

توجه به جوانان در آستانه 72 سالگی رادیو

7 دهه از عمر رادیوی ایران می‌گذرد و امسال نیز رادیو سال خوبی را آغاز کرد تا در آستانه 72 سالگی خود، اقتدارش را همچنان در کنار رسانه قدرتمند تلویزیون حفظ کند.



جام جم آنلاین: 7 دهه از عمر رادیوی ایران می‌گذرد و امسال نیز رادیو سال خوبی را آغاز کرد تا در آستانه 72 سالگی خود، اقتدارش را همچنان در کنار رسانه قدرتمند تلویزیون حفظ کند.

امواج رادیو متحول شدند و رادیو اقتصاد خودنمایی کرد. رادیو مهارت از استان کرج به جمع شبکه‌های 20 گانه رادیو پیوست، رادیو نمایش در انتظار ورود به عرصه رسانه‌هاست و همه این رویدادهای خوش در بهار رادیو، نویدبخش تحول در این رسانه شنیداری است. محمدحسین صوفی، مدیر رادیو با شعار رسانه امید و آگاهی، این روزها از تولد رادیو کودک و نوجوان هم خبر می‌دهد و همه این رویدادهای مهم شاید بتواند گامی در جهت رفع مهجور بودن رادیو در میان رسانه‌های جدید باشد.

در سالروز 72 سالگی رادیو به سراغ برخی از برنامه‌سازان و هنرمندان رادیویی رفتیم تا درباره تأثیر شبکه‌های تخصصی در جذب مخاطب رادیو گفت‌وگو کنیم. از آنها پرسیدیم چطور رادیو می‌تواند جایگاه واقعی‌اش را در بین مخاطبان جوان داشته باشد و در این راه مشارکت شنوندگان و باشگاه مخاطبان چقدر تأثیرگذار است و مشارکت جوان‌ها در امر برنامه‌سازی چقدر در طرح دغدغه‌های جوان‌ها موثر بوده است.

آنها معتقدند بقای رادیو یعنی جذب جوان و نوجوان، چون مخاطبان قدیمی شاید به دلیل خاطرات گذشته و سابقه برنامه‌هایی که گوش می‌کردند، امروز هم مشتري رادیو باشند، بنابراین در عصر رسانه‌ها شاید کار سختی باشد که جوانی را از دنیای جذاب تصویر به دنیای تخیل و صدا هدایت کنید، اما این اتفاق شدنی است.

رادیو و لذت تخیل

فرزاد حسنی، گوینده و بازیگر رادیو و تلویزیون که نوروز امسال اجرای برنامه تحویل سال شبکه 3 سیما را به عهده داشت در آستانه 72 سالگی رادیو، درباره جذب مخاطبان جوان رادیو می‌گوید: اتفاقاً در تعریف کلان رادیو، تمام شبکه‌های رادیویی مخاطب جوان دارند، اما رادیو جوان چون به طور تخصصی به مسائل جوانان می‌پردازد، درصد مخاطب جوانش بیشتر است. وی می‌افزاید: به نظر من رادیو رسانه جذابی است که علاقه جوان‌ها در این سال‌ها به آن بیشتر از گذشته شده است. جوان‌ها از هر قشری که باشند حداقل یکی دو برنامه رادیو را از شبکه‌های مختلف گوش می‌کنند و هر جوان براساس نیازی که دارد عنوان یکی از برنامه مورد علاقه‌اش را به یاد می‌آورد.

مجری برنامه #171 چه فرصتی چه شبی» که از رادیو جوان پخش می‌شود درباره مزیت‌های رادیو بر دیگر رسانه‌ها می‌گوید: رادیو رسانه‌ای است که مخاطب را به تخیل و قدرت این رسانه به دلیل نزدیکی‌ای است که با کتاب و رسانه‌های نوشتاری دارد، چون مخاطب با خواندن کتاب هم وارد فضای تخیل می‌شود و داستان کتاب را در ذهنش مجسم می‌کند.

حسنی درباره راه‌اندازی رادیو نمایش و حضورش در کنار رادیوهای دیگر گفت که انتظار بالایی از این شبکه وجود داشته و این توقع وجود دارد که رادیو نمایش بتواند علاوه بر جوان‌ها دیگر اقشار جامعه را جذب کند.

رادیو در مسیر تخصصی شدن

داریوش مودبیان، بازیگر و کارگردان تئاتر و نمایش که این روزها مشغول تولید نمایش رادیویی برای پخش از رادیو نمایش است، درباره مخاطب جوان و رادیوهای تخصصی می‌گوید: در دنیای امروز مسلماً جوانان رسانه‌های تصویری را بر رسانه‌های شنیداری ترجیح می‌دهند، بنابراین رادیو حتماً باید جذابیت ویژه‌ای داشته باشد تا شنونده جوان را به خود جذب کند.

وی می‌افزاید: به نظر من رادیو باید تخصصی شود تا بتواند جوانان فرهیخته را جذب کند، نسل گذشته با رادیو بزرگ شده‌اند و به همین دلیل به رادیو عنایت ویژه‌ای دارند، اما برای جوان‌ها رادیو حتماً باید اطلاع‌رسانی دقیق داشته باشد و سطح دانش و آگاهی آنها را ارتقا بخشد تا آنها را خود به خود جذب کند. بنابراین رادیو باید به سمت تخصصی شدن پیش برود تا مخاطبان متخصص را هم جذب کند، حتی اگر تعداد این مخاطبان کم باشد.

مودیبیان درباره مقایسه رادیو و تلویزیون هم عقیده دارد: رقابت تلویزیون و رادیو ذاتا اشتباه است، چون هرکدام از این رسانه‌ها ویژگی‌های خاص خود را دارند و اصلا شباهتی به هم ندارند که بتوانند وارد فضای رقابتی شوند. پس بهتر است رادیو راه خودش را برود و تلاش کند با استفاده از روش‌های مختلف مخاطب بیشتری جذب کند.

کارگردان و نویسنده نمایش‌های رادیویی درباره راه‌اندازی رادیو نمایش می‌گوید: راه‌اندازی این رادیو تاثیر مهمی بر تئاتر و ارائه فرهنگ تئاتری خواهد داشت و بسیاری از هنرمندان جوان را که از جریان‌های تئاتری و نمایش بی‌خبرند، با خود همراه خواهد کرد. ما این تجربه را در رادیو فرهنگ با برنامه پرده دوم داشتیم که بیشترین مخاطبان این برنامه را جوان‌های شهرستانی تشکیل می‌دادند و یک ارتباط دوسویه بین ما ایجاد شده بود، رادیو نمایش هم می‌تواند نقطه اتصال همه هنرمندان جوان کشور باشد. مودیبیان در ادامه درخصوص جذب شنوندگان جوان به رادیو تاکید کرد: بسیاری از بررسی‌های کارشناسانه نشان می‌دهد ما باید برای جذب جوان‌ها و اطلاع‌رسانی بیشتر در رادیو به سمت تخصصی بودن و فرهیختگی گام برداریم.

رسانه‌ها برای رادیو تبلیغ کنند

آشا محرابی بازیگر و کارگردان رادیو، تلویزیون و تئاتر که بیشتر فعالیت‌هایش را این روزها روی نمایش‌های رادیویی متمرکز کرده است درباره تحولات اخیر رادیو خصوصا راه‌اندازی شبکه‌های تخصصی می‌گوید: من خیلی به این تحولات رادیو امیدوارم و فکر می‌کنم اگر تلویزیون هم با بخش تبلیغی خود به رادیو کمک کند، این شبکه‌ها خصوصا شبکه نمایش می‌تواند موفق شود.

فرزاد حسینی: رادیو رسانه‌ای است که مخاطب را به تخیل وا می‌دارد و قدرت این رسانه به دلیل نزدیکی‌ای است که با کتاب و رسانه‌های نوشتاری دارد چون مخاطب با خواندن کتاب هم وارد فضای تخیل می‌شود و داستان کتاب را در ذهنش مجسم می‌کند

محرابی درباره آمادگی مرکز نمایش برای راه‌اندازی رادیو نمایش گفت: همکاران ما در مرکز نمایش در حال آماده‌سازی مراحل اولیه افتتاحیه این شبکه هستند که با این انرژی و تلاش دوستان امیدوارم مورد توجه مخاطبان قرار گیرد که البته در این راه کمک رسانه‌ها خصوصا مطبوعات بسیار تاثیرگذار است.

محرابی در آستانه سالگرد 72 سالگی رادیو از علاقه‌اش به این رسانه چنین می‌گوید: رادیو می‌تواند بستر مناسبی برای تخیل‌پردازی ذهن جوان‌های خلاق باشد، چون مخاطب و خالق اثر باهم همگام هستند و این اتفاق خوشایندی است که فقط در رادیو شکل می‌گیرد و امیدوارم صدای ماندگار رادیو همچنان فراگیر شود.

مخاطبان جوان امید آفرین هستند

فربرز گلبن، تهیه‌کننده‌ای که مدت 40 سال است با رادیو همکاری دارد روی مساله جذب جوان‌ها به رادیو تاکید دارد. او در این باره می‌گوید: یک گروه محقق در رادیو جوان مدت‌هاست که روی این موضوع کار می‌کنند و همچنان درحال تلاشند تا روش مناسبی برای این معضل که «رادیو آن طور که باید مورد توجه جوان‌ها قرار نمی‌گیرد» پیدا کنند.

این پژوهش در حالی صورت می‌گیرد که در سال‌های اخیر از اقتدار رادیو کم نشده است. همان طور که سینما با ورود تلویزیون ماهیت و راهش را حفظ کرد رادیو هم با جامعه‌شناسی و غنی‌سازی خود که یکی از آنها وجود رادیوهای تخصصی است، می‌تواند ادامه پیدا کند.

گلبن در ادامه رادیو را یک رسانه همیشه همراه توصیف می‌کند و می‌گوید: ارتباط متقابل مخاطب با رادیو، خصوصا مخاطب جوان امیدوارکننده است و شبکه‌های تخصصی می‌توانند با ترفندهای خاص خود مخاطب ویژه‌شان را جذب کنند.

رادیو و عصر جوانان

محمدرضا قدیریان، بازیگر رادیو و تلویزیون میزان تاثیرگذاری رسانه پرمخاطب را یکی از مهم‌ترین عوامل جذب مخاطب رادیو می‌داند و می‌گوید: رسانه در هر مقطع سنی می‌تواند روی مخاطب تاثیرگذار باشد. اگر رسانه حرفه‌ای کار کند می‌تواند به طرح و بررسی مشکلات جوان‌ها بپردازد و در این جهت همه شبکه‌ها می‌توانند مخاطب جوان داشته باشند. مثلا مسائل بهداشتی جوانان در رادیو سلامت، مسائل اقتصادی در رادیو اقتصاد، مسائل ورزشی در رادیو ورزش و... بررسی شود. پس همه شبکه‌ها با تفکر ویژه خود

می‌توانند جوانان را با خود همراه کنند. قدیریان یکی از معضلات برنامه‌سازی برای جوان‌ها را پخش نابهنگام و بی‌موقع آنها ذکر می‌کند و در این باره می‌گوید: بهترین ساعت پخش برنامه برای جوان‌ها عصر است که اکثر شبکه‌ها در این ساعت برنامه‌های غیرجوان‌پسند پخش می‌کنند که این موضوع به شدت در دور کردن جوانان از رادیو موثر است.

کمک به باور مخاطب

بشیر جعفری‌نیا از سردبیران جوان رادیو تهران هم ریتم تند و شاد و طنز برنامه‌ها را از عوامل جذب مخاطب جوان برای رادیو عنوان می‌کند و می‌گوید: برای جوان‌ها باید برنامه‌هایی براساس نیاز و سلیقه آنها تولید شود و از پخش برنامه‌های طولانی حتی در قالب موسیقی هم خودداری شود. به این دلیل جوان‌ها بیشتر دوست دارند برنامه‌های کوتاه و گزیده و مفید بشنوند. جوان‌های امروز بی‌حوصله‌اند و زمان زیادی برای شنیدن برنامه‌های رادیو بخصوص آنها که طولانی‌اند، ندارند. جعفری‌نیا درباره تخصصی شدن رادیو می‌گوید: اگر هر رادیو در حوزه خودش به موضوعات مختلف ویژه جوانان بپردازد می‌تواند مخاطبش را جذب کند حتی شبکه‌های عمومی هم می‌توانند با برنامه جذابی مثل مکت 95 جوان‌های بی‌شماری را به شنیدن رادیو ترغیب کنند.

رادیو یک رسانه خوب و پویاست به شرطی که به آن نگاه خوب متفکرانه صورت گیرد اگر این اتفاق بیفتد آینده‌خوبی در انتظارش است.

وی در خاتمه می‌گوید: برنامه‌سازی می‌تواند با حرکت صحیح خود در چارچوب برنامه‌سازی که برایش تعریف شده به باور مخاطب کمک کند. در غیر این صورت شنونده جوان خود را از دست می‌دهد.

تلاش برای رسیدن به استانداردهای فنی جهانی

نازنین مهیمنی بازیگر جوان مرکز نمایش و برنامه طنز جمعه ایرانی به عنوان یک جوان هنرمند رادیویی علاقه جوان‌ها را به رادیو مستلزم تبلیغ مناسب می‌داند و می‌گوید: خیلی از جوان‌ها مخاطب همیشگی رادیو نیستند، مگر این که بر طبق عادت خانوادگی شنونده رادیو باشند، پس برای علاقه‌مند کردن آنها به رادیو، تبلیغ شرط اول است از طرفی مدیران رادیو باید ساخت برنامه‌های جوان‌پسند را به خود جوانان بسپارند. چون جوانان روحیه و سلیقه همسالان خود را بهتر می‌شناسند.

مهیمنی درباره راه‌اندازی شبکه‌های تخصصی مثل رادیو جوان می‌گوید: هر جوان بنا به نیازهای خودش شبکه‌ای را برای شنیدن انتخاب می‌کند که در این راه گستردگی شبکه‌ها می‌تواند قدرت انتخاب را افزایش دهد.

بازیگر نمایش‌های جمعه ایرانی، چشم‌انداز آینده رادیو را در آستانه 72 سالگی رسانه شنیداری در ایران روشن ارزیابی می‌کند و می‌افزاید: در رادیو هر سال شاهد رشد خوبی هستیم و امسال هم با راه‌اندازی 2 شبکه به استقبال سالروز تولدش می‌رویم، اما در این راه باید تلاش کنیم خودمان را به استانداردهای فنی و استودیویی جهانی نزدیک کنیم. امروز بهترین استودیوی ضبط نمایش، استودیو 8 مرکز نمایش است که هنوز استودیوهای دیگر نتوانستند به آن امکانات دست پیدا کنند، امیدوارم سال آینده شاهد پیشرفت‌های دیگر رادیو باشیم و دغدغه کم شنیده شدن برنامه‌های رادیو را نداشته باشیم. اهالی رادیو هر یک به نوعی از دغدغه‌های خود برای رادیو گفتند آیا واقعا مخاطب رادیو با این تعدد شبکه‌ها و ارتقای کیفیت تولیدات رادیو و راه‌اندازی رادیو نمایش و افزایش برنامه‌های طنز به خواسته‌های اصلی خود از رادیو می‌رسد؟ در این راه تلویزیون برای بهتر شنیده شدن رادیو چه کمکی به این رسانه قدیمی می‌تواند بکند؟

زینت پستادست / گروه رادیو و تلویزیون