

مطالعه الگوی برنامه‌سازی مطلوب در رادیو جاده با بهره‌گیری از ظرفیت فناوری‌های نوین رسانه‌ای

محمد اخگری[✉]، عاطفه خداداد*، ویدا همراز**

چکیده

رادیو به‌عنوان اصلی‌ترین رسانه خودرو می‌تواند با اطلاع‌رسانی ترافیکی و گردشگری، برنامه‌های سرگرم‌کننده و آموزشی، علاوه بر توسعه گردشگری، در فرهنگ‌سازی و کاهش سوانح جاده‌ای ایفای نقش کند. پژوهش حاضر با هدف گونه‌شناسی رادیو جاده، دستیابی به شیوه‌های مطلوب تولید برنامه و شناخت ظرفیت رسانه‌های نوین برای راه‌اندازی رادیو جاده در ایران انجام شده است. این پژوهش، بر مبنای نظریه استفاده و رضامندی، همچنین قابلیت‌های محیطی، با روش مطالعه موردی انجام پذیرفته است. حجم نمونه را که به‌صورت هدفمند انتخاب شده، ۷ نمونه رادیو جاده در مناطق مختلف جهان (امریکا، روسیه، افریقای جنوبی، امارات متحده عربی و کانادا) در برمی‌گیرد که بر اساس مقوله‌های مستخرج از مطالعات اسنادی و مبنای نظری مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که رادیو جاده، دارای انواع موسیقایی، آموزشی، مجله‌ای و چندرسانه‌ای است و طراحی مطلوب برنامه رادیویی، قابلیت‌های محیطی جاده (جغرافیا، طبیعت، جاذبه‌های طبیعی، رویدادهای فرهنگی و اجتماعی، اماکن تفریحی) و وضعیت ترافیکی و زیست‌محیطی در این زمینه بسیار حایز اهمیت است. فناوری‌های نوین رسانه‌ای امکان ارائه خدمات مکان‌محور را فراهم ساخته‌اند و به همین سبب، راه‌اندازی رادیو جاده در ایران در راه‌های اصلی کشور با توجه به ظرفیت رادیوهای استانی و با بهره‌گیری از ظرفیت برنامه‌های کاربردی گوشه‌ی هوشمند امکان‌پذیر است.

کلیدواژه‌ها: رادیو جاده، برنامه رادیویی، خدمات مکان‌محور، قابلیت محیطی،

گردشگری

مقدمه

حمل و نقل جاده‌ای سهم زیادی در اقتصاد و زندگی دارد چراکه علاوه بر فراهم ساختن زمینه تجارت و ارتباطات از مهم‌ترین ضرورت‌های سفر و گردشگری به شمار می‌رود. گسترش حمل و نقل جاده‌ای، بروز حوادث و سوانح، همچنین وجود برخی جاذبه‌های گردشگری در جاده‌ها، اطلاع‌رسانی، آموزش و سرگرمی را در حین سفر ضروری ساخته و رادیو را به‌عنوان رسانه‌ای همراه، به یکی از مهم‌ترین ابزارهای رسانه‌ای در خودرو تبدیل کرده است. از سال ۱۹۳۰ که نخستین رادیوی خودرو را شرکت موتورولا تولید کرد تا امروز، انواع مختلف پخش صوتی برای خودروها طراحی شده و پیشرفت‌های فناوری و انقلاب دیجیتال، فرصت‌های فراوانی را در این زمینه فراهم آورده است. دب پلاس^۱ که در سال ۲۰۱۱ جایگزین دب شد، علاوه بر افزایش پهنای باند فرکانسی و کیفیت مطلوب صدا، امکان اضافه کردن متن، تصویر و عناصر چندرسانه‌ای را برای رادیو فراهم کرد (کلاین اشتویبر^۲، ۲۰۱۲: ۶). از سال ۲۰۱۰ با استفاده از اینترنت در خودرو که در اصطلاح «خودروی دارای ارتباط»^۳ نام گرفت، امکانات فراوان دیگری نیز اضافه شد که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از: مسیریابی شهری، موقعیت‌یابی مکانی، نقشه و ارسال و دریافت داده‌های چندرسانه‌ای (اخگری، ۱۳۹۷: ۱۶۰). رادیوی پیوندی یا هیبریدی ترکیبی از فناوری پخش فرکانسی و دیجیتال با پخش اینترنتی است. این فناوری با استفاده از روش «دی.ان.اس»^۴ امکان پیوند فناوری‌های مختلف پخش را برای رادیو فراهم می‌کند. گیرنده رادیو پیوندی به شنونده امکان می‌دهد که از تصویر، فراداده و چندرسانه‌ای استفاده کند تا هر زمان که خودرو از منطقه سیگنال دور می‌شود، گیرنده رادیو از طریق اینترنت، ادامه برنامه را پخش کند. بر این امکانات باید برنامه کاربردی گوشی هوشمند را نیز افزود که همه فناوری‌های پیشین را در خود جمع کرده و اپلیکیشن رادیویی را در دسترس کاربران قرار داده است.

با فناوری‌های نوین رسانه‌ای، امکان استفاده از رسانه شنیداری رادیو در خودرو، بیش از گذشته فراهم شده است و به همین سبب، در بسیاری از کشورهای جهان، ایستگاه‌های رادیویی گردشگری را تأسیس کرده‌اند (ادبی، ۱۳۹۱). کشورهایی مانند آمریکا، انگلستان، کانادا، آفریقای جنوبی، چین، استرالیا، سنگاپور، مکزیک، آرژانتین، کلمبیا، نیوزلند و... از طریق این ایستگاه‌ها، به پخش برنامه‌های خبری و گفتگومحور، موسیقی، اخبار ترافیکی و پیام‌های اطلاع‌رسانی

1. Digital Audio Broadcasting
2. Kleinstauber

3. Connected Car
4. Domain Name System

می‌پردازند. برای مثال، در شهر کیپ تاون^۱ آفریقای جنوبی با استفاده از فناوری جی‌پی‌اس^۲ به گردشگرانی که در حال رانندگی در شهر هستند، درباره همان منطقه اطلاع‌رسانی می‌کنند. این فناوری در کشورهای امریکا، مالزی، استرالیا، نیوزلند و کانادا هم برای رادیوی گردشگری مورد استفاده قرار گرفته است (روحانی، ۱۳۹۴).

پژوهش حاضر بدان سبب ضرورت می‌یابد که در ایران، سوانح رانندگی در جاده‌ها هر ساله تلفات جانی و خسارات مالی فراوانی را موجب می‌شود. وقوع این سوانح دلایل مختلفی دارد که نبود آموزش کافی، رعایت نکردن قوانین رانندگی و نیز آگاه نبودن رانندگان از وضعیت ترافیکی راه‌ها و جاده‌ها از آن جمله‌اند. اطلاع‌رسانی درباره ترافیک جاده‌ای و فرهنگ‌سازی درباره رانندگی ایمن می‌تواند در کاهش خسارات مؤثر باشد. علاوه بر این، به دلیل وجود برخی جاذبه‌های طبیعی و تاریخی در کنار جاده‌ها و نیز ارائه خدمات گردشگری و امکان خرید محصولات شهرها و روستاها که جاده را به بخشی مهم در گردشگری تبدیل کرده است، کسب اطلاع در این باره، به همراه دستیابی به اطلاعات و خدمات گردشگری متناسب با هر جاده، از دیگر ضرورت‌های وجود رسانه‌ای است که بتواند همواره در دسترس باشد و اطلاعات را در اختیار رانندگان و مسافران قرار دهد. با وجود تکرر و تنوع رادیو جاده در جهان، این نوع رادیویی در ایران شناخته شده نیست، تاکنون راه‌اندازی نشده و پژوهشی نیز درباره آن صورت نگرفته است. به این ترتیب، پژوهش حاضر، با مطالعه نمونه‌های موفق در دیگر کشورها، در پی آن است که ضمن شناخت کارکردهای رادیو جاده، گونه‌های مختلف و نیز نوع برنامه‌سازی آن را تبیین کند تا به لحاظ پژوهشی، امکان راه‌اندازی انواع مختلف رادیو جاده را در ایران با توجه به ویژگی‌های محیطی جاده و ظرفیت‌های فناوری‌های نو مورد مطالعه قرار دهد. به عبارت دیگر، این پژوهش در پی پاسخگویی به این پرسش‌ها است:

۱. شیوه‌های مطلوب برنامه‌سازی در رادیو جاده با توجه به قابلیت‌های محیطی جاده کدام‌اند؟
۲. رسانه‌های نوین چه ظرفیت‌هایی را برای رادیو جاده در تولید و انتشار فراهم کرده‌اند؟
۳. رادیو جاده با توجه به کارکرد رسانه‌ای و قالب برنامه‌سازی چه انواعی دارد؟

1. Cape town

2. Global postioning System

پژوهش‌های ارتباطی،
سال بیست و هفتم،
شماره ۴ (پیاپی ۱۰۴)،
تابستان ۱۳۹۹

پیشینه پژوهش

سعادت و مظفری (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی در حوزه تبلیغات گردشگری با مطالعه موردی منطقه آزاد کیش از سال ۱۳۸۲-۱۳۸۷» ضمن تبیین ظرفیت رسانه‌های نوین ارتباطی به این نتیجه دست یافته‌اند که استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند نقشی مهم در توسعه صنعت گردشگری ایفا کند.

روحانی (۱۳۹۴) در پژوهش خود قالب‌های مناسب برنامه‌سازی رادیویی را برای توسعه صنعت گردشگری مورد مطالعه قرار می‌دهد و به نقش رادیو در توسعه گردشگری با توجه به ویژگی‌های ارزانی، در دسترس بودن، سهولت استفاده، دامنه انتشار وسیع، سرعت و دقت در انتقال اطلاعات و قدرت تخیل، تبیین کرده است.

کروبی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «رسانه‌های ارتباط جمعی و انتخاب مقصد گردشگری» نشان داده است که رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی در انتخاب مقصد گردشگری مؤثرند و پوشش رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی تأثیر معناداری، شکل‌گیری تصویر ذهنی مقصد دارد.

هازارد^۱ و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «طراحی موسیقی متن مبتنی بر مکان» به این نتیجه دست یافته‌اند که موسیقی متن می‌تواند تجربه متفاوتی از دیدار یک محیط در ذهن ما بگذارد. موسیقی متن مبتنی بر مکانی خاص، نوعی موسیقی است که با توجه به ساختار محیط ساخته می‌شود و در محیط‌های مختلف، احساسات و هیجان‌اتی را مطابق با همان محیط یا اثر هنری برای بازدیدکننده ایجاد می‌کند.

مرور پیشینه پژوهش حاکی از آن است که موضوع ظرفیت رسانه‌های جمعی و شنیداری در حوزه گردشگری بیشتر مورد توجه پژوهشگران بوده است و نتایج به دست آمده بر نقش مؤثر و کارکرد مثبت رسانه‌ها در توسعه صنعت گردشگری تأکید دارد. در پژوهش‌های خارجی نیز نسبت میان قابلیت‌های محیطی و تولید رسانه‌ای - به‌طور خاص موسیقی - مورد مطالعه قرار گرفته است. در مطالعه پیشینه، پژوهش مستقلی که به‌طور مستقیم با موضوع پژوهش حاضر مرتبط باشد، یافت نشد. نتایج پژوهش‌های پیشین نیز که به‌طور غیرمستقیم، با موضوع پژوهش حاضر ارتباط می‌یابند، به‌نوعی، مؤید نقش رسانه در اطلاع‌رسانی گردشگری و اهمیت قابلیت‌های محیطی در طراحی برنامه‌اند.

1. Hazzard

بر مبنای همین یافته‌ها، پژوهش کاربردی حاضر با روش علمی، موضوع رادیو جاده را به‌طور مستقل و با هدف تبیین شیوه‌های برنامه‌سازی در تناسب با قابلیت‌های محیطی، گونه‌شناسی و کارکرد مورد مطالعه قرار داده است.

چارچوب نظری پژوهش

نظریه استفاده و رضامندی: نظریه استفاده و رضامندی نیازهای فردی را مدنظر قرار می‌دهد. بر مبنای این نظریه، استفاده از رسانه به رضایت، نیاز، آرزو یا انگیزه‌های مخاطبان بستگی دارد. انتخاب رسانه و محتوا، عموماً فعالیت‌های عقلانی و معطوف به اهداف و خرسندی‌های خاص است، پس مخاطبان فعال هستند. برآورده ساختن نیازهای مخاطبان رضایتمندی آنان را موجب می‌شود. در مدل کاتز^۱ و همکاران (۱۹۹۹)، (۱) سرچشمه‌های اجتماعی و روان‌شناختی (۲) نیازهایی که (۳) انتظارات خاص از (۴) رسانه‌های جمعی را به وجود می‌آورند، منجر به (۵) قرار گرفتن مخاطبان در معرض رسانه‌ها می‌شوند و این سرانجام به (۶) برآورده شدن نیازها و (۷) دیگر تبعات می‌انجامد (مک‌کین، ترجمه منتظر قائم، ۱۳۸۵: ۱۰۵). مهم‌ترین دلایل مخاطبان برای استفاده از رسانه، نیاز به تفریح و سرگرمی، نیازهای اطلاعاتی و شناختی، نیازهای اجتماعی - هویتی و گفتگو با دیگران است. رادیو جاده به‌عنوان رسانه‌ای که در مسیر جاده در دسترس مخاطب قرار دارد، بر اساس نظریه استفاده و رضامندی، نیازهای اطلاعاتی، شناختی و سرگرمی مسافران را فراهم می‌کند. هوسوکاوا^۲ خودرو را خانه دوم یا خانه در حال حرکت انسان در زندگی شهری می‌داند. به نظر او زمانی که راننده، خودرو و رادیوی آن را روشن می‌کند، ذهن‌اش به دو بخش تقسیم می‌شود: بخش اجتماعی و بخش فردی. خودرو فضایی است بین زندگی فردی و اجتماعی (۱۹۸۴: ۱۶۵). رادیوی خودرو به‌عنوان رسانه متحرک از امکانات دیگری نیز بهره می‌گیرد. خودروی متصل به اینترنت، وضعیت مکانی هر خودرو را نشان می‌دهد و رادیوهای هیبریدی امکان دریافت اطلاعات متناسب با موقعیت مکانی را برای رانندگان و مسافران فراهم می‌کنند. جی‌پی‌اس، موقعیت مکانی کاربر را مشخص می‌کند و سپس محتوای متناسب با محل از سرور^۳ با وای‌فای^۴ به گوشی تلفن همراه یا هر دستگاه دریافت‌کننده دیگری که فرد در اختیار دارد، مخابره می‌شود.

نظریه قابلیت محیطی (افردونس): نظریه قابلیت محیط یا افردونس^۵ توسط

1. Katz
2. Hosokawa

3. Server
4. Wifi

5. Affordance

گیبسون^۱ در سال‌های ۱۹۷۷ تا ۱۹۷۹ مطرح شده است (باقری طالقانی، ۱۳۹۳). این نظریه به رابطه میان محیط و جاندار و ادراکی که جانداران از محیط اطراف حاصل می‌کنند، می‌پردازد. منظور از فردونس آن است که محیط چه چیزی به جاندار ارائه می‌کند و چه کارکردی برای جاندار دارد و چه در دسترس او قرار می‌دهد، چه خوب و چه بد (گیبسون، ۱۹۸۲: ۱۳۷). فردونس هر چیزی ترکیبی خاص از ویژگی‌های جنس و سطح ارتباطی آن است. پیکربندی کالبدی یک شیء یا مکان، رفتاری است که آن را برای یک فعالیت خاص قابل استفاده می‌سازد. گیبسون محیط و بوم را پایه و اساس تمامی داده‌ها می‌داند. او معتقد است که داده‌های محیطی به‌گونه‌ای مستقیم و بدون نیاز به نیروی پردازش مغز آدمی از طریق انوار محیطی و به‌وسیله حواس آدمی که به‌مثابه یک نظام (سیستم) عمل می‌کنند، دریافت می‌شوند (حاتمی، ۱۳۹۵).

نظریه فردونس در معماری و شهرسازی برای طراحی محیط ساخته شده به‌کار می‌رود (نقدبیشی و همکاران، ۱۳۹۵: ۸۴-۷۵) همچنان که در طراحی صنعتی، به متغیرهای محیط و عملکرد کاربر بر مبنای روان‌شناسی اشیاء برای طراحی محصول پرداخته می‌شود (باقری طالقانی، ۱۳۹۳: ۶۴-۵۵). کاربرد نظریه فردونس در گردشگری، استفاده از آن را به موضوع رادیو جاده نزدیک‌تر می‌سازد (باکلی^۲ و آخوندقلی، ۲۰۱۹). نظریه فردونس از این‌رو، با موضوع رادیو جاده تناسب پیدا می‌کند که جاده به‌عنوان یک محیط، فردونس ویژه خود را دارد و شنونده رادیو در جاده، از اشیاء، مناظر و شرایط، قابلیت محیطی آن را برداشت می‌کند. در روان‌شناسی محیطی که به مطالعه درباره کنش انسان با محیط پیرامونش می‌پردازد، محیط در معنای گسترده، محیط طبیعی، زمینه‌های اجتماعی و محیط مصنوع را در برمی‌گیرد اما در معماری، از محیط به‌عنوان «قرارگاه رفتاری» یاد می‌شود که دارای اجزایی مانند فعالیت قابل تکرار (الگوی جاری رفتار)، طرح خاصی از محیط (محیط کالبدی) و رابطه‌ای سازگار بین این دو و دوره زمانی خاص هست (حاتمی، ۱۳۹۵). سطوح شش‌گانه محیط از منظر دیدگاه بوم‌شناختی گیبسون شامل سطوح سودمندی (متناسب با کاربرد)، ابزاری (دارای کاربرد)، عاطفی (ارتباط عاطفی و درونی)، ایستایی (استحکام)، نشانه‌ای و نمادی (تداعی‌کننده مفهومی دیگر) است (حاتمی، ۱۳۹۵). برنامه رادیو جاده، محصولی است که برای محیط خاصی مانند جاده تولید می‌شود و نظریه فردونس درک شده آن‌گونه که کلاود نورمن^۳ مطرح می‌کند، کارایی

1. Gibson
2. Buckly

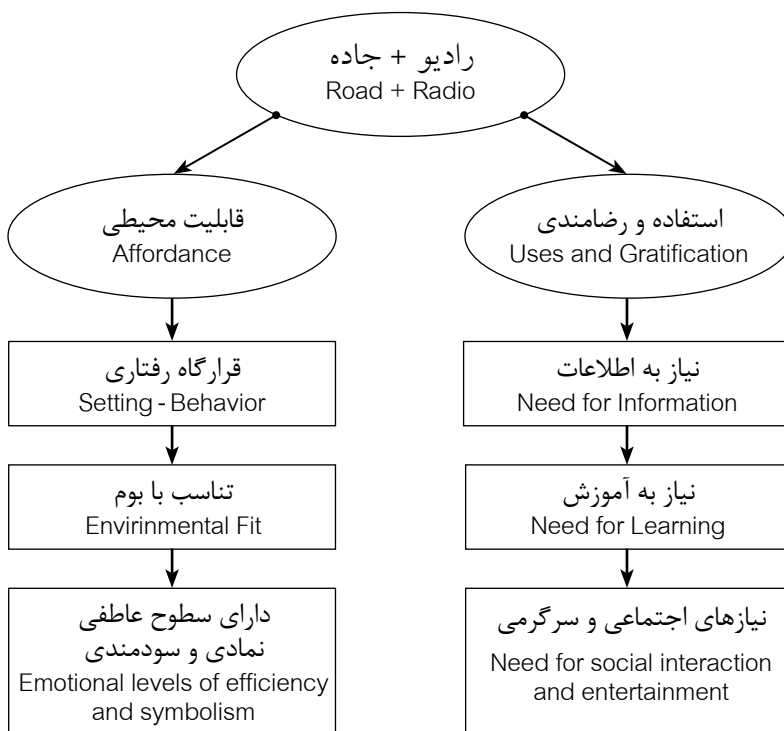
3. Claude norman

مطالعه الگوی
برنامه‌سازی مطلوب در
راديو جاده با بهره‌گیری
از ظرفیت فناوری‌های
نوین رسانه‌ای

می‌یابد. افزودن درک شده به ادراک کاربر بستگی دارد و از همین رو، نظریه نورمن متفاوت از نظریه گیسون و عبارت از قابلیت‌ها و عملکردهایی است که کاربر در مواجهه با یک محصول، امکان‌پذیری آنها را درک می‌کند (باقری طالقانی، ۱۳۹۳: ۶۴-۵۵). بر همین اساس در طراحی کاربر محور محصول باید پاسخ مناسبی برای نیاز کاربر باشد. هرگاه جاده به‌عنوان قرارگاه رفتاری در نظر گرفته شود، می‌توان گفت؛ رفت‌وآمد که به‌عنوان فعالیتی قابل تکرار در آن جریان دارد، متناسب با جغرافیا و بوم هر منطقه، دارای طرحی خاص است و بین این دو رابطه سازگاری وجود دارد. سفر در جاده برای هر مسافر در یک دوره زمانی خاص صورت می‌گیرد و نمادها و جاذبه‌های جاده با مسافران ارتباط عاطفی و روانی برقرار می‌کنند.

۱. مدل نظری پژوهش

1. Theoretical Model of Research



روش‌شناسی پژوهش

پژوهش با روش مطالعه موردی انجام شده است. هدف کلی در مطالعات موردی، مشاهده تفصیلی ابعاد مورد مطالعه و تفسیر مشاهده‌ها از دیدگاه کل‌نگر است.

به همین سبب، مطالعه موردی با تأکید بر فرایندها و درک و تفسیر آنها صورت می‌گیرد. «مورد» چنان انتخاب می‌شود که نمایان‌کننده وضعیت یا حالت کلی تحت مطالعه باشد (بازرگان و مرادی، ۱۳۷۴: ۴۸). هدف از پژوهش حاضر، تبیین انواع رادیو جاده و گونه‌های برنامه‌سازی در آن بوده است، به همین دلیل، جامعه آماری، گونه‌های مختلف رادیو جاده را در مناطق مختلف جغرافیای جهان در بر گرفته و حجم نمونه به‌صورت هدفمند بر مبنای نوع رادیو، منطقه جغرافیایی و قالب برنامه از آن میان انتخاب شده است. با بررسی رادیو جاده‌های مختلف و گستره برنامه‌سازی آنها ۳۵ برنامه از برنامه‌های رادیو جاده در کانادا، امریکا، روسیه، افریقای جنوبی و امارات متحده عربی، به‌عنوان نمونه، انتخاب و تحلیل شده است.

جدول ۱. حجم نمونه پژوهش

Table 1. Sample Size of Research

مکان جغرافیایی Geographical Location	کشور Country	رادیو Radio
جاده‌های لس‌آنجلس در کالیفرنیا	امریکا	American road radio
لس‌آنجلس	امریکا	American road radio station
در بزرگراه‌های N4 و N1 از مرز بوتسوانا تا مرز موزامبیک	افریقای جنوبی	The Platinum Road
در بزرگراه‌های شهر اورپول روسیه	روسیه	Орел ДОРОЖНОЕ Радио
اجرا در کالج‌های پنسیلوانیا، جنوب نیویورک و شمال مریلند	امریکا	road.radio.usa
جاده‌های بین‌شهری کانادا	کانادا	Road trip radio
بزرگراه‌های A۱۱ شیخ زاید بین شهر دبی تا ابوظبی	ابوظبی	Highway Gallery radio - Louvre Abu Dhabi

گردآوری داده‌ها با چند شیوه مطالعه اسنادی، مشاهده مستقیم و همچنین مصاحبه و تجزیه و تحلیل داده‌ها، در سه سطح طبقه‌بندی با توجه به معیار خاص

پژوهش‌های ارتباطی،
سال بیست‌وهفتم،
شماره ۲ (پیاپی ۱۰۲)،
تابستان ۱۳۹۹

مطالعه الگوی
برنامه‌سازی مطلوب در
رادیو جاده با بهره‌گیری
از ظرفیت فناوری‌های
نوین رسانه‌ای

(برنامه‌سازی رادیویی)، تفسیر و تعبیر اطلاعات مربوط به داده‌ها و تحلیل‌های مرتبط با پرسش‌های پژوهش انجام پذیرفته است.

یافته‌های پژوهش

طبق مطالعات صورت گرفته، رادیو جاده، ایستگاهی رادیویی است که به پخش برنامه با هدف کاهش ترافیک، جلوگیری از تصادفات جاده‌ای و ارائه اطلاعات گردشگری در جاده می‌پردازد. برای تبیین انواع قالب‌های برنامه‌سازی، مقولات جدول ۲ مورد تحلیل قرار گرفته‌اند:

جدول ۲. مقوله‌ها و زیر مقوله‌ها

Table 2. Category and Subcategory

زیر مقوله Subcategory						مقوله Category	
نظرخواهی	کارشناس	مصاحبه	پیام	گفتار	خبر	موسیقی	بخش برنامه
	مینی فیچر	فیچر	مسابقه	نمایش	مجله	مستند	قالب
		امکانات	محیط	گردشگری	ترافیک	مسیر	نوع اطلاعات
				سرگرمی	اطلاعات	آموزش	کارکرد
					تولیدی	زنده	نوع اجرا
					تمرکزی	همراه	سبک رادیو

مطالعه و تحلیل حجم نمونه نشان می‌دهد؛ رادیو جاده دارای سه نوع کارکرد اطلاع‌رسانی، سرگرمی و آموزش است که از این میان، اطلاع‌رسانی و سرگرمی، حجم بیشتری از برنامه‌ها را به خود اختصاص می‌دهند. رادیو جاده امریکا^۱ در برنامه کاربردی (اپلیکیشن) خود موسیقی و بازی ارائه می‌کند.

این رادیو، سرگرمی را در سفر مخاطبان هدف قرار داده است؛ اما رادیو جاده پلاتینوم در آفریقای جنوبی که از سال ۲۰۱۴ شروع به کار کرده، هم اطلاع‌رسانی می‌کند و هم برنامه‌های سرگرم‌کننده دارد. این رادیو، علاوه بر راهنمایی مسافران در طول مسیر، برای سرگرمی آنان از قالب داستان استفاده می‌کند و داستان‌ها نیز در اغلب موارد، روایت سفرهای جاده‌ای هستند.

علاوه بر این، اطلاعات جاده‌ای و ترافیکی را به صورت برخط در اختیار شنوندگان

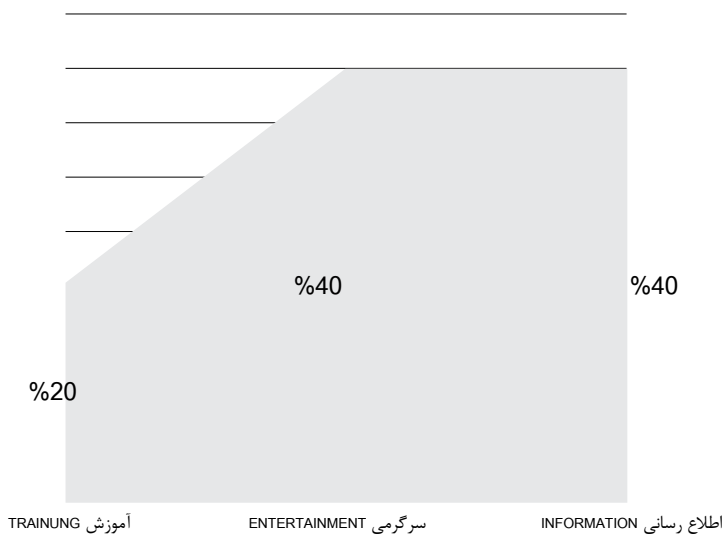
1. American Road Radio

قرار می‌دهد. رادیو جاده روسیه، به‌صورت نوعی پورتال، علاوه بر پخش اطلاعات، موسیقی و سرگرمی، این فرصت را برای شنوندگان فراهم می‌آورد که به رادیوهای محلی یا تخصصی در مسیر جاده دسترسی پیدا کنند. این رادیو، گنجینه‌ای زیادی از موسیقی‌های مختلف دارد که شنوندگان می‌توانند موسیقی مورد نظر خود را از میان آن پیدا کنند. رادیو جاده ایستگاهی امریکا^۱، ایستگاهی رادیویی است که صرفاً کارکرد آموزشی دارد. در میان حجم نمونه مورد مطالعه، رادیو سفر جاده‌ای کانادا از انواع دیگر کامل‌تر است. برنامه‌های این رادیو نیز هر سه رویکرد اطلاع‌رسانی، سرگرمی و آموزشی را در نظر دارند. نمودار ۱ رویکردهای برنامه‌های رادیو جاده را در حجم نمونه نشان می‌دهد.

پژوهش‌های ارتباطی،
سال بیست‌وهفتم،
شماره ۴ (پیاپی ۱۰۲)،
تابستان ۱۳۹۹

نمودار ۱. نوع کارکرد رادیو جاده

Figure 1. Type of road radio function



مطالعه تحلیل حجم نمونه پژوهش حاکی از آن است که رادیوهای جاده به لحاظ سبک برنامه‌سازی، رادیوی همراه محسوب می‌شوند. در این سبک، شنونده برای درک مطلب، نیاز به تمرکز ندارد و در حین انجام دیگر فعالیت‌ها به رادیو گوش می‌دهد (لاروش و بوخ هلتنس، ترجمه اخگری، ۱۳۸۷: ۴۵). از آنجاکه این برنامه‌ها برای پخش در مسافرت‌ها در نظر گرفته شده‌اند و جنبه سرگرمی و اطلاع‌رسانی دارند، سبک همراه را انتخاب کرده‌اند.

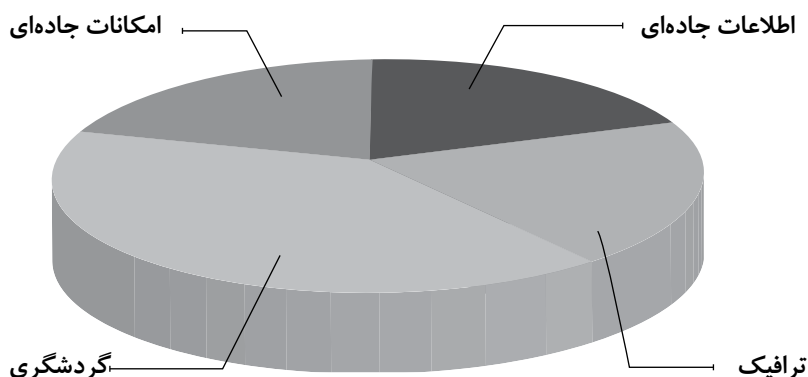
1. American Road Radio Station

مطالعه الگوی برنامه‌سازی مطلوب در رادیو جاده با بهره‌گیری از ظرفیت فناوری‌های نوین رسانه‌ای

در رادیو جاده، انواع بخش‌های برنامه‌ای به تناسب محیط کاربرد دارند، اما موسیقی و پس‌از آن خبر، پیام‌های آموزشی و آگهی خدمات عمومی، برخوردار از بیشترین فراوانی هستند. در میان قالب‌های برنامه‌سازی نیز قالب مجله‌ای بیشترین فراوانی را دارد. در برنامه‌های رادیو جاده، کمتر از ضرباهنگ کند استفاده می‌کنند تا مخاطب دچار خستگی نشود، همچنین اطلاع‌رسانی گردشگری بیشترین فراوانی را دارد و پس از آن، ارائه اطلاعات جاده‌ای، ترافیک، محیط اطراف و امکانات جاده، موضوعاتی هستند که رادیو جاده به آنها می‌پردازد.

نمودار ۲. میزان فراوانی نوع اطلاعات

Figure 2. Frequency of information type



گونه‌شناسی رادیو جاده

بر اساس تحلیل حجم نمونه، رادیو جاده را می‌توان به لحاظ سبک و قالب برنامه‌سازی به ۴ دسته تقسیم کرد:

۱. رادیو جاده موسیقایی

در این نوع از رادیوها صرفاً موسیقی پخش می‌شود؛ این گونه نیز به سه زیرشاخه قابل تقسیم است:

الف. پخش موسیقی به انتخاب رادیو: در این نوع از رادیو جاده کنداکتور پخش موسیقی را تهیه‌کنندگان، متناسب با وضعیت جاده و برای زمان مناسب تنظیم می‌کنند.

ب. موسیقی - سرگرمی: در این گونه رادیویی، در کنار موسیقی، امکانات

سرگرمی نیز ارائه می‌شود. سرگرمی در خودرو البته برای دیگر مسافران، غیر از راننده خودرو، از امکاناتی است که در خودروهای جدید نصب می‌کنند. برای مثال، در رادیو جاده آمریکا علاوه بر پخش موسیقی، بازی رایانه‌ای نیز عرضه شده است.

ج. آرشیو موسیقی (انتخاب آزادانه سبک موسیقی و برنامه به سلیقه مخاطب): رادیو جاده روسیه «عقاب جاده» در بخش ویژه خود، یک شبکه رادیویی موسیقی دارد که به کاربر امکان می‌دهد در بخش «انتخاب موسیقی» بر اساس «نوع موسیقی» آثار مختلف را بشنود. در این رادیو، امکان جستجوی دیگر انواع رادیوهای خبری، تخصصی، گفتگو، محلی و ... نیز وجود دارد و هر کس متناسب با سلیقه خود می‌تواند هر کدام از این ایستگاه‌ها را انتخاب کند.

۲. گونه مجله‌ای

در این نوع رادیو، از قالب برنامه‌ای مجله برای همراهی با مخاطب در جاده استفاده می‌کنند. این گونه نیز خود به دو زیرگروه تقسیم‌بندی می‌شود:

الف) مجله سرگرمی، تاریخی و اطلاع‌رسانی: رادیو جاده پلاتینیوم^۱ که در افریقای جنوبی در سال ۲۰۱۴ راه‌اندازی شد، در بزرگراه‌های N۱ و N۴ از مرز بوتسوانا تا مرز موزامبیک به هزاران راننده در حین سفر، درباره شرایط جاده و ترافیک مسیر اطلاع‌رسانی می‌کند و در ضمن آن، داستان‌هایی را بر اساس وقایع تاریخی آن مناطق، در قالبی سرگرم‌کننده ارائه می‌دهد.

ب) مجله رادیویی با مشارکت شنوندگان: رادیو جاده کانادا که به صورت اینترنتی، از طریق وبسایت و شبکه اجتماعی صدامحور ساوند کلاود قابل شنیدن است، از ساختار مجله بهره می‌برد. این رادیو در بخش‌های مختلف، مخاطب را با خود همراه می‌سازد و با استفاده از رسانه‌های نوین مانند اینترنت، از طریق صفحه اینستاگرام، فیس‌بوک و رایانامه، مردم را در ساخت برنامه مشارکت می‌دهد و با الهام گرفتن از اطلاعات و خاطرات آنها به ساخت برنامه می‌پردازد.

1. The Platinum Road Radio

مطالعه الگوی
برنامه‌سازی مطلوب در
رادیو جاده با بهره‌گیری
از ظرفیت فناوری‌های
نوین رسانه‌ای

۳. رادیو جاده آموزشی

این نوع از رادیو که بیشتر مخاطبان آن جوانان و نوجوانان هستند، به آموزش اصول ایمنی در رانندگی از طریق برنامه‌های مختلف می‌پردازد. رادیو جاده یو. اس. آ^۱ به شکلی متفاوت از دیگر موارد یاد شده در این پژوهش فعالیت می‌کند. این رادیو با راهبرد آموزش و آگاهی بخشی به دانشجویان و دانش‌آموزان امریکایی شروع به کار کرده و هدف آن، کاهش یا پیشگیری از مصرف الکل و تصادفات جاده‌ای ناشی از رانندگی دانشجویان یا دانش‌آموزان بدون گواهینامه بوده است. رادیو یو. اس. آ هر بار برای ساخت برنامه خود به یک مدرسه یا کالج می‌رود و در سالن اجتماعات آن به اجرای زنده موسیقی و نمایش می‌پردازد. در این برنامه‌ها با استفاده از مضامین مربوط به حوادث جاده‌ای سعی می‌شود به دانش‌آموزان در خصوص اثرات مشروبات الکلی هشدار داده شود. این برنامه‌ها پخش همگانی ندارند و هر بار از رادیوی مدرسه‌ای که برنامه در آن اجرا می‌شود، پخش می‌شوند.

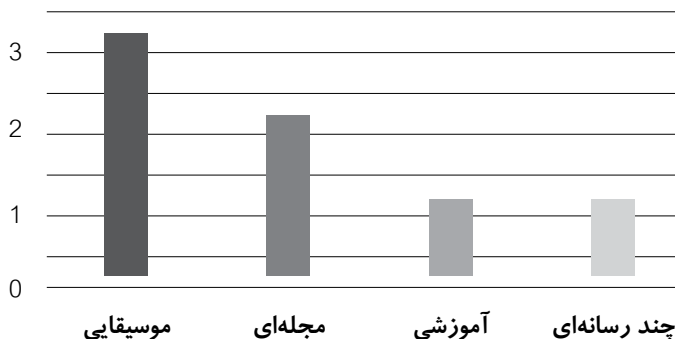
۴. رادیو جاده چندرسانه‌ای

این نوع رادیو از عناصر صوتی - تصویری بهره می‌گیرد و هدف آن، ارائه اطلاعات فرهنگی به مخاطب و همچنین حفظ ایمنی در رانندگی است. در امارات متحده عربی، از ترکیب جلوه‌های بصری و صوتی در جاده برای پخش از رادیوی خودرو استفاده می‌شود. موزه لوور ابوظبی با همکاری رادیوی این کشور، نوعی گالری جاده‌ای ایجاد کرده است چنان‌که نمایشگرهای بزرگ کنار جاده، تصاویری از آثار تاریخی و هنری این موزه را در مسیر جاده ابوظبی تا دبی نمایش می‌دهند. هنگام عبور از کنار هر تابلو، رادیوی خودرو به مدت ۳۰ ثانیه درباره آن اثر هنری توضیح می‌دهد. برای شنیدن محتوا، رانندگان باید با سرعت تعیین شده رانندگی کنند.

1. road.radio.usa

نمودار ۳. گونه‌های مختلف رادیو جاده به تفکیک فراوانی

Figure 3. Different types of road radio in abundance



پژوهش‌های ارتباطی،
سال بیست و هفتم،
شماره ۴ (پیاپی ۱۰۲)،
تابستان ۱۳۹۹

برنامه‌سازی رادیو جاده متناسب با قابلیت‌های محیطی

مطالعه حجم نمونه نشان می‌دهد که قابلیت‌های محیطی بر مبنای نظریه افزودنس در طراحی برنامه رادیویی برای جاده اهمیت می‌یابند. یکی از موارد حجم نمونه، رادیو جاده کاناداست که برنامه‌های آن متناسب با قابلیت محیطی جاده تولید می‌شوند. این جاده از ایالت‌های مختلف می‌گذرد و رادیو در مسیر هر ایالت، متناسب با منطقه جغرافیایی، برنامه‌های خاص آن منطقه را تولید و پخش می‌کند.

منطقه ۱: ساسکاچوان^۱

ایالت ساسکاچوان کانادا جزء ایالت‌های چهار فصل محسوب می‌شود. از نظر جغرافیایی، این ایالت در منطقه سرسبز کانادا قرار دارد و آمار سوانح در جاده‌های آن بسیار زیاد است. با توجه به ویژگی‌های محیطی جاده و آب‌وهوای پاییزی آن که با طوفان‌های شدید همراه است، در زیر صدای بخش‌های اطلاع‌رسانی، از افکت‌های باد و طوفان استفاده می‌شود. بافت موسیقی برنامه را به دلیل موقعیت ایالت که هم شهری و هم خلوت است، موسیقی‌های امروزی و گاه تلفیقی (سنتی کانادا + موسیقی مدرن) با فضایی خلوت شکل می‌دهد تا نمایش‌دهنده موقعیت ایالت ساسکاچوان باشد. به دلیل سوانح جاده‌ای بسیار در این منطقه، هشدارهای مربوط به رعایت قوانین رانندگی، به صورت مستقیم در گفتار مجریان برنامه و یا به صورت غیرمستقیم، در قالب نمایش یا گزارش پخش می‌شود.

1. Saskatchewan

منطقه ۲: مانیتوبا^۱

دارای آب‌وهوای قاره‌ای و از شمال تا جنوب، متفاوت است. به دلیل ارتفاع کم زمین، گسترده‌گی سطوح و دوری از آب اقیانوس‌ها، در ژانویه و فوریه سرمای زیادی دارد. در تابستان هوای گرم خلیج مکزیک بعد از عبور از امریکا وارد مانیتوبا می‌شود که در بعضی مواقع با رطوبت زیاد همراه است. جنوب مانیتوبا، تابستان گرم و طولانی و زمستان‌های سرد دارد. ۴۸ درصد سطح آن نیز پوشیده از جنگلی با درخت‌های کاج، صنوبر و سدر است. به دلیل موقعیت جنگلی، این ایالت زیستگاه حیوانات زیبایی مانند خرس سفید، گوزن و گرگ در پارک‌های طبیعی و ملی شده است. همچنین تنوع ۱۴۵ گونه از پرندگان، مانند انواع جغد را در خود جای داده است. دریاچه مانیتوبا دارای انواعی از گونه‌های قزل‌آلا است. به دلیل بافت زیست‌محیطی این منطقه، نمایش‌های رادیویی بیشتر در قالب «نمایش از زبان حیوانات» ارائه می‌شوند و مشکلات حیوانات و نیازهای آنها را از زبان خودشان مطرح می‌کنند. آگهی‌های زیست‌محیطی و هشدار نسبت به عبور حیوانات در جاده از بخش‌های پرتکرار در این رادیو است. اطلاع‌رسانی درباره جشنواره‌ها و مسابقات در حال اجرا در محیط‌های اطراف جاده نیز از دیگر بخش‌های برنامه‌ای است. با توجه به بافت محیطی، از افکت‌های جنگل، دریاچه یا صدای حیوانات استفاده می‌شود و موسیقی‌های پس‌زمینه با توجه به محیط حالت الکترونیک و فانتزی دارد.

منطقه ۳: جزیره پرنس ادوارد^۲

این استان دارای چهار فصل است و بهار آن به‌طور معمول، دیرتر فرامی‌رسد. تابستان معتدل و زمستانی طولانی و سرد دارد. این جزیره، محل ضبط فیلم‌ها و سریال‌های مختلف است و افسانه‌های بسیاری درباره آن وجود دارد. برنامه‌های رادیو جاده از این ویژگی، استفاده و درباره افسانه‌ها صحبت می‌کنند. این منطقه جاده‌ای ایمن دارد و به همین سبب هشدارهای رانندگی در برنامه بسیار اندک است اما از آنجا که زیستگاه روباه‌های قرمز محسوب می‌شود، هشدار نسبت به تردد حیوانات در جاده از رادیو پخش می‌شود. افکت صدای ساحل و دریا به گوش می‌رسد و درونمایه موسیقی و افکت‌ها، حالتی رؤیاگونه و داستانی دارد.

1. Manitoba

2. Prince Edward Island

منطقه ۴: آلبرتا^۱

دارای آب‌وهوای خشک قاره‌ای است؛ با تابستان گرم و زمستان سرد. طبیعتی زیبا دارد و سرزمین رزهای وحشی است. گزارش درباره رزهای وحشی و پخش نمایش درباره قطع درختان، از جمله برنامه‌های رادیو جاده در این منطقه است. روند برنامه به نسبت برنامه‌های قبل سریع‌تر است، چراکه زندگی در این منطقه ضرباهنگی تند دارد و به لحاظ اقتصادی از پیشرفته‌ترین ایالت‌ها به شمار می‌رود. سبک موسیقی انتخابی برای این منطقه، کانتری و جاز است. دشواری سفر در این جاده در فصل زمستان، از جمله هشدارهای این رادیوست زیرا آلبرتا در زمستان سرمای کشنده‌ای دارد و همراه داشتن وسایل لازم برای سفرهای سخت زمستانی ضروری است.

منطقه ۵: کبک^۲

نوار جنوبی این استان که جمعیت بسیاری را در خود جای داده، آب‌وهوای معتدل دارد. زبان غالب در کبک، زبان فرانسوی است و به همین سبب، برنامه با سلام و احوالپرسی به زبان فرانسوی آغاز می‌شود. اطلاع‌رسانی درباره رویدادهای محلی از جمله بخش‌های برنامه‌ای رادیو در این منطقه است. انتخاب مسیر بهتر با پخش نمایشی توضیح داده می‌شود که در آن، زوجی جوان درباره انتخاب کوتاه‌ترین و ایمن‌ترین مسیر با یکدیگر صحبت می‌کنند. روند برنامه نسبت به منطقه آلبرتا کندتر است و موسیقی‌های انتخابی از سبک راک هستند؛ سبکی که می‌تواند به سبب برگزاری مسابقات مختلف در این منطقه القای شور و هیجان کنند.

منطقه ۶: یوکان^۳

استان کوچک و منحصربه‌فرد یوکان در غرب کانادا قرار دارد. یوکان به دلیل برخورداری از منابع غنی طبیعی، نقشی مهم اقتصاد این منطقه ایفا می‌کند. آب‌وهوای سرد و برفی یوکان، این استان را با جاذبه‌های گردشگری فراوان به مرکز بازی‌ها و جشنواره‌های زمستانی تبدیل کرده است. پخش گزارش از بازی‌های زمستانی، مصاحبه با شاغلان استان به‌ویژه معدنچیان و معرفی منابع طبیعی، از جمله برنامه‌های رادیو جاده در این منطقه است. به سبب وجود معادن مختلف و محیط مرموز آن، از سبک موسیقی فیلم‌های وسترن و مرموز

1. Alberta
2. Québec

3. Yukon

مطالعه‌الکوی
برنامه‌سازی مطلوب در
رادیو جاده با بهره‌گیری
از ظرفیت فناوری‌های
نوین رسانه‌ای

استفاده می‌شود. روند برنامه تقریباً تند است اما از این لحاظ به برنامه آبرتا نمی‌رسد.

منطقه ۷: نیوبرانزویک^۱

آبوهوا در اغلب نقاط نیوبرانزویک معتدل است. بارش برف طی زمستان امری عادی به شمار می‌رود. گزارش درباره وضعیت جاده و بیان تجربیات سفر، از جمله برنامه‌های رادیو جاده در این منطقه محسوب می‌شود. موسیقی‌های مورد استفاده، بیشتر سبک کلاسیک و جاز دارند. سبک برنامه نیز متنوع‌تر و غیرقابل پیش‌بینی‌تر از برنامه‌های دیگر و متأثر از قابلیت محیطی منطقه است زیرا سرشار از ماجراهای غیرقابل پیش‌بینی است. برنامه ضربانگی بسیار تند و خوشایند دارد.

منطقه ۸: انتاریو^۲

آبوهوای انتاریو در مناطق مختلف ایالت متفاوت است و از آبوهوای متأثر از قطب در شمالی‌ترین ناحیه تا آبوهوای مرطوب و معتدل قاره‌ای در جنوب را در برمی‌گیرد. این استان مقرر جشنواره‌های غذایی معروف است و به همین سبب، تهیه گزارش از این جشنواره‌ها از جمله برنامه‌های رادیو جاده در این منطقه است. سبک برنامه منظم، دارای ضربانگی تند و همراه با موسیقی‌های فاصله مدرن است که حکایت از شرایط شهری این منطقه دارد. افکت‌های مربوط به غذا خوردن در این برنامه زیاد شنیده می‌شود اما هیچ‌گونه هشدار جاده‌ای به گوش نمی‌رسد.

منطقه ۹: نواسکوشیا^۳

بخش اصلی شبه‌جزیره نواسکاشیا که اقیانوس اطلس آن را احاطه کرده، آبوهوای معتدل دارد. پخش گزارش درباره صید خرچنگ و مسابقات ورزشی، از برنامه‌های رادیو جاده در این منطقه است. سبک موسیقی این برنامه، به آهنگ‌های سنتی اسکاتلندی شباهت دارد و افکت‌های آن برگرفته از افکت‌های هوای اقیانوس، ساحل و دریاست. پخش هشدارهای رانندگی درباره عابران پیاده‌ای که بی‌هوا از وسط خیابان و جاده‌ها عبور می‌کنند، از دیگر برنامه‌های این رادیو است.

1. New Brunswick
2. Ontario

3. Nova Scotia

منطقه ۱۰: نوناووت^۱

نوناووت در مناطق مختلف خود آب‌وهوای گوناگونی دارد. هشدار درباره ترافیک جاده، خونسرد بودن و رعایت اصول ایمنی، از پیام‌های ترافیکی رادیو جاده در این منطقه است. پخش گزارش درباره طبیعت بکر این منطقه نیز از دیگر برنامه‌های رادیو جاده به شمار می‌رود. در برنامه‌های این رادیو از افکت‌ها و موسیقی‌های متناسب با موقعیت محیطی استفاده می‌شود. موسیقی‌های انتخابی حالت رؤیاگونه و غیرقابل تصور آن منطقه را نشان می‌دهند. مطالعه برنامه‌های رادیو جاده کانادا در ۱۰ ایالت مختلف نشان می‌دهد که برنامه‌ها متناسب با قابلیت‌های محیطی هر منطقه تولید و پخش می‌شوند. تهیه گزارش از ویژگی‌های خاص هر منطقه، راهنمایی مسافران و اطلاع‌رسانی درباره جاده‌ها، تقریباً برنامه مشترک همه رادیوهاست. البته استفاده از موسیقی متناسب با موقعیت محیطی هر منطقه و به کار بردن افکت‌های مناسب نیز از دیگر اختصاصات رادیو جاده در مناطق مختلف است.

بستر فنی پخش و انتشار رادیو جاده

مطالعه حجم نمونه پژوهش نشان می‌دهد که این رادیوها از همه فناوری‌های نوین رسانه‌ای از جمله برنامه‌های کاربردی گوشی هوشمند (اپلیکیشن)، وبگاه، پادکست و شبکه اجتماعی صدامحور ساوند کلاود استفاده می‌کنند و برنامه‌هایشان را از طریق رادیوی خودروهایی که از امکانات رادیو اینترنتی و دیجیتال برخوردارند، در دسترس شنوندگان قرار می‌دهند. فناوری‌های دیجیتال به سبب دوسویه بودن امکان انتخاب‌گری کاربر را فراهم می‌کنند و این قابلیت به شنوندگان امکان می‌دهد که موسیقی و برنامه دلخواه خود را انتخاب کنند. ضمن اینکه امکانات تعاملی سرگرمی نیز برای کاربران در حین سفر فراهم است. از سوی دیگر، تاکنون یکی از موانع راه‌اندازی رادیو جاده، نبود زیرساخت فنی ارسال سیگنال از طریق فرستنده، به‌ویژه در جاده‌های طولانی یا کوهستانی و مجهز نبودن خودروها به رادیوی دیجیتال و اینترنتی در ایران بوده که البته با گسترش اینترنت همراه در کشور و ابزارهای نوین ارتباطی، به‌ویژه برنامه کاربردی گوشی همراه این دو مانع نیز در عمل برطرف شده است. تحلیل حجم نمونه نشان می‌دهد که رادیو جاده در دنیا از جدیدترین فناوری‌های رسانه‌ای برای جذب شنوندگان استفاده می‌کند.

1. Nunavut

مطالعه الگوی
برنامه‌سازی مطلوب در
رادیو جاده با بهره‌گیری
از ظرفیت فناوری‌های
نوین رسانه‌ای

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش حاکی از آن است که چهارگونه رادیو جاده در جهان با کارکرد سرگرمی، اطلاع‌رسانی و آموزش وجود دارند. بر مبنای نظریه استفاده و رضامندی، رسانه با لحاظ نیازها و انتظارات مخاطبان، در معرض انتخاب آنها قرار می‌گیرد و بر همین مبنای رادیو جاده نیز با استفاده از فناوری مکان‌یاب به شیوه خودکار، فرکانس رادیو جاده را دریافت می‌کند و اطلاعات لازم را درباره آب‌وهوا، ترافیک، گردشگری، وضعیت جاده و مسیریابی در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد. از سوی دیگر، بر مبنای نظریه قابلیت محیطی گیبسون، برنامه رادیویی، سطوح مختلف محیط را از منظر دیدگاه بوم‌شناختی در نظر می‌گیرد. با ارائه اطلاعات تاریخی و فرهنگی در قالب گزارش یا برنامه‌های مجله‌ای نمایشی، دارای سطح سودمندی است و علاوه بر آن در سطح ابزاری، با اطلاع‌رسانی در خصوص وضعیت راه‌ها، آب‌وهوا و شرایط ترافیکی باعث کاهش آمار حوادث رانندگی می‌شود و با معرفی جاذبه‌های گردشگری جاده، زمینه جذب گردشگر و رونق اقتصادی را فراهم می‌کند. محتوای برنامه‌های رادیو جاده، متناسب با قابلیت محیطی هر منطقه است و بر مبنای دیدگاه بوم‌شناختی گیبسون، قابلیت محیط باید در برنامه انعکاس یابد، از این‌رو، انتخاب موسیقی و افکت در بخش‌های مختلف جاده با توجه به شرایط محیطی تغییر می‌کند. برنامه‌ها از نظر ساختار، اغلب دارای بسته‌های گفتاری کوتاه و موسیقی‌هایی با ضرباهنگ تند و فراز و فرود مناسب هستند. در تولید برنامه برای رادیو جاده می‌توان از سبک‌های متفاوت برنامه‌سازی بهره گرفت، به این شرط که بخش‌های کلامی، طولانی‌مدت نباشند. موسیقی یکی از مهم‌ترین بخش‌های برنامه‌ای در رادیو جاده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در انتخاب موسیقی، علاوه بر رعایت تناسب آن با قابلیت محیطی جاده، باید به اثر موسیقی بر راننده نیز توجه داشت، چراکه موسیقی باید به گونه‌ای انتخاب شود که بر سطح هشیاری رانندگان بیفزاید. رویکرد برنامه‌های رادیو جاده، اطلاع‌رسانی، سرگرمی و آموزش است و البته پیام‌های آموزشی بیشتر در قالب سرگرمی به مسافران انتقال داده می‌شود.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که با توسعه فناوری‌های رسانه‌ای و به‌ویژه اینترنت و تلفن همراه در ایران و با توجه به گونه‌های مختلف رادیو جاده در جهان، امکان راه‌اندازی این گونه رسانه‌ای به لحاظ فنی وجود دارد. برای راه‌اندازی

چنین رسانه‌ای، تولید محتوای مناسبی که شنوندگان را جذب کند و نیازهای آنان را مطابق با نظریه استفاده و رضامندی برآورده سازد، ضروری است. در طراحی این محتوا، لازم است شرایط محیطی جاده، شرایط ترافیکی، جاذبه‌های گردشگری و رویدادهای ورزشی، اجتماعی، فرهنگی اطراف جاده، مطابق با نظریه قابلیت محیطی لحاظ شود و پیام‌های مرتبط با آموزش، هشدارهای زیست‌محیطی، رانندگی و سلامت همراه با موسیقی متناسب با ویژگی‌های محیطی جاده، در قالب برنامه‌های آموزشی، مجله و نمایش ارائه گردد.

پیشنهادها

با توجه به تجربه دیگر کشورها از راه‌اندازی رادیو جاده در رونق گردشگری و آموزش و اطلاع‌رسانی رفت‌وآمد بین‌شهری، راه‌اندازی رادیو جاده در راه‌های اصلی کشور ضرورت دارد. راه‌های اصلی ایران که مناطق مختلف را از جنوب تا شمال و از غرب تا شرق کشور به هم مرتبط می‌سازند، از استان‌های مختلف گذر می‌کنند. هر استان قابلیت‌های محیطی، ویژگی‌های فرهنگی و جاذبه‌های گردشگری مختص به خود را دارد. با توجه به الگوهای مختلف موجود از رادیو جاده، الگوی رادیو جاده مجله‌ای با قالب‌های متنوعی که دارد، می‌تواند به لحاظ پخش موسیقی، اطلاع‌رسانی، نمایش، قصه‌گویی و گزارش، الگوی مناسبی برای راه‌اندازی رادیو جاده در ایران باشد.

- در گام نخست، رادیو جاده آموزشی در یکی از شبکه‌های رادیو راه‌اندازی شود و مطابق با الگوی ارائه شده در تحقیق آموزش عملی فرهنگ ترافیک و رانندگی در نسل در حال رشد و جوان نهادینه گردد و در گام دوم، بر بستر اینترنت و با استفاده از برنامه کاربردی گوشی هوشمند، برنامه رادیو جاده متناسب با موقعیت جاده، تولید و با بهره‌گیری از فناوری هوشمند، متناسب با موقعیت مکانی راننده در مسیر پخش شود.

منابع

- اخگری، محمد. (۱۳۹۷). **رادیو در عصر دوم**. تهران: دانشگاه صداوسیما.
ادبی، حسین. (۱۳۹۱). **رسانه ملی و توسعه گردشگری**. تهران: مرکز پژوهش‌های صداوسیما.
بازرگان، عباس و مرادی، نعمت‌الله. (۱۳۷۴). **روش مطالعه موردی و کاربرد آن در علوم تربیتی**. **روان‌شناسی و علوم تربیتی**، ۲.

مطالعه الگوی
برنامه‌سازی مطلوب در
رادیو جاده با بهره‌گیری
از ظرفیت فناوری‌های
نوین رسانه‌ای

باقری طالقانی، ابراهیم. (۱۳۹۳). مفاهیم کاربردی نظریه افروندنس از روان‌شناسی تا فرایند طراحی. *هنرهای زیبا - هنرهای تجسمی*، ۱۹(۳).
حاتمی، مژگان. (۱۳۹۵). کاربرست علم روان‌شناسی محیطی در معماری و طراحی شهری با تأکید بر اصول و طراحی معماری مجتمع‌های مسکونی. *مدیریت شهری*، ۴۲.

روحانی، راضیه. (۱۳۹۴). *قالب‌های مناسب برنامه‌سازی رادیویی برای توسعه صنعت گردشگری*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد تهیه‌کنندگی رادیو، دانشگاه صداوسیما، تهران.

سعادت، فرناز و مظفری، افسانه. (۱۳۸۸). استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی در حوزه تبلیغات گردشگری، مطالعه موردی منطقه آزاد کیش از سال ۱۳۸۲ - ۱۳۸۷. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۶(۳).

کروبی، مهدی. (۱۳۹۰). رسانه‌های ارتباط جمعی و انتخاب مقصد گردشگری. *مطالعات گردشگری*، ۱۵.

لاروش، والتر فن و بوخ هلتنس، اکل. (۱۳۸۷). *ژورنال‌یسم رادیویی* (ترجمه محمد اخگری). تهران: دانشگاه صداوسیما.

مک‌کین، دنیس. (۱۳۸۵). *مخاطب‌شناسی* (ترجمه مهدی منتظر قائم). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

نقدبیشی، رضا و همکاران. (۱۳۹۵). *الگوی آموزش معماری بر اساس نظریه قابلیت‌های محیطی گیبسون*. *هویت شهر*، ۲۶.

Buckly, R. & Akhoundgoli, M. (2019). Tourism Affordancce as a Research Lens. *Journal of Travel Research*, 1-4.

Gibson, J. J.(1982). *Notes on Affordances*. In E. Reed & R. Jones (Eds.), *Reasons for Realism: The Selected Essays of James J. Gibson* (401-418). Mahwah.

Hazzard, A.; Benford, S. & Burnett, G. (2014). *You'll Never Walk Alone: Designing a Location-Based Soundtrack* Proceedings of the 2014 Conference on New Interfaces for Musical Expression.

Hosokawa, S. (1984). *The Walkman Effect*. *Popular Music*, 165-180.

Kleinsteuber, H. (2012). *Radio - Eine Einführung*, Springer, Wiesbaden.

A Study on the Desired Programming Model in Radio Road Using the Capacity of New Media Technologies

***By: Mohammad Akhgari[✉], Ph.D., Atefeh Khodadad, M.A.*
& Vida Hamraz, Ph.D.*****

Abstract:

Radio, as the main car media, can play a role in developing culture and reducing road accidents by providing traffic information, entertainment and educational programs, information and tourism development. The present study was conducted with the aim of typology of road radio, achieving desired methods of program production and recognizing the capacity of new media to establish road radio in Iran. This research is conducted based on the theory of uses and gratifications, through the case study method and with regard to the environmental capacities. The purposefully selected sample size includes 7 road radios in different regions of the world (USA, Russia, South Africa, UAE, and Canada) which have been analyzed based on the categories extracted from documentary studies and theoretical foundations. The results showed that road radio has a variety of music, educational, magazine and multimedia content. the favorable design of radio program, road environmental capacities (geography, nature, natural attractions, cultural and social events, recreational places) and traffic and environmental conditions in this area are very important. New media technologies have made it possible to provide location-based services, and therefore, it is possible to establish road radio in Iran on the main roads of the country according to the capacity of local radios and using the capacity of smartphone applications.

Keywords: *Road Radio, Radio Program, Location-based Services, Environmental Capacity, Tourism*

[✉] Assistant Prof. in Mysticism, IRIB Uni., Iran
Email: akhgari@iribu.ac.ir

* Radio Producing

** Assistant Prof. in History, IRIB Uni., Iran