

# نقش پژوهش در شناخت جایگاه رادیو

نگاهی کوتاه به پژوهش‌های مرکز تحقیقات صداوسیما در حوزه صدا

● معصومه شهیدی



پژوهش‌گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
مرکز تحقیقات صداوسیما

در کتابخانه این مرکز نیز موجود است. باتوجه به نقش و اهمیت پژوهش در توسعه و تعالی یک شبکه و همچنین روشن نمودن وضعیت کنونی و مسیر حرکت، این شماره مجله رادیو در نظر دارد به بررسی وضعیت پژوهش‌های مرتبط با رادیو بپردازد.

در میان پژوهش‌های صورت گرفته که برای رادیو توسط مرکز تحقیقات، شبکه‌هایی هستند که پژوهش‌های بیشتری را به خود اختصاص داده‌اند، در نتیجه زوایای پنهان مخاطب‌ها و شنوندگان آنان کمی روشن‌تر است. برای فهم این نکته که چرا در مورد شنوندگان رادیو پیام، جوان، تهران و ایران بیشتر تحقیق می‌شود به سراغ آقای عباس محمدی شکیبا، مدیر گروه سنجش برنامه‌های غیرنمایشی مرکز تحقیقات صداوسیما رفتیم. ایشان در این گفت و گوی کوتاه، از عدم تفاوت شبکه‌ها در نگاه اول برای مرکز تحقیقات سخن گفت و اینکه بنا بر «نیاز» و البته «همکاری مدیر شبکه» ممکن است هر سال برای چند شبکه تحقیقات صورت گیرد و شبکه‌های دیگر کنار گذاشته شوند. اینجاست که متوجه می‌شویم این شبکه‌ها همکاری بهتری داشته‌اند، در نتیجه پژوهش‌های بیشتری را از آن خود کرده‌اند.

نکته کمی تأثیربرانگیز اینکه وقتی چندین بار مراجعه به یک شبکه صورت می‌گیرد و همکاری مدیر و دیگر عوامل آن شبکه خوب نباشد، گاه تا مدت‌ها آن شبکه از چرخه تحقیقات کنار گذاشته می‌شود.

علاوه بر موضوعات تحقیقاتی که خود مرکز تحقیقات در نظر می‌گیرد، نامه‌ای به مدیران شبکه‌ها و معاون صدا نیز فرستاده می‌شود، مبنی بر اینکه «نیازهای پژوهشی» خود را عنوان کنند. آن طور که شواهد نشان می‌دهد پاسخگویی به این نامه‌ها آنچنان که باید صورت نمی‌گیرد!

اینجاست که سؤالی پیش می‌آید و آن این‌که چرا همیشه پژوهش‌هایی که برای تلویزیون صورت می‌گیرند در مقایسه با رادیو حجم گسترده‌تری را در بر می‌گیرند؟!

آقای شکیبا که فوق لیسانس جامعه‌شناسی است، معتقد است دلیل این امر طیف گسترده‌تر مخاطبان تلویزیون است و اینکه برنامه‌های متنوع و مختلفی دارد که بخش قابل ملاحظه‌ای از وقت مردم را این رسانه پر می‌کند.

○ آقای شکیبا آیا شما معتقدید برای رادیو - با توجه به میزان شنوندگان - در امر پژوهش به قدر کافی کار شده است؟

□ هم بلی، هم خیر! ظرفیت برای پژوهش وجود دارد به شرط اینکه «نیاز» وجود داشته باشد. میزان سفارش‌های ما از تلویزیون به مراتب بیشتر از رادیوست. رادیو باید احساس نیاز کند. شاید احتیاج ندارد نیازهای مخاطب خود را بداند. وقتی تعریف خود را بر مبنای پیام بکند، دیگر نیازی به تعریف مخاطب آنچنان که باید حس نمی‌شود.

باز هم برمی‌گردیم به داستان تلخ عدم احساس نیاز به پژوهش!!

○ به نظر شما برنامه‌های رادیو قابلیت پژوهش خاص ندارند؟ همانطور که یک سریال یا برنامه تلویزیونی یک کار تحقیقاتی را به خود اختصاص می‌دهد و در نهایت رئیس سازمان صداوسیما

اگر بخواهید در مورد جایگاه و وضعیت یک شبکه رادیویی بیشتر بدانید چه می‌کنید؟ می‌بینید مردم چقدر به آن گوش می‌کنند؟ از طریق برنامه‌های پرسشونده به نتیجه می‌رسید؟ یا...؟ یکی از روش‌هایی که می‌شود گفت مستندترین و علمی‌ترین است و از طرفی قضاوتی ناشی از تصور و حس نیست، مراجعه کردن به نظرسنجی‌ها و پژوهش‌های مربوطه است! دردسترس‌ترین و بیشترین پژوهش‌های مربوط به شبکه‌های رادیویی توسط مرکز تحقیقات صداوسیما انجام می‌شود. این تحقیقات علاوه بر اینکه برای مدیران شبکه‌ها و معاون صدا و... برخی ارسال می‌شود،

براساس تحقیقات از عوامل آن برنامه یا سریال که مورد توجه مردم و اثرگذار بوده‌اند تقدیر می‌کند!

چرا نمی‌شود! مطمئناً در مورد برنامه‌های ممتاز رادیو نیز می‌شود کار کرد. البته زمانی که درمورد شبکه رادیویی کار می‌شود نام چند برنامه نیز بررسی می‌شود اما به صورت اختصاصی نه. فکر می‌کنم زمانی در تاریخ رادیو که مخاطبان پروپاقرص وجود داشت جای کار در مورد برنامه‌های خاص بیشتر بود.

در تمام مدت این گفت و گو آنچه رنگی از گله به خود داشت، انتظار همکاری بیشتر شبکه‌های رادیویی برای انجام تحقیقات بود. اینکه بهترین وضعیت و نتیجه، ناشی از همکاری بیشتر و بهتر مسئولان رادیویی است. اینکه زمانی که پژوهش‌ها به درد بخورد (کاربردی شود) تعاملی دوسویه بین پژوهش و رادیو باشد و باز هم اینکه رادیو احساس نیاز کند.

از پژوهش‌های سالیانه‌ای که برای شبکه‌ها صورت می‌گیرد بگذریم می‌رسیم به پیامگیران صدا که هر فصل - یعنی در سال چهار بار - انجام می‌شود و می‌توان ردی از نیازسنجی و پژوهش در زمینه شنوندگان همه شبکه‌ها به دست آورد. این تحقیقات که در پایان هر فصل انجام می‌شود، به سؤالاتی در مورد هر شبکه از شنوندگان سراسر ایران است که می‌خواهد میزان شنوندگان رادیو را بسنجد. جالب است بدانید ابتدا «پیامگیران صدا» به صورت هفتگی و تنها در تهران انجام می‌شد و از سال ۱۳۶۷ به - صورت فصلی و کشوری صورت می‌گیرد.

خوبی انجام تحقیقات پیامگیران صدا این است که اگر نتوان تحقیقی خاص در مورد مثلاً رادیو فرهنگ، گفت‌وگو، ورزش و... در میان پژوهش‌های شبکه‌ای مرکز تحقیقات صدا سیما پیدا کرد، اطلاعاتی مختصر در این پیامگیران صدا کارایی صدچندان می‌یابد.

اولین نکته‌ای که بعد از ورق‌زدن عملکرد چندین سال متوالی تلاش مرکز تحقیقات در «پیامگیران صدا» به چشم می‌خورد این است که حالا که به صورت فصلی این اطلاعات استخراج شده است چه خوب است هر سال یا دو سال یکبار تحلیل و مقایسه - ای بین میزان شنوندگان به عمل آید تا سیر صعودی یا نزولی حرکت مشخص شود.

نکته دوم اینکه مطمئناً رادیو در طی این سال‌ها تغییراتی داشته است؛ از جمله: نوع و سلیقه شنوندگان، افزایش میزان شنوندگان و حتی نحوه گوش دادن آنان به رادیو، جایگاه آن پس از ظهور رسانه‌های جدید و... پس چرا سوال‌های تکراری و کلیشه‌ای در هر فصل و هر سال پرسیده شده است؟! جا دارد پیوند بین پژوهش و رادیو عمیق‌تر شود تا بیشتر این تغییرات در پژوهش‌های پرهزینه کشوری آن هم در هر فصل لحاظ شود.

از پیوند بخش پژوهش و رادیو گفتیم، اینکه باید «شناخت» باشد تا بدانیم چه چیزی باید مورد سنجش و پژوهش قرار گیرد! نکته‌ای که الان می‌خواهم مطرح کنم نه برای آنکه بخواهیم اشتباهی را برجسته کنیم، بلکه به منظور نشان دادن اهمیت موضوع پیوند و شناخت رادیوست. باشد که بیشتر دقت شود! چندی پیش به منظور پیدا کردن اطلاعاتی در زمینه رادیو

گفت‌وگو به کتابخانه مرکز تحقیقات مراجعه کردم. در میان تحقیقاتی که به صورت تخصصی برای شبکه‌های رادیویی انجام شده بود پژوهشی در مورد رادیو گفت‌وگو پیدا نکردم؛ با اینکه چند سالی از افتتاح این شبکه رادیویی می‌گذرد. این بود که به سراغ «پیامگیران صدا» و اطلاعات کوتاه آن رفتم که در مورد تک‌تک شبکه‌هاست. در پیامگیران صدا در بهار ۱۳۸۶ آمده بود که برنامه‌های رادیو گفت‌وگو را بیشتر مردم کرمانشاه (۴/۵٪)، زاهدان (۱۰٪) و گلستان (۱۰٪) گوش کردند. این نکته وقتی پرننگ می‌شود که بدانید این شبکه تنها در تهران و گاه در استان‌های اطراف چون قم و کاشان شنیده می‌شود. حالا چه شد که مردم کرمانشاه، زاهدان و گلستان به عنوان پرنشونده‌ترین استان‌ها شناخته شدند، علامت سؤالی است بزرگ!

به سراغ مدیر بخش پیامگیران صدا می‌رویم تا این مشکل را با وی مطرح کنیم!

وقتی می‌گویم رادیو گفت‌وگو تنها در تهران شنیده می‌شود، پس چطور مردم کرمانشاه، زاهدان و گلستان بیشترین شنوندگان این شبکه‌اند، ترجیح می‌دهد خود بار دیگر پیامگیران صدا در بهار و تابستان ۱۳۸۶ را مرور کند. بعد از اینکه مطمئن می‌شود، می‌گوید: «مردم، برنامه‌هایی که در قالب گفت‌وگو هستند را با رادیو گفت‌وگو اشتباه گرفته‌اند!»

اگر فرض کنیم این نکته صحیح است، پس چرا نام گفت-وگو در کنار نام دیگر شبکه‌های رادیویی چون ایران، جوان، فرهنگ و... آمده است!!!! اگر اشتباهی صورت گرفته باشد، کردند آیا پرسشگر نباید این نکته را روشن می‌کرد؟!

در مرحله بعد صحبت از این موضوع می‌شود که مطمئن هستید این شبکه تنها در تهران قابل شنیدن است؟! از تلاش‌های مدیر شبکه برای رسیدن به یک پخش سراسری می‌گویم ولی چه کنم که اعتمادی نیست و ایشان با مرکز پژوهش استان زاهدان تماس می‌گیرد، و آن فرد هم اظهار بی‌اطلاعی می‌کند و قرار می‌شود که پیگیری کند و اطلاع دهد! [البته فکر کنم اگر با دست‌اندرکاران رادیو گفت‌وگو تماسی گرفته می‌شد، زودتر به نتیجه می‌رسیدند که دامنه پخش این شبکه در تهران است.]

در آخر، وقتی این مسئله هم به نتیجه نمی‌رسد فرض می‌شود که شاید رادیو گفت‌وگو بر روی شبکه استانی رله می‌شود یا اینکه مردم زاهدان و کرمانشاه و گلستان از طریق پخش اینترنتی و سایت شبکه برنامه‌های آن را گوش می‌کنند!!!

شاید باید بیشتر به این نکته توجه کرد که رادیو بار دیگر به - سوی رشد و تعالی ره می‌پوید. افزایش رادیوهای اختصاصی و تخصصی همراه با تحول ساختاری و محتوایی رادیوهای عمومی، ضرورت‌های جدید برای حوزه صدا و البته پژوهش‌های این حوزه پدید آورده است. (حسن خجسته، پیام پژوهش، ش ۸۷)

روی سخن در این یادداشت با مدیران رادیوست؛ همان‌هایی که با همکاری بیشتر با بخش پژوهش، می‌توانند به غنای برنامه‌ها پژوهش‌ها و تحقیقات حوزه صدا کمک کنند. در ضمن اگر شما هم پیشنهاد یا راه‌کارهایی برای پیوند بیشتر این دو حوزه داشته باشید، مجله رادیو گوش‌ی شما دارد.

