



شماره

سال‌هاست که برنامه‌های رادیویی پخش می‌شوند. شنوندگان رادیو هم می‌دانند که برنامه‌های مختلف با شکل‌ها و فرم‌های خاصی ارائه می‌شوند؛ ارائه قالب‌های مختلف برای ساختن برنامه‌ها، کار هنرمندان تهیه‌کنندگان با ذوق رادیو در شنیداری کردن یک برنامه برای مخاطبان است. اما به راستی، آیا شنوندگان هرگز فکر کرده‌اند که چرا برنامه‌ها در قالب‌ها و فرم‌های گوناگون برای بهتر شنیده شدن قرار می‌گیرند؟ آیا فکر کرده‌اند که این همه فرم‌های گوناگون چگونه در بهتر ارائه شدن برنامه‌ها طراحی شده‌اند؟

مقاله «قالب‌های برنامه‌سازی در رادیو» از کتاب **ایستگاه رادیویی** نوشته «مایکل کیت»، استاد ارتباطات دانشگاه بوستون، انتخاب شده است تا پاسخی برای سؤال‌های شما باشد. در این مقاله، قالب‌های مطرح رادیویی در عصر حاضر بررسی شده‌اند که ما سعی می‌کنیم در چند شماره مجله تعدادی از قالب‌های مطرح رادیویی را در اختیار شما خوانندگان گرامی قرار دهیم.

قالب‌های برنامه‌سازی در رادیو

(قسمت اول)

❖ ترجمه و گردآوری: طیبه شیخزاده
کارشناس زبان و ادبیات آلمانی و تهیه‌کننده
رادیو جوان

قالب‌های برنامه‌سازی

- برنامه‌سازی در رادیو فعالیتی پیچیده است که به طور فزاینده‌ای ادامه و استمرار دارد. امروزه، تعداد بسیار زیادی از ایستگاه‌های رادیویی رقابت گسترده‌ای را برای جلب توجه مخاطبان آغاز کرده‌اند.

- رادیو همچون رسانه‌های دیگر، در عرصه سرگرمی مخاطبان معمول خود، رشد فزاینده‌ای داشته است. اقتصاد آزاد دولتی به مراکز بازرگانی اجازه می‌دهد با توجه به فلسفه درآمدزایی برنامه‌های رادیو، آزادی زیادی را در عرصه ارائه محصولات بازرگانی با شیوه‌های خاص خود در رادیوهای خصوصی داشته باشند. اما اینکه اینگونه رادیوها چه محصولی را به شنوندگان پیشنهاد دهند و چه کسانی مجری اجرای این برنامه‌ها باشند، مشمول طراحی و برنامه‌ریزی پیچیده‌ای است. البته در این باره، نوع قالبی که در تبلیغات برای جذب جمع کثیری از مخاطبان در نظر گرفته می‌شود، ایده بسیار مهمی است. به محض آنکه دست‌اندرکاران یک برنامه رادیویی تصمیم می‌گیرند که در قالب خاصی برنامه تبلیغاتی خود را ارائه دهند، باید بدانند که چگونه شاخص‌ها و عوامل جذابیت را در این قالب برنامه‌سازی، اجرا و پیاده‌سازی کنند.

- استفاده از خلاصه نسخه‌های برخی قالب‌هایی که تاکنون بسیار زیاد در رادیو از آنها استفاده شده است، امروزه همچنان در برنامه‌های مختلف رادیو دنبال می‌شود. در واقع، قالب‌های رادیویی بسیار زیادی وجود دارند. تقریباً بیش از ۱۰۰ قالب رادیویی موجود است که بسیاری از آنها در ادامه این سلسله مقالات، فهرست خواهند شد.

قالب AC یا قالب برنامه‌سازی بزرگسال امروزی (Adult Contempo-)

قالب بزرگسال امروزی (AC) یکی از قالب‌های مهم برنامه‌سازی در رادیوست. در ایجاد و برقراری ارتباط با شمار بسیار شنوندگان، قالب برنامه‌سازی بزرگسال امروزی و قالب‌های زیرشاخه‌ای آن از قبیل بزرگسال معاصر سخت‌گیر، جدی، حساس، نه چندان جدی، شهری، آسان‌گیر و گاه چندوجهی یعنی ترکیبی از همه اینها، یکی از محبوب‌ترین قالب‌های برنامه‌سازی رادیو در سال‌های دهه ۱۹۸۰ بوده است که با توجه به

دامنه و وسعت تأثیرگذاری آن بر روی شنوندگان همچنان در هزاره جدید نیز استفاده می‌شود.

«ادشاین» یکی از مشاوران رسانه‌ای اعتقاد دارد که قالب بزرگسال امروزی به دلیل آنکه می‌داند چگونه مخاطبان را هدف قرار دهد - مخاطبانی که از اقصای مختلف جامعه هستند - یکی از قالب‌های برنامه‌سازی موفق به شمار می‌آید که مستعد انسجام و توانا به رقابت در عرصه‌های مختلف رسانه‌ای است. قالب بزرگسال امروزی همچنین در میان گروه‌های سنی ۲۵ تا ۴۹ سال، طرفداران زیادی دارد. به ویژه آنکه این قالب برنامه‌سازی مردم‌پسند، مورد اقبال آگهی‌دهندگان نیز هست. آگهی‌دهندگان برای این نوع مخاطبان که درآمد کافی برای خرج کردن دارند، حاضر هستند هزینه کنند و آگهی‌های خود را در اختیار اینگونه برنامه‌ها قرار دهند. به هر حال، اکثر آگهی‌دهندگان حاضرند برای این گروه سنی از مخاطبان و این برنامه‌های پرشنونده پول خرج کنند؛ زیرا خودشان نیز اینگونه قالب‌های برنامه‌سازی مردم‌پسند را دوست دارند.

قالب AC همچنین در میان مخاطبان زن طرفداران بسیار زیادی دارد. خروجی برنامه‌ها با قالب بزرگسال امروزی، بر جریانی متداول، مرسوم و متعارف تأکید دارد؛ مثل: رعایت استانداردهای موسیقی پاپ، راک و موسیقی بیتل‌ها؛ به عبارت دیگر، نفی آن موسیقی راک تند که در بسیاری از ایستگاه‌های رادیویی مرسوم است. برخی ایستگاه‌های رادیویی که تنها با قالب AC به پخش برنامه‌های خود می‌پردازند، به عنوان استفاده‌کنندگان از موسیقی راک سبک معروف هستند. اکثریت آنها با پخش ترکیبی از ترانه‌ها و موسیقی‌های سبک شنیداری در واقع دنباله‌رو خط مشی ایستگاه‌های رادیویی خودشان هستند.

- در قالب برنامه‌سازی بزرگسال امروزی، استفاده از موسیقی حجم بسیار زیادی از برنامه را پر می‌کند و موسیقی به جای پرحرفی گویندگان پخش می‌شود. در این قالب، موسیقی به طور متداول حضوری بی‌وقفه دارد. شاید ۱۰ تا ۱۲ دقیقه یک نوع اجرای موسیقی پخش می‌شود و در انتها به طور خلاصه عوامل اجراکننده موسیقی معرفی می‌شوند. این نوع قالب برنامه‌سازی که بیشتر صبحگاهی است از سال‌های دهه ۱۹۸۰

میلادی تاکنون همچنان به قوت خود باقی است.

- در ایستگاه‌های رادیویی اینگونه برنامه‌های پرمخاطب درآمدزا معمولاً در زمان‌های ازپیش‌تعیین‌شده از سوی صاحبان آگهی‌دهنده و مدیران برنامه‌ها پخش می‌شوند. البته این برنامه‌ها در نیمه روز یا شب محدودیت پخش دارند.

- در چنین ایستگاه‌های رادیویی که موسیقی اولویت اول پخش را دارد، برنامه‌های خبری و ورزشی در اولویت بعدی پخش قرار می‌گیرند. در سال‌های اخیر برنامه‌های مخاطبان بزرگسال به طور روزافزونی افزایش یافته‌اند.

قالب برنامه‌سازی رادیوی پر سر و صدای امروزی (CHR) (Contempo-)

روزگاری Top 40 به عنوان یکی از قالب‌های برنامه‌سازی رادیویی موفق مطرح بود. ایستگاه‌های رادیویی موفق نیز سعی داشتند که از این قالب برنامه‌سازی استفاده کنند و فقط برنامه‌های ضبط‌شده را در این قالب برای جذب مخاطب و سرمایه‌ارائه کنند. قالب برنامه‌سازی CHR برای جوانان و نوجوانان طراحی شده است و بیشتر مخاطب هدف آن، نوجوانان ۱۲ تا ۱۸ سال هستند. البته از نیمه سال‌های دهه ۱۹۸۰ این قالب رادیویی در صد گسترش دایره مخاطبان اصلی و هدف خود بود. گرچه در دوران‌هایی کاهش مخاطبان را هم تجربه کرده بود، اما همچنان در صد یافتن راه‌هایی برای جذب بیشتر مخاطبان بود.

ادشاین در مجله مطالعات رادیو (۱۹۹۶-۱۹۹۵) عنوان کرده است که در سال ۱۹۹۰ این قالب رادیویی یک کاهش آماری را در جذب مخاطبان داشت. چیزی که اولین تافلر آینده‌گرا، آن را یک «هجمه رسانه‌ای» نامید که بر قالب برنامه‌سازی CHR تأثیر زیادی بر جا گذاشت.

این هجمه رسانه‌ای، انواع مختلفی از موسیقی‌های مختلف بودند که با قالب برنامه‌سازی خاصی در قالب رادیویی CHR پخش می‌شدند.

در این نوع قالب برنامه‌سازی موسیقی‌هایی مثل گروه رپرها (Ice T)، گروه راک مثل نیروانا و رندی تراویس و موسیقی جاز مانند کنی جی یا دیوید بنوایت، به طور مرتب اجرا و



در نظرسنجی‌ها آمده است که برنامه‌هایی با قالب برنامه‌سازی محلی، در میان کارگران معمولی که بیشتر کاریدی می‌کنند بسیار طرفدار دارد. بر طبق گفته مسئولان شورای موسیقی محلی و سازمان‌های ایستگاه‌های رادیویی محلی، قالب برنامه‌سازی با موسیقی محلی، امروزه بیش از گذشته در بالابردن شمار شنوندگان نقش داشته است.

پخش می‌شدند. جف پُلاک، یکی از مشاوران و کارشناسان رسانه اعتقاد داشت که قالب رادیویی پر سر و صدای امروزی (CHR) اساس کار و دقت خود را از دست داده است.

موسیقی‌ای که در این فرمت رادیویی استفاده می‌شد، موسیقی رپ و راک بود؛ موسیقی با سرعت زیاد که هیجان و جنجال، جزئی از شخصیت اینگونه موسیقی‌ها بود؛ موسیقی که بدون وقفه پخش می‌شد و شنونده لحظه‌ای سکوت و آرامش را احساس نمی‌کرد. انگار سکوت در این نوع قالب رادیویی «دشمن» محسوب می‌شد.

البته اینکه موسیقی با این حجم، بدون وقفه و به طور فشرده عرضه می‌شد، وظیفه طاق‌ت‌فرسایی از طرف برنامه‌ریزان بود؛ برنامه‌ریزانی که در انحصار بازارهای تجاری بودند.

یکی از برنامه‌سازان **رادیو Ink** به نام بیل ریچارد در مصاحبه‌ای عنوان کرده بود که هیجان زیاد و رویکرد طنز راهی است برای بی‌قیدی و لاقیدی. روزهای حرکت و هیجان به پایان رسیده است. ایستگاه‌های رادیویی دنباله‌رو قالب‌های برنامه‌سازی Top 40 و CHR همچنان به دنبال جنجال، سروصدا، طنز و لاقیدی هستند و از رویکرد دی‌جی شرم نمی‌کنند.

البته قالب رادیویی پر سر و صدای امروزی با رویکرد دی‌جی‌ها دستخوش چندین دگرگونی در وضعیت و اعتبار شده بود. در آغاز سال‌های ۱۹۵۰، شخصیت‌های سرشناس موسیقی پاپ در یک نقش تمام‌عیار، نغمه‌های صوتی را می‌نواختند. اما در نیمه سال ۱۹۶۰ که دی‌جی‌ها به طور چشمگیری افول کردند، این قالب نیز دستخوش تغییرات زیادی شد؛ به طوری که بیل دراک برنامه‌ساز مبتکر اعلام کرد که موسیقی‌های Top 40 احتیاج به بازسازی و تغییر دارند.

دراک به جای آنکه از این موسیقی جدید انتقاد کرده و به مکانیکی بودن آن اشاره کند، اقرار می‌کند که موفقیت آن در تقویت قالب‌ها برای حفظ مخاطبان بسیار چشمگیر بوده است. در اواسط و اواخر دهه ۱۹۷۰، جایگاه و نقش دی‌جی‌ها در ایستگاه‌های رادیویی موفق برای باز یافتن شهرت قبلی شروع شد. اما در سال‌های ۱۹۸۰ این فرمت توسط مایک ژوزف دستخوش نوسازی و بازسازی گسترده‌ای شد که منجر به کاهش حضور دی‌جی‌ها در پخش برنامه‌های

فهرست‌بندی‌شده گردید. ایستگاه‌های رادیویی موفق و پرمخاطب که از آنها نام برده شد، در کشور بیشترین محبوبیت را داشتند و در رأس نمودارهای پرمخاطب‌ترین سرمایه را جذب می‌کردند، اما همچنان مورد انتقاد بودند.

به گفته کارشناسان، در حال حاضر قالب CHR کمی از آن کیفیت هیجانی خود کاسته است و سنجیده‌تر و حساب‌شده‌تر عمل می‌کند و دستخوش نقش سازگارتری شده است. قالبی که به صورت کلیدی در همه جا نفوذ کرده بود، وقتی که احساس کرد به عقب رانده می‌شود، تصمیم گرفت که هم‌رنگ جماعت شود و سیاست‌های عرف را بپذیرد. ادامه این روند قطعاً این قالب برنامه‌سازی را به طور عملی‌تری حفظ خواهد کرد.

پخش اخبار در درجه دوم اهمیت در ایستگاه‌های رادیویی با قالب CHR قرار دارد. در واقع، بسیاری از کارگردان‌های برنامه‌ها، برنامه‌سازی خبری را به عنوان عاملی سازگار با افکار جامعه در نظر می‌گیرند. کودکان تنها مشتریانی بودند که از پخش اخبار خوششان نمی‌آمد. آنها همیشه معترض پخش برنامه‌های خبری بودند.

امروز سیاست اینگونه ایستگاه‌های رادیویی به پخش برنامه‌های بدون سرگرمی تغییر جهت داده است. آنها سعی می‌کنند در پخش برنامه‌های خبری پخش کنند. قالب طراحی‌شده این ایستگاه‌های رادیویی بر اساس تبلیغات آگهی‌دهندگان و نوع محتوا تغییر کرده است.

امروزه کمتر از ۵۰۰ ایستگاه رادیویی FM خود را با قالب CHR تطبیق داده‌اند و جالب آنکه خود را موفق می‌نامند؛ مانند Top 40 که همچنان شیوه‌های برنامه‌سازی خود را از الگوهای برنامه‌سازی در کانال‌های تلویزیونی **VHI**، **MTV** و ایستگاه‌های رادیویی کالج‌ها تقلید و طراحی می‌کند.

قالب برنامه‌سازی محلی (Country)

از سال‌های دهه ۱۹۷۰، قالب محلی برای ساخت برنامه‌های رادیویی در نظر گرفته شد. از آن سال‌ها بیشتر ایستگاه‌های رادیویی درصد استفاده از این قالب برنامه‌سازی برآمده‌اند. در واقع، در آن زمان متقاضیان استفاده از این قالب رادیویی به طور گسترده‌ای افزایش یافتند و گاه در عرصه رقابت، این قالب رادیویی به طور

استثنایی در صدر جدول پیشنهادی برنامه‌سازان قرار گرفت. با افزایش محبوبیت موسیقی محلی مردم‌پسند در بین مخاطبان می‌توان گفت که امروزه بسیاری از رادیوهای محلی تمام وقت، فرصت‌های بیشتری را برای جذب شنوندگان نسبت به دو دهه پیش در اختیار دارند.

از این گذشته، این قالب رادیویی تقریباً نسبت به دیگر قالب‌ها، متداول‌تر شده است. بیشتر بازارهای تجاری بزرگ و متوسط ایستگاه‌های رادیویی با قالب محلی را در اختیار دارند. به دلیل تنوع رویکردها در درون این قالب برنامه‌سازی، از جمله رویکرد سنتی قابل قبول برای اکثریت مردم و بهره‌گیری از برخی مؤلفه‌های قالب پر سر و صدای امروزی (CHR) در ارائه آن، این فرم برنامه‌سازی جذاب است و گروه‌های سنی گسترده‌ای را جذب می‌کند.

این ایستگاه‌های رادیویی همانگونه که بزرگسالان و مسن‌ترها را جذب می‌کند، به خوبی در جذب جوانان نیز موفق بوده است.

برنامه‌های رادیویی با قالب رادیویی محلی در میان سنین ۲۵ تا ۵۴ سال مخاطب دارد. آقای شان، یکی از برنامه‌سازان موفق در این عرصه، معتقد است: با توجه به پیش‌بینی‌های مغرضانه در ازهم‌گسیخته‌شدن این قالب برنامه‌سازی، نه تنها این برنامه‌ها از انسجام و جذابیت برخوردار هستند، که راه‌هایی برای یکسویه کردن این نوع برنامه‌ها برای جوانان یا حتی برای مسن‌ترها هم وجود دارد. او معتقد است: ارائه موسیقی و محتوای خاص هر گروه سنی در این برنامه‌ها می‌تواند برنامه‌ای در خور شأن هر گروه سنی باشد.

در نظرسنجی‌ها آمده است که برنامه‌هایی با قالب برنامه‌سازی محلی، در میان کارگران معمولی که بیشتر کار یدی می‌کنند بسیار طرفدار دارد.

بر طبق گفته مسئولان شورای موسیقی محلی و سازمان‌های ایستگاه‌های رادیویی محلی، قالب برنامه‌سازی با موسیقی محلی امروزه بیش از گذشته در بالابردن شمار شنوندگان نقش داشته است.

در سال‌های دهه ۱۹۸۰، این قالب تنها جزء مجموعه‌ای از پیشنهادها به برنامه‌سازان رادیوهای AM و FM بود، اما در سال‌های دهه ۱۹۹۰ بسیاری از برنامه‌سازان AM و FM،

برنامه‌هایی را در این قالب پخش کردند. البته رویکرد پخش این برنامه‌ها مختص خبر، مسائل عمومی، فضاهای شخصی و یا موسیقی صرف بود.

بنا به گفته کارشناسان رادیویی، قالب برنامه‌سازی محلی، در نیمه سال‌های ۱۹۹۰ به اوج خود رسید و در آینده نیز دارای رشد بیشتری خواهد شد.

مجله *M Street* در ارزیابی اخیر خود اعلام کرده است که بیش از ۲۶۰۰ ایستگاه رادیویی با بهره‌گیری از این قالب، بیشتر برنامه‌های خود را با قالب محلی پخش می‌کنند.

قالب برنامه‌سازی آسان شنیدن (موسیقی جاز و سبک و خوشایند)

ایستگاه‌های رادیویی با قالب موسیقی زیبا در دهه ۱۹۶۰، به رادیویی‌هایی با قالب شنیداری آسان با موسیقی‌های جاز و سبک و خوشایند در دهه ۱۹۹۰ تبدیل شدند.

در طی این سال‌ها، این ایستگاه‌های رادیویی با قالب جدید برنامه‌سازی به نام «آسان شنیدن» سعی می‌کردند در جهت جذب مخاطب جوان‌تر تا اندازه‌ای با دقت روزآمدتر عمل کنند. موضوع‌های ایستگاه‌های رادیویی «موسیقی زیبا» در قالب آسان شنیدن در اقدامی در جهت زدودن تصویر سالخوردگی که قبلاً در برنامه‌های این ایستگاه‌های رادیویی زیاد به چشم می‌خورد، طراحی شده بودند.

«آسان شنیدن» نقطه اوج به‌کارگیری موسیقی بدون وقفه است؛ یعنی یک قالب برنامه‌سازی که کران تا کران آن با موسیقی طراحی و پر شده است. قابل ذکر است که بیشتر برنامه‌سازان در برنامه‌های صبحگاهی - که بیشتر مختص مخاطبانی است که در حال رانندگی هستند - قالب فوق را با اخبار و اطلاعات دیگر می‌آمیزند. در این قالب برنامه‌سازی سعی شده است که تنها از موسیقی استفاده شود.

آواهای خوشایند و ملایم با آلات موسیقی سبک و آوازهای لایت متداول و رایج بخش عمده‌ای از برنامه‌های ایستگاه‌های رادیویی با قالب «آسان شنیدن» هستند. همچنین از تعداد زیادی از ارکسترهای موسیقی که نقش عمده‌ای در دنیای موسیقی دارند، برای ایجاد نشاط و شادابی استفاده می‌شود.

این ایستگاه‌های رادیویی به داشتن شنوندگان

وفادار و شیفته به خود می‌بالند و پرنشاط، جذاب و استثنایی هستند. سعی و تلاش برنامه‌سازان برای ترسیم علاقه‌مندی‌های جوانان و ایجاد نشاط در برنامه‌هایی با قالب «آسان شنیدن» به نسبت با موفقیت همراه بوده است و طرفدارانی از نسل جوان را نیز به خود جلب کرده است. اما باز هم اکثر پیروان اصلی این برنامه‌ها افرادی بالای ۵۰ سال هستند.

سندیکاهای موسیقی «بسته‌های موسیقیایی» را که به صورت برنامه تهیه شده است، از طریق سیستم اتوماسیون تقریباً برای نیمی از ایستگاه‌های رادیویی ملی که با قالب برنامه‌سازی «آسان شنیدن» و موسیقی جاز و پرنشاط کار می‌کنند، می‌فرستند. بیش از سه چهارم این بسته‌های موسیقیایی، در جهت جذب افراد مختلف با جایگاه‌های اجتماعی متفاوت طراحی شده است.

این قالب به طور روزافزونی مورد تقاضای شرکت‌های تجاری نیز هست.

در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ برخی موضوع‌های برنامه‌سازی با این قالب و با قالب بزرگسال امروزی (AC) و دیگر قالب‌های جذاب و دلچسب بزرگسالان برای سالخوردگان مورد استفاده قرار می‌گرفت که البته این کار به شدت مورد انتقاد رسانه‌ها قرار گرفت. رسانه‌ها اعتقاد داشتند که این سبک برنامه‌سازی در واقع استفاده از قالب‌های AC است و قالب‌هایی چون بزرگسال آسان‌گیر، سبک و آسان و لایت و جاز سبک، در قالب «آسان شنیدن» تنها اصطلاحاتی هستند که با آنها وانمود می‌کنند در جذب مخاطبان مختلف مؤثر بوده‌اند. اما در واقع و به طور تلویحی فقط به درد سالخوردگان می‌خورد و آنها هنوز مخاطبان اصلی این قالب به‌شمار می‌آیند.

[ادامه دارد]