبکه‌های اصلی تلویزیون کابلی کودکان نظیر «نیکل اودئون» (Nickel Odoon) و کانال پخش کارتون ترنر است؛ اگرچه این دو شبکه‌ها اظهار داشته‌اند که به‌طور جدی با رادیو آز (شبکه اصلی رادیویی کشور برای کودکان) وارد گفتگو نشده‌اند.

اگرچه بسیاری از بازاریابان رادیویی به زعم خود فکر می‌کنند که همکاری و مشارکت با «رادیو آز» به کمک و تقویت شبکه خواهد انجامید، ولی کریس دال می‌گوید: «کمک‌های مالی ABC (رقیب آنها) در این زمینه چندان مؤثر نخواهد بود.» او می‌افزاید هشتاد درصد تجارت ما مربوط به کتاب‌های کودک است و فسخ قرارداد با «رادیو آز» به آن لطمه‌ای نمی‌زند.

در ادامه مطلب باید افزود، برنامه رادیوی آز هم اکنون از بیست و شش ایستگاه و در بیست و نه منطقه تجاری شنیده می‌شود. البته تولید برنامه برای رادیو کودک از لحاظ صرفه تجاری تا حدی پیچیده است زیرا به‌طور معمول تعداد مخاطبان خردسال آمارگیری نمی‌شوند و به همین دلیل بازرگانان و سازمان‌های بالقوه خریدار تولیدات برنامه‌های کودک، از این لحاظ دچار مشکل‌اند<sup>(۲)</sup>.

### کمپانی والت دیسنی و تجربه جدید شبکه کودک

موش والت دیسنی مجدداً به جنب‌وجوش برخاسته است. رادیو دیسنی (شبکه جدید رادیویی ABC برای کودکان زیر دوازده سال) در سال ۱۹۹۶ به‌طور رسمی در چهار منطقه بزرگ تجاری کشور شروع به فعالیت کرد. این نواحی عبارتند:

برای اطلاعات بیشتر در زمینه فرستنده‌ها و برنامه‌های رادیویی کودک می‌توان با شبکه رسانه‌ای کودکان با این آدرس تماس برقرار کرد:

**Children's Media Network,  
1334 First Avenue, Suite  
150, Seattle, WA9810  
Telephone:(206)3821260**



ماخذ:

1- **American Demographics**,  
may95, vol.17 Issue5, p22, 2p, 1  
graph  
Author(s):  
Schenck\_Yglesias,Catherin G  
2- **Media week**, 8/05/96, vol.6  
Issue31, p6, 2/5p, 1bw  
Author(s): Hudis,Mark  
3- **Media week**, 12/02/96, vol 6  
Issue46, p8, 1/3p  
Author(s): Hudis, Mark

گرفته است. تلفن‌هایی که به ما می‌شود اغلب از طرف کودکان شش تا ده سال است.»

علاوه بر راه‌اندازی رادیو دیسنی، خود شبکه‌های اختصاصی رادیویی ABC، درگیر پخش پیشاپیش قسمتی از این برنامه‌ها هستند. پخش برنامه‌های کودک بعضی شبکه‌های اصلی رادیویی از هفته گذشته از چند منطقه و بازار بزرگ تجاری از جمله شیکاگو شروع شده است و مسؤلان

شبکه‌های رادیویی معتقدند که فعالیت‌های بیشتری در راه است.

هم‌زمان با گسترده شدن فعالیت‌های رادیو دیسنی، رادیو آز (کمپانی اصلی پخش برنامه‌های کودک) و رقیب دیسنی، هفته گذشته اعلام کرد که اعتبارات مالی زیادی از یک کمپانی معروف لوس آنجلس دریافت کرده است. این وام قطعی البته امتیاز بزرگی برای CBC (رقیب اصلی رادیو ABC و کمپانی والت دیسنی) به شمار می‌آید، زیرا به این شبکه کمک خواهد کرد تا بتواند بازار تجاری رادیوی کودک خود را مجدداً و با موفقیت به کار اندازد<sup>(۳)</sup>.

از اتلانتا، مینیاپولیس، سالت لیک سیتی و بیرمینگام آلا.

برنامه‌های این شبکه، ترکیبی از موسیقی‌های دلنشین کودکانه، ورزش، اخبار، نمایش‌نامه و قصه هستند. اولین خیزش رسمی رادیو دیسنی به طرف بازار تجاری رادیو کودک از زمان فسخ قرارداد یک جانبه او با «رادیو آز» در مینیاپولیس صورت گرفت. اگرچه «رادیو آز» هنوز به تعقیب قانونی کمپانی والت دیسنی به دلیل سوءاستفاده از مسائل محرمانه شرکت ادامه می‌دهد، ولی به رغم این معضل قانونی، رادیو دیسنی اعلام کرده است که می‌خواهد کار خود را با قدرت هرچه بیشتر شروع کند. «اسکات مک کارتی» (Mccarty) از اعضای برجسته شبکه رادیویی ABC می‌گوید: «نشانه‌های اولیه موفقیت کار ما، بسیار مثبت است. ما در هر ساعت تعداد بسیار زیادی تلفن از شنوندگان خود دریافت می‌کنیم و به همین دلیل کمپانی والت دیسنی تصمیم گرفته است فناوری مخابراتی خود را در ایستگاه‌های فرستنده توسعه دهد و روزآمد کند. اما رادیو دیسنی و رادیو ABC قبل از آن که به‌طور جدی کار خود را توسعه دهند منتظر نتایج تحقیقات در زمینه آمار تعداد مخاطبان و دیگر مسائل مالی شبکه کودک هستند.

مک کارتی می‌گوید: «شبکه کودک فعلاً در این چهار بازار بزرگ تجاری به کارش ادامه می‌دهد تا در آینده نزدیک برای اصلاح و بهبود برنامه‌ها و بازاریابی آنها اقدام کنیم.»

مک کارتی می‌افزاید: «به محض آن که احساس کنیم روی خط هستیم، آن‌را در سراسر کشور ادامه می‌دهیم.» البته او هیچ زمان خاصی را برای این کار بیان نکرد.

او در دنباله اظهاراتش گفت: «اگر زمانی، شبکه رادیوی کودک بتواند به سایر مناطق کشور در سطح ملی پوشش بدهد بدون شک رادیو دیسنی اسلحه بر قدرت زرادخانه این شرکت خواهد بود که بالقوه و مستقیماً به سوی میلیون‌ها کودک نشانه

