

# رادیوی کودک به مثابه جهانی کوچک



● جف سیلبرمن  
ترجمه معصومه عصام

کودکان خردسال در آمریکا برای تماشای برنامه‌های تلویزیونی و ویدئویی خود حق انتخاب بی‌شماری دارند. برنامه‌های کارتون صبح‌های شنبه، برنامه‌های روزانه و سرگرم‌کننده برای بچه‌های زیر دبستان (مانند خیابان سه سامی و نظایر آن) از جمله این موارد است. علاوه بر آن، خردسالان می‌توانند از برنامه‌های مخصوص خود از طریق تلویزیون‌های کابلی نظیر «نیکل ادئون» (Nickelodeon)، «کانال دیسنی»، «شبکه کارتون» (Cartoon Network) و کانال «فاکس فامیلی» (Family Fox) استفاده کنند. اما همین کودکان در مورد رادیو محدود هستند.

چرا؟ چون فرستنده‌های رادیویی خصوصی و تجاری در عمل فقط به شنوندگان بالای دوازده سال خود اهمیت می‌دهند و قسمت اعظم تلاش آنها برای جذب مخاطبان ۴۵-۱۸ ساله صورت می‌گیرد. و باز هم چون تنها مرکز آمارگیری و نظرسنجی رادیویی ملی یعنی مؤسسه آربیترون (Arbitron) میزان، نحوه و عادات

گوش کردن به رادیو را فقط در میان مخاطبان ۱۲ سال به بالا اندازه‌گیری می‌کند و تجار و بازرگانان نیز فقط تمایل دارند کالاهای خود را به کسانی بفروشند که بتوانند آن کالاها را بخرند، لذا برای آن که بتوان از نظر تجاری و بازرگانی در زمینه رادیوی کودکان موفق بود، هم بایستی برنامه‌ای با کیفیت بالاتر تولید کرد که هم

شنونده دائمی و طرفدار برنامه را جذب کند و هم، نام یک آرم تجاری مشهور و قوی را با خود همراه کرد تا آگهی دهنده‌ها به آن جلب شوند. در این میان فقط کمپانی دیسنی است که موفق به این کار شده است.

### سلطه و تفوق کمپانی دیسنی

این کمپانی که کارش را با اختراع یک موش سلولولئیدی شروع کرد، هم‌اکنون یکی از بزرگترین منابع تهیه برنامه‌های رادیویی کودک است. رادیوی دیسنی که بیشتر بر برنامه‌های موسیقی متمرکز است، هم‌اکنون از ۴۴ ایستگاه رادیویی شنیده می‌شود که غیر از یک فرستنده بقیه از امواج ای.ام.پخش می‌شود و در شانزده تا بیست بازار تجاری کشور برد دارد و تا پایان سال دو هزار نیز پیش‌بینی می‌شود که در ۷۰ درصد از مناطق آمریکا قابل شنیدن باشد. رادیو دیسنی که از شرکت‌های تحقیقاتی خصوصی برای سنجش وضعیت و میزان محبوبیت خود استفاده می‌کند، از داشتن یک و نیم میلیون مخاطب و شنونده کودک که اغلب این کودکان در سنین ۶ تا ۱۱ سال هستند و همچنین داشتن نیم میلیون

برنامه‌های زنده این رادیو روزانه حدود ۳ تا ۴ ساعت است و ساعات پخش برنامه‌ها براساس نوع مخاطبان طراحی شده است. برنامه‌های صبحگاهی، ظهرگاهی و عصرگاهی و آخر هفته این رادیو بیشتر از دیگر ساعات پخش موفق به جذب مخاطب شده است. رادیو دیسنی ساعت ۹ تا ۱۱ صبح را با هدف جذب کودکان خردسال زیر دبستان طراحی کرده است. در ساعات پایانی شب و بعد از آن آهنگ‌های لطیف عاشقانه و موسیقی آرامش‌بخش، پخش می‌کند. در واقع آن‌چه که رادیو دیسنی را از دیگر رقبای تجاری او متمایز می‌کند، همین برنامه‌های منظم و دائمی موسیقی و تبلیغاتی اوست. رادیو دیسنی بیشتر برنامه‌های خود را روی علائق نوجوانان متمرکز کرده است و نمایش‌نامه‌های کودکانه را برای آنها اجرا می‌کند ولی در عین حال این نمایش‌ها با موسیقی فیلم‌ها و برنامه‌های معروف تلویزیونی نظیر علاءالدین، Speep Racer، Rugsrats Rock، و Pokmon و آهنگ‌هایی نظیر Monster mash، ترکیب و چاشنی زده می‌شود. موسیقی برنامه‌های رادیو دیسنی

**رادیو دیسنی بیشتر برنامه‌های خود را روی علائق نوجوانان متمرکز کرده است و نمایش‌نامه‌های کودکانه را برای آنها اجرا می‌کند ولی در عین حال این نمایش‌ها با موسیقی فیلم‌ها و برنامه‌های معروف تلویزیونی نظیر علاءالدین، Speep Racer، Rugsrats Rock، و Pokmon و آهنگ‌هایی نظیر Monster mash، ترکیب و چاشنی زده می‌شود.**

مادر به عنوان شنونده به خود می‌بالد. (شاهد آماری از ۲ تا ۷۷ ساله)  
رادیو دیسنی برای رسیدن به هدف‌های موردنظر خود، به شیوه رادیوهای مخصوص پخش موسیقی عمل می‌کند. نوبت کاری هر یک از مجریان

توسط «رابین جونز» (Rabin Jones) و همکارانش برنامه‌ریزی می‌شود. تلفن‌هایی که به رادیو می‌شود و همچنین نامه‌هایی که از طریق اینترنت برای رادیو ارسال می‌شود، در تصمیم‌گیری برای انتخاب و یا تغییر نوع موسیقی دخالت دارند و در عین حال

### رادیو دیسنی با ارائه

### برنامه‌های مسابقه در لابه‌لای

### پخش برنامه‌های موسیقی در

### بعضی از ساعات و آن هم هر

### روز و همچنین داشتن روابط

### متقابل زیاد با شنوندگان، از

### خود دفاع می‌کند.

همواره موسیقی‌ها روی یک نمونه متشکل از کودکان و والدین، نظرسنجی می‌شود. گروه نمونه والدین به مسؤلان و برنامه‌ریزان موسیقی رادیوی کودک دیسنی کمک می‌کنند تا آنها قسمت‌های بد و ناخوشایند را از روی آهنگ‌های مشهور حذف و بعد آن را پخش کنند. به عنوان مثال می‌توان از آهنگ مشهور غرب وحشی وحشی اثر ویل اسمیت نام برد که برای پخش از رادیوی کودک صدای رگبار گلوله حذف شده است. رابین جونز در این زمینه می‌گوید، یکی از همکاران گروه موسیقی او «لوپگا» (Lou Bega) به‌خواسته گروه نمونه، یک قسمت از آهنگ مامبو شماره پنج را درآورده و به جای آن چیز دیگری گذاشته است یعنی آن قسمت از ترانه را که خواننده می‌گوید به مشروب فروشی می‌رود، تغییر داده و به جای آن در ترانه خواننده می‌گوید او به مغازه شیرینی فروشی می‌رود.

رادیو دیسنی با ارائه برنامه‌های مسابقه در لابه‌لای پخش برنامه‌های موسیقی در بعضی از ساعات و آن هم هر روز و همچنین داشتن روابط متقابل زیاد با شنوندگان، از خود دفاع می‌کند. سایر برنامه‌های این رادیو شامل اخبار ABC و اخبار روز ESPN که به طور اختصاصی برای کودکان برنامه‌ریزی شده است، شوخی‌ها و لطیفه‌های مخصوص کودکان و اطلاعیه‌های عمومی و اجتماعی است.

### کودکان و برنامه‌های رادیویی



**اولین کمپانی رادیویی که  
به صورت عمومی در مورد  
کودکان شروع به کار کرد  
رادیودیسنی بود ولی  
رادیودیسنی و رادیو فاکس  
بیشتر برای بچه‌های بزرگتر و  
والدین آنها برنامه تهیه  
می‌کنند زیرا آنها هدف‌های  
تجاری و تبلیغاتی مهم‌تر  
هستند و امکان بیشتری را  
برای گرفتن آگهی فراهم  
می‌کنند.**

#### مشترک سندیکایی

برنامه‌های مشترک سندیکایی رادیویی کودکان از پنجاه فرستنده در سراسر آمریکا شنیده می‌شود. برخی از آنها عبارتند از «شب به خیر بارنی» و «جنگل جادویی» که شامل قسمت‌های مختلف نظیر قصه خوانی خانم بوش (باربارابوش همسر رئیس جمهور سابق آمریکا) و دیگر قصه‌گوهایی است که کتاب‌های قصه مخصوص بچه‌ها را یک بار در هفته در فاصله روز شکرگذاری و کریسمس می‌خوانند، در برنامه جنگل جادویی قسمتی نیز به نام «حرف بچه‌ها» هست که شامل حرف‌های آنهاست که از طریق ارتباط اینترنتی با شبکه کامپیوتری رادیو برقرار کرده‌اند و این برنامه‌ها از قریب به هشتاد فرستنده پخش می‌شود.

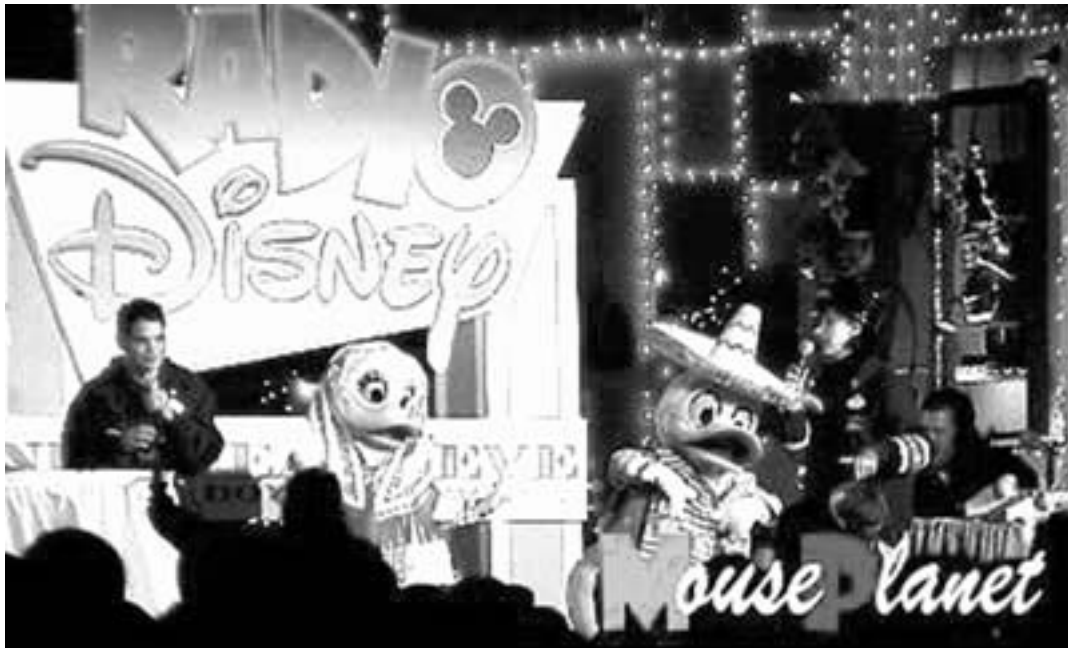
از معروف‌ترین برنامه‌های رادیویی کودک (به غیر از تولیدات کمپانی دیسنی)، برنامه دو ساعته «شمارش معکوس فاکس فامیلی» است که هر یکشنبه از صد و هشتاد و پنج ایستگاه فرستنده رادیویی از جمله رادیو KIIS لوس آنجلس، WWZZ واشنگتن دی سی، WBMX بوستون، WKIE شیکاگو و

WPOW میامی شنیده می‌شود. برنامه‌ای نیز به نام Talkateria در سری تولیدات مشترک سندیکایی وجود دارد که در لابه‌لای پخش موسیقی، افراد و اعضای خانواده‌ها، حرف‌ها و عقاید خود را با میزبان برنامه «کریس لیری» (Chris Leary) در میان می‌گذارند. در این برنامه مصاحبه‌هایی با شخصیت‌های برجسته موسیقی و هنرپیشه‌ها نیز صورت می‌گیرد و علاوه بر آن دارای یک قسمت مسابقه نیز هست. این برنامه قبلاً به نام «شمارش معکوس بچه‌های فاکس» بود که بعداً برای جذب مخاطبان بیشتر و تمام اعضای خانواده (و بیشتر مادران ۱۸ الی ۳۴ سال)، طراحی و نام آن نیز به خانواده فاکس تغییر داده شد و در آن موضوع‌هایی به منظور کارایی تجاری بیشتر برای برنامه کودکان نیز لحاظ شده است.

«هووارد لایب» (Howard Leib)، مدیرمسئول برنامه‌های سرگرمی و تفریحی که خود قبلاً تهیه‌کننده برنامه‌های رادیویی برای کودکان بوده است می‌گوید:  
«تقریباً همه فرستنده‌های بزرگ رادیویی به نحوی نوعی برنامه‌سازی برای

کودکان دارند اما موضوع این است که بقیه این را نمی‌دانند. اولین کمپانی رادیویی که به صورت عمومی در مورد کودکان شروع به کار کرد رادیودیسنی بود ولی رادیودیسنی و رادیوفاکس بیشتر برای بچه‌های بزرگتر و والدین آنها برنامه تهیه می‌کنند زیرا آنها هدف‌های تجاری و تبلیغاتی مهم‌تر هستند و امکان بیشتری را برای گرفتن آگهی فراهم می‌کنند. به همین دلیل است که اغلب برنامه‌های کودک و برنامه‌سازی برای کودک مربوط به رادیوهای غیرتجاری است و خنده‌دار هم این است که خود رادیوی سراسری ملی در این زمینه سهم چندانی ندارد. از اطلاعات اینترنتی مربوط به وب سایت سرگرمی‌های کودکان، در قسمت تسهیلات برای اعضا آمده است که هنوز هم چند دوجین از برنامه کودکان توسط رادیوهای دانشگاه‌ها و رادیوهای فرستنده‌های شخصی از جمله رادیو WXPN فیلادلفیا تهیه می‌شود. یکی دیگر از این نوع برنامه‌ها، برنامه‌ای است که توسط شخصی به نام «پی جی سوئیفت» (PJ Swift) تهیه می‌شود و هنوز هم بسیاری از فرستنده‌ها بخش می‌شود و نام آن «کارخانه پای» (pie)





**رادیو دیسنی که از شرکت‌های تحقیقاتی خصوصی برای سنجش وضعیت و میزان محبوبیت خود استفاده می‌کند، از داشتن یک و نیم میلیون مخاطب و شنونده کودک که اغلب این کودکان در سنین ۶ تا ۱۱ سال هستند و همچنین داشتن نیم میلیون مادر به عنوان شنونده به خود می‌بالد.**

معرفی کنند، وضعیت هوا را اعلام کنند و مسابقه‌ای برگزار کنند. جف براون می‌افزاید: «اگر چه ما این برنامه را با بودجه‌ای نسبتاً کم برای مدتی طولانی تهیه می‌کردیم و برنامه‌ای بود که جوایزی را نیز نصیب خود کرده بود ولی واقعیت این است اگر پول نباشد حتی بهترین ایده‌ها نیز می‌خشکد. بودجه‌ای که در آلاسکا برای این برنامه اختصاص داده شده است، این امکان را برای من فراهم نمی‌کند که بتوانم آن را از طریق ماهواره ارائه دهم، اما آن قدر هست که بتوانم در سطح محلی کاری بکنم.»

منبع:

Billboard, 02/19/200, vol.112  
Issue 8, p67, 2p  
Author(s): Silberman, jeff



«جف براون» (Jeff Brown) یکی دیگر از طرفداران و معتقدان رادیوی کودک که اولین تجربه خود را در زمینه با برنامه‌ای نیم ساعته به نام «ما بچه‌ها را دوست داریم» از رادیوی NPR در سال ۱۹۸۹ شروع کرد می‌گوید:

«این برنامه در سطح ملی و برای کودکان پنج‌ساله از پیش از پنجاه فرستنده پخش می‌شد از فرستنده‌های بزرگ گرفته تا ایستگاه‌های محلی و فرستنده‌های کابلی و حتی فرستنده‌های خیلی کوچک در این برنامه آهنگ‌ها و ترانه‌های بسیار جذاب و داستان‌ها و قصه‌های مخصوص کودکان پخش می‌شد.»

این برنامه در حال حاضر فقط روزهای سه‌شنبه ساعت شش و نیم بعد از ظهر در آلاسکا شنیده می‌شود یعنی همان جایی که هم اکنون جف براون به عنوان تهیه‌کننده برنامه‌های مشارکتی کار می‌کند. در این برنامه از کودکان محلی دعوت می‌شود که به استودیو بیایند، آهنگ‌ها را

Factory) است. اگر چه این برنامه از لحاظ مالی سخت در مضیقه است و به همین دلیل میزان تولید خود را کم کرده است و در این جاست که باید پرسید چرا NPR (رادیوی ملی) و رادیوی و اتحادیه تعاونی پخش ملی، در این زمینه کمک‌های مالی لازم را نمی‌کنند. خود سویت می‌گوید: «آخرین باری که این رادیوهای ملی از برنامه‌های کودکان حمایت مالی کردند، مربوط به سال ۱۹۸۶ است و از آن پس بود که بودجه را به طرف برنامه روزانه کودکان یعنی برنامه تلفنی «کودکان آمریکا» سوق دادند. سویت سعی کرده است مجدداً تلاش و کوشش خود را برای داشتن یک وب سایت مخصوص کودکان به نام:

<http://www.Childrenmusic.org>

به کار برد. او خطر این کار غیرانتفاعی را پذیرفته و در سایت خود به معرفی تعداد قابل توجهی از هنرمندان و همچنین ارائه برنامه‌های مخصوص می‌پردازد. مجدداً به موضوع اصلی برمی‌گردیم،