

نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت

محمد محمدخانی ملکوه*

چکیده

مقاله حاضر براساس پژوهشی تهیه شده است که در سال ۱۳۸۵، در مرکز تحقیقات صداوسیما انجام گرفت. این پژوهش بر مبنای نظرسنجی از ۸۶۷ نفر از افراد ۱۵ سال و بالاتر ساکن شهر تهران تدوین شده، محور آن میزان استفاده و رضامندی شهروندان تهرانی از این شبکه رادیویی بوده است. برای بررسی موضوع، مقوله‌هایی چون تعداد شنوندگان، میزان استفاده از برنامه‌های رادیو سلامت و موضوعات مورد علاقه شنوندگان در حوزه سلامت مورد بررسی قرار گرفت.

از جمله مهم‌ترین نتایج این نظرسنجی می‌توان به این موارد اشاره کرد:
- تنها ۱۷/۶ درصد پاسخگویان شنونده رادیو سلامت هستند.
- ۲۷/۵ درصد شنوندگان در حد «خیلی زیاد»، ۶۲/۱ درصد «زیاد» و ۹/۸ درصد در حد «کم» از محتوای برنامه‌های رادیو سلامت رضایت دارند.

واژه‌های کلیدی: رادیو سلامت، نظرسنجی، استفاده و رضامندی.

* کارشناس ارشد تحقیق در ارتباطات.

مقدمه

رادیو رسانه‌ای کور است که ابزار اصلی آن برای انتقال پیام صداست. بنابراین، ترکیب کلام با دیگر عناصر صوتی (موسیقی، افکت و سکوت) می‌تواند ارتباط فکری و معنوی کاملی ایجاد کند. به همین دلیل رادیو در مقایسه با سایر رسانه‌ها از مزایایی برخوردار است که یکی از آنها بیان کلیات است؛ در صورتی که رسانه‌های تصویری همانند تلویزیون تنها قادر به ارائه جزئیات هستند. عناصر انتزاعی و کلی مانند امید، ایمان، ترس و هیجان جز با تنزل سطح به برخی از صور ابتدایی، قابل ارائه به شکل تصویر نیستند.

تلاوت قرآن کریم، مناجات، ادعیه، مرثیه و... از مواردی هستند که تلویزیون در زمان پخش آنها به انواع تصاویر (طبیعت، اماکن مذهبی و...) متوسل می‌شود اما نمی‌تواند آن فضای غیرتصویری را بازسازی کند (جوادی یگانه، ۱۳۸۱: ۱۵۴).

ابزار رادیو فقط صداست، شنونده ناگزیر است تصاویر را خود بسازد. برای همین گفته می‌شود «رادیو رسانه تخیل، تصور و تئاتر ذهنی است؛ نوعی تجربه بصری و برتر از نمونه‌های مشابه زیرا تصاویرش متعلق به شنونده و خاص اوست» (ریچاردز، ۱۳۸۱: ۱۵۵).

رادیو به عنوان رسانه‌ای که تنها از طریق صدا با مخاطبان خود ارتباط برقرار می‌کند، دارای نقاط ضعف و قوت فراوانی است. یکی از این نقاط ضعف، تک بعدی (غیربصری) بودن آن است که خود مزایا و قابلیت‌هایی به رادیو بخشیده است. امروزه به سبب پیشرفت‌های فناورانه، سپهر رسانه‌ای بسیار گسترش یافته و رادیو با توجه به قابلیت‌ها و ویژگی‌های منحصر به فردی که از آن برخوردار است (از جمله تخیلی بودن، انعطاف پذیری، تحریف ناپذیری، در دسترس بودن، سرعت، ارزان بودن و...) حداکثر بهره را از این فضای ارتباطی می‌برد (جوادی یگانه، ۱۳۸۱: ۱۶۷).

رادیو سلامت

رادیو سلامت به مثابه یک رسانه شنیداری معتبر، جذاب و پیشگام در حوزه بهداشت و سلامت فرد و جامعه و با موضوع سلامت و بهداشت، در ۲۱ بهمن ۱۳۸۰ آغاز به کار کرد. امروزه با توجه به حجم بسیار بالای تولید خبر و آمار و ارقام پزشکی و با وجود دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی که هر روز اطلاعاتی را منتشر می‌کنند، وجود رسانه‌ای چون رادیو سلامت برای انعکاس مطلوب این خبرها ضروری به نظر می‌رسد. توجه به بهداشت عمومی، تلاش در جهت بهبود سلامت جسمی و روانی مخاطبان، کمک به ترویج بهداشت در جامعه و در نهایت اطلاع‌رسانی مناسب و همسو با اهداف ملی در حوزه بهداشت، درمان و سلامت جامعه از اهداف اصلی این رادیو است.

برای تحقق این اهداف، اطلاع‌رسانی وظیفه اصلی رادیو سلامت شناخته شده است. برای انجام بهینه این وظیفه و جلب هر چه بیشتر مخاطبان، باید نظرها و نیازهای آنان را شناخت تا امکان پاسخگویی به این نیازها فراهم شود (الفت، ۱۳۸۳: ۶۶-۶۹).

پل لازارسفلد و همکارانش مولفه‌هایی را برای مخاطب‌سنجی در نظر گرفتند که شامل: محیط، پراکندگی‌های محیط، بازخورد روانی، هدف روان‌شناختی، معرفت یا شناخت و علاقه به مخاطب است. منظور از مولفه اول یعنی محیط این است که رادیو از محیط پیرامون خود، اشیا، رویدادها، اخبار و... چه تأثیرات روان‌شناختی‌ای می‌گیرد. دومین مولفه، پراکندگی‌های محیط است. تنوع مخاطبان از لحاظ خاستگاه متفاوت اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی، از جمله این پراکندگی‌ها محسوب می‌شود. این تفاوت‌ها موجب می‌شود که مخاطبان به یک برنامه رادیویی بیشتر توجه نشان دهند و به برنامه‌ای دیگر اصلاً توجه نکنند. مولفه سوم، دریافت بازخورد است. یعنی رسانه باید با برقراری ارتباط دوسویه، مخاطب خود را بشناسد و به دنیای او نفوذ کند به نحوی که مخاطب احساس نکند به رادیو گوش می‌دهد و رادیو را حجابی برافکار و اندیشه‌های خود نداند بلکه فکر کند کسی در کنار او و همراه با او زندگی می‌کند.

چهارمین مولفه، هدف روان‌شناختی رادیو است. تمامی رادیوهای دنیا از VOA (Voice of America) که به سی‌وهفت زبان زنده دنیا برنامه تولید می‌کند) تا رادیوهایی که بیشتر به موضوعات سیاسی، نمایشی یا درام می‌پردازند، همگی بر

سلامت روان‌شناختی مخاطب تاکید دارند، در واقع یکی از اهداف بلندمدت هر رادیو، ایجاد تعادل روانی در خانواده است. در خانواده‌هایی که افراد برای استفاده از رادیو، قدرت انتخاب بیشتری دارند، سوگیری و جهت‌گیری کمتری وجود دارد و اساساً رادیو می‌تواند در بین اعضا تعادل روانی لازم را ایجاد کند. پنجمین مولفه، معرفت یا شناخت درباره کار روان‌شناختی انجام‌گرفته است. برای ارائه دیدگاه‌های روان‌شناختی از طریق رادیو، باید یک متخصص روان‌شناسی ارتباطات، در کنار عوامل تولید حضور داشته باشد و بدون هیچ‌گونه سوگیری و تبانی، برنامه‌ها با دیدگاهی روان‌شناختی تولید شود (الفت، ۱۳۸۳: ۲۳۳-۲۴۵).

با توجه به اصول یادشده می‌توان گفت گردانندگان رادیو سلامت قصد دارند پیام‌های بهداشتی را با توجه به مقتضیات جغرافیائی، فرهنگی و تاریخی مردم ایران و با تکیه بر اصول اخلاقی و مذهبی به مخاطبان برسانند و به این ترتیب به ارتقای سلامت فرد و جامعه و اصلاح شیوه زندگی کمک کنند.

اهداف رادیو سلامت

مأموریت رادیو سلامت چنان که در اساسنامه آن آمده عبارت است از: تحقیق، طراحی، برنامه‌ریزی و تولید برنامه با موضوع سلامت و حوزه‌های مرتبط با آن، متناسب با نیازهای فزاینده شهروندان و در چهارچوب سیاست‌های مصوب سازمان صداوسیما، با نگرش استراتژیک به سند چشم‌انداز بیست ساله و برنامه‌های توسعه سلامت کشور. در این زمینه اهداف کلان شبکه رادیویی سلامت عبارتند از:

۱. توانمندسازی فرد و جامعه به منظور حفظ سلامت (جسمی، روانی، اجتماعی، معنوی و ارتقای آن).

۲. توانمندسازی فرد و جامعه برای کمک به بهبود سبک زندگی.

۳. نهادینه‌سازی رویکرد علمی به سلامت در مردم و مسئولان.

۴. نهادینه‌سازی اخلاق پزشکی و رعایت حقوق متقابل جامعه و گروه پزشکی.

۵. بهبود پایبندی عمومی به ارزش‌ها، حقوق و قوانین سلامت محور.

۶. پیشبرد برنامه‌های نظام سلامت کشور و توجه به ابعاد گوناگون آن.

۷. تلاش در جهت حفظ محیط زیست کشور و ارتقای کیفی و کمی آن.

روش تحقیق

با هدف بررسی میزان استفاده از برنامه‌های رادیو سلامت و میزان رضایت شنوندگان این رادیو از برنامه‌های آن، پژوهشی به روش پیمایشی شکل گرفت که طی آن با استفاده از پرسشنامه و مصاحبه، اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری شد و پس از استخراج اطلاعات و کدگذاری، با استفاده از نرم افزار spss اطلاعات به دست آمده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جامعه آماری: جامعه آماری این نظرسنجی، کلیه شهروندان تهرانی ۱۵ سال و بالاتر ساکن در مناطق بیست و دوگانه شهر هستند.

حجم نمونه و روش نمونه‌گیری: نمونه آماری این پژوهش از ۸۶۷ نفر از شهروندان ۱۵ سال و بالاتر ساکن در مناطق بیست و دو گانه شهر تهران تشکیل شده است که با استفاده از روش نمونه‌گیری سه مرحله‌ای (Three stage sampling) انتخاب شده‌اند؛ به این ترتیب که در مرحله نخست، از بین بلوک‌های ساختمانی، تعدادی بلوک انتخاب و سپس در مرحله دوم، تعداد و شماره پلاک خانوارهای نمونه، در هر یک از بلوک‌های انتخابی مشخص شد. در مرحله سوم، پرسشگر با مراجعه به هر خانوار انتخاب شده، با اولین فرد بالای ۱۵ سال که روبه‌رو شد، مصاحبه کرد.

هدف‌های پژوهش

این پژوهش به منظور دستیابی به هدف‌های زیر انجام شده است:

۱. دستیابی به رسانه‌ای که مردم تهران موضوعات مربوط به سلامتی، بهداشت و پزشکی را بیشتر از طریق آن پیگیری می‌کنند.
۲. دستیابی به موضوعات مربوط به سلامت (جسمی، روحی و روانی، بهداشتی و...) که مردم تهران علاقمند به کسب اطلاعات درباره آن هستند.
۳. دستیابی به میزان شنونده برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت در تهران.
۴. کشف دلایل گوش نکردن به برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت از سوی غیر شنوندگان تهرانی.
۵. دستیابی به ساعات گوش دادن به برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت در بین

شنوندگان تهرانی.

۶. دستیابی به میانگین مدت زمان گوش کردن به برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت در بین شنوندگان تهرانی.
۷. دستیابی به مکانی که شنوندگان تهرانی برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت را بیشتر در آنجا گوش می‌دهند.
۸. دستیابی به آن دسته از اخبار و رویدادهای پزشکی که شنوندگان تهرانی برای طرح در رادیو سلامت ترجیح می‌دهند.
۹. دستیابی به نظر شنوندگان تهرانی درباره گروه‌های سنی‌ای که بهتر است رادیو سلامت به موضوعات مربوط به سلامت آنها بپردازد.
۱۰. دستیابی به قالب‌های مورد علاقه شنوندگان تهرانی برای ارائه مطالب در رادیو سلامت.
۱۱. دستیابی به نظر شنوندگان تهرانی درباره سطح زبان ارائه‌شده در رادیو سلامت.
۱۲. دستیابی به نظر شنوندگان تهرانی درباره مدت زمان ارائه هر برنامه در رادیو سلامت.
۱۳. دستیابی به میزان علاقه شنوندگان تهرانی به پخش موسیقی از رادیو سلامت.
۱۴. دستیابی به انواع موسیقی مورد علاقه شنوندگان تهرانی برای پخش در فواصل برنامه‌های علمی رادیو سلامت.
۱۵. دستیابی به میزان رضایت شنوندگان تهرانی از محتوای برنامه‌های رادیو سلامت.
۱۶. دستیابی به میزان رضایت شنوندگان تهرانی از کیفیت دریافت صدای رادیو سلامت.
۱۷. دستیابی به میزان اعتماد شنوندگان تهرانی به مباحث مطرح شده در رادیو سلامت.

یافته‌های پژوهش

■ سیمای پاسخگویان از لحاظ خصوصیات و ویژگی‌هایی مانند توزیع جنس، سن، میزان تحصیلات، نوع فعالیت و وضعیت تأهل به قرار زیر است:

نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت ❖ ۱۳۹

کل پاسخگویان این نظرسنجی ۸۶۷ نفرند که از این تعداد، ۴۸/۷ درصد مرد و ۵۱/۳ درصد زن هستند.

۱۵/۷ درصد پاسخگویان، ۱۵ تا ۱۹ ساله، ۱۳ درصد ۲۰ تا ۲۴ ساله، ۱۴/۱ درصد، ۲۵ تا ۲۹ ساله، ۲۰/۵ درصد ۳۰ تا ۳۹ ساله، ۱۵/۷ درصد ۴۰ تا ۴۹ ساله و ۲۱ درصد ۵۰ ساله و بیشتر هستند.

۱۳/۶ درصد پاسخگویان بی‌سواد و کم‌سواد هستند، ۲۵/۴ درصد تحصیلات راهنمایی و دبیرستان دارند، ۳۷/۸ درصد دارای دیپلم و ۲۳/۲ درصد دارای تحصیلات عالی هستند. ۱۱/۲ درصد پاسخگویان دانش‌آموز، ۴/۵ درصد دانشجو، ۳۶/۲ درصد خانه‌دار، ۸/۷ درصد بیکار، ۸/۹ درصد بازنشسته و ۳۰/۵ درصد شاغل هستند.

۳۲/۴ درصد پاسخگویان، مجرد و ۶۷/۶ درصد متأهل هستند.

۷۶/۷ درصد از پاسخگویان موضوعات مربوط به سلامت، بهداشت و پزشکی را بیشتر از «تلویزیون» پیگیری می‌کنند. «نشریات» با ۸/۴ درصد، «رادیو» با ۵/۷ درصد و «اینترنت» با ۳/۹ درصد در مراتب بعدی قرار دارند. ۵/۳ درصد پاسخگویان در این‌باره اظهار نظری نکرده‌اند.

■ نظرسنجی پاسخگویان درباره موضوعات مورد علاقه در حوزه سلامت (جسمی، روحی

و روانی، بهداشتی و...) پرسیده شد و پاسخ‌های زیر به دست آمد:

«بهداشت محیط زندگی و محیط زیست» (۸۰/۸ درصد)، «بیماری‌های واگیردار و غیرواگیردار (قلب، گوارشی، آنفلونزا و...)» (۷۸/۸ درصد)، «اصول تغذیه (رژیم درمانی)» (۷۸/۶ درصد)، «مسائل و مشکلات خانوادگی (ازدواج، طلاق، روابط والدین با فرزندان و...)» (۷۸/۲ درصد)، «دارو» (۷۴/۷ درصد)، «مباحث روان‌شناسی و مشاوره پزشکی» (۷۲/۳ درصد)، «امداد و نجات، سوانح و حوادث» (۶۹/۹ درصد)، «بیماری‌های خاص (هپاتیت، ایدز، سرطان، ام‌اس و...)» (۶۸/۷ درصد)، «مشکلات و بیماری‌های روانی» (۶۵ درصد)، «اعتیاد» (۶۳/۸ درصد)، «بیماری‌های زنان» (۵۷/۶ درصد)، «بیماری‌های اطفال و کودکان» (۵۵/۲ درصد)، «طب سالمندان» (۴۹/۳ درصد)، «طب سنتی» (۴۷/۲ درصد)، «معلولان جسمی و ذهنی» (۴۵/۶ درصد) و «تاریخ پزشکی و مشاهیر پزشکی» (۴۵/۶ درصد) از موضوعات سلامت (جسمی، روحی و روانی، بهداشتی و...) هستند که پاسخگویان در حد «خیلی زیاد و زیاد» علاقه‌مندند اطلاعاتی درباره آنها به دست آورند.

جدول شماره ۱- موضوعات سلامت (جسمی، روحی و روانی، بهداشتی و...) که
پاسخگویان علاقه‌مندند اطلاعاتی درباره آنها به دست آورند.

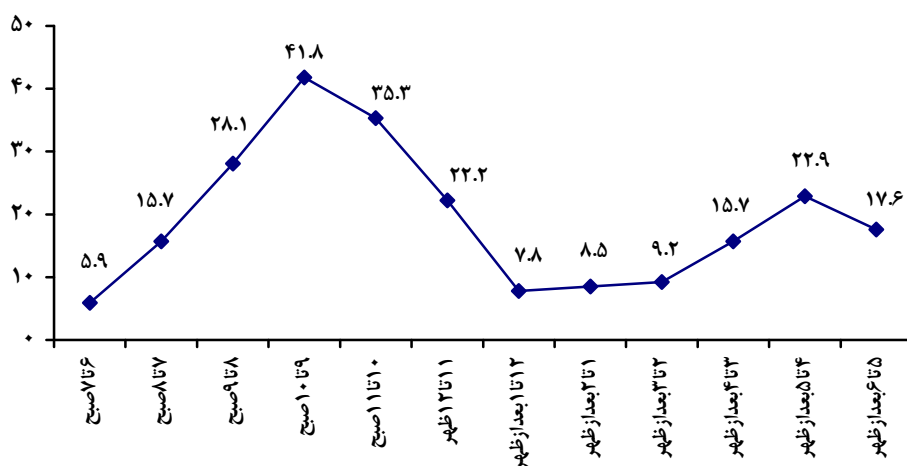
موضوعات	میزان علاقه				
	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلاً
بهداشت محیط زندگی و محیط زیست	۲۷/۹	۵۲/۹	۱۱/۵	۲/۱	۵/۴
بیماری‌های واگیردار و غیرواگیردار (قلب، گوارش، آنفلونزا و...)	۲۷/۸	۵۱	۱۲/۲	۲/۴	۶/۶
اصول تغذیه (رژیم درمانی)	۳۱/۹	۴۶/۷	۱۱/۴	۲/۴	۷/۴
مسائل و مشکلات خانوادگی (ازدواج، طلاق، روابط والدین با فرزندان و...)	۳۳/۷	۴۴/۵	۹/۹	۳/۸	۸
دارو	۲۵/۸	۴۸/۶	۱۶/۴	۲/۵	۶/۳
مباحث روان‌شناسی و مشاوره پزشکی	۲۶/۳	۴۶	۱۲/۹	۴/۵	۱۰
امداد و نجات، سوانح و حوادث	۲۴/۹	۴۵	۱۶/۵	۴/۴	۹
بیماری‌های خاص (هپاتیت، ایدز، سرطان، ام اس و...)	۲۴/۹	۴۳/۸	۱۴/۹	۳/۵	۱۲/۹
مشکلات و بیماری‌های روانی	۲۵/۸	۳۹/۲	۱۸/۷	۵	۱۰/۷
اعتیاد	۲۶/۱	۳۷/۷	۱۵/۱	۴/۷	۱۶/۴
بیماری‌های زنان	۲۳/۶	۳۴	۱۴/۵	۵/۸	۲۰/۸
بیماری‌های اطفال و کودکان	۲۰/۹	۳۴/۳	۱۹/۳	۶/۲	۱۸/۹
طب سالمندان	۱۶/۵	۳۲/۸	۲۴/۹	۷/۲	۱۸/۵
طب سنتی	۱۷	۳۰/۲	۲۱/۷	۷/۷	۲۳
معلولان جسمی و ذهنی	۱۳/۳	۳۲/۳	۲۴/۹	۸/۴	۲۱
تاریخ پزشکی و مشاهیر پزشکی	۱۳/۴	۳۲/۲	۲۳/۹	۹/۵	۲۰/۲

نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت ❖ ۱۴۱

■ ۱۷/۶ درصد پاسخگویان به نحوی شنونده رادیوسلامت هستند چنان که ۰/۸ درصد، «هرروز»، ۲/۵ درصد «اکثر روزها»، ۹ درصد «بعضی روزها» و ۵/۳ درصد «به ندرت» برنامه‌های این شبکه را گوش می‌کنند. ۸۲/۴ درصد پاسخگویان نیز اظهار کرده‌اند که برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت را «اصلاً» گوش نمی‌کنند.

■ مهم‌ترین دلایل گوش نکردن به برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت از سوی غیرشنوندگان عبارتند از: «نداشتن وقت» (۲۴/۶ درصد)، «تماشا کردن تلویزیون» (۱۸/۹ درصد)، «اطلاع نداشتن از پخش شبکه رادیو سلامت» (۱۵/۸ درصد)، «علاقه نداشتن به رادیو» (۱۴/۴ درصد)، «گوش کردن برنامه‌های سایر شبکه‌ها» (۹/۴ درصد)، «علاقه نداشتن به رادیو سلامت» (۸/۳ درصد) و «نداشتن رادیو» (۷/۳ درصد). همچنین ۰/۸ درصد به سایر موارد اشاره کرده و ۰/۵ درصد پاسخ «نمی‌دانم» داده‌اند.
- ۴۱/۸ درصد شنوندگان* بیشتر برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت را بین ساعت ۹ تا ۱۰ صبح و در مرتبه بعد ۱۰ تا ۱۱ صبح (۳۵/۳ درصد) گوش می‌کنند.

نمودار ۱- ساعت گوش کردن به برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت در بین شنوندگان (درصد)



* در این پژوهش منظور از شنوندگان کسانی است که به نحوی شنونده برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت بوده‌اند (۱۷/۶ درصد کل پاسخگویان). در واقع ۸۲/۴ درصد پاسخگویان شنونده این شبکه محسوب نمی‌شوند.

■ میانگین مدت زمان گوش کردن به برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت در بین شنوندگان رادیو سلامت، ۱ ساعت و ۳۰ دقیقه در روز بوده است.

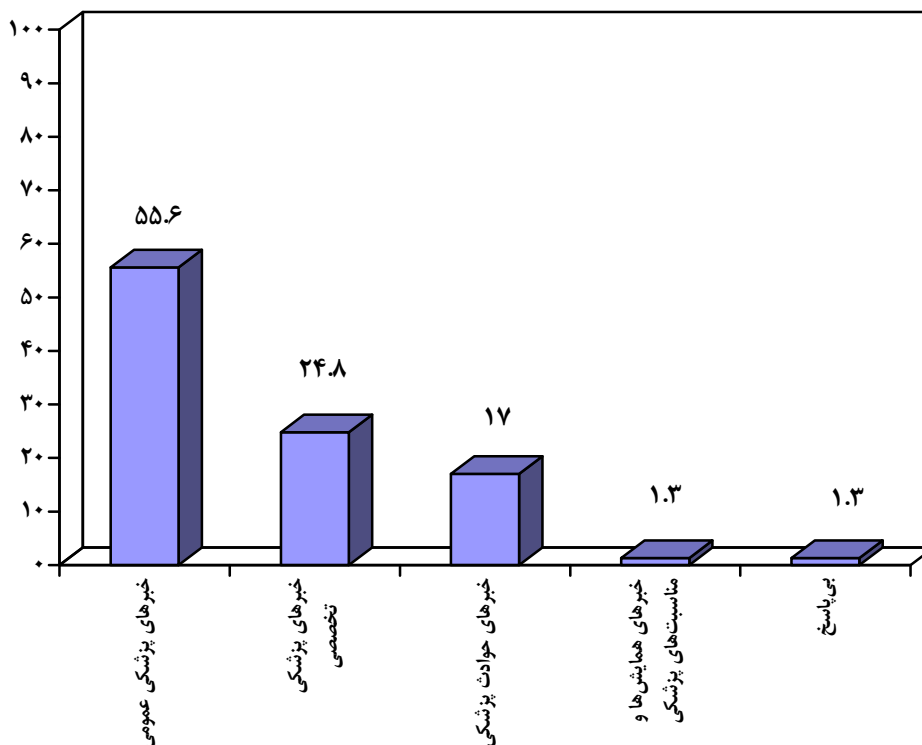
■ ۴۵/۱ درصد از شنوندگان بیشتر در «منزل» شنونده برنامه‌های رادیو سلامت هستند.

۴۰/۵ درصد در «خودرو» و ۱۴/۴ درصد در «محل کار» شنونده برنامه‌های این رادیو هستند.

■ ۵۵/۶ درصد شنوندگان اظهار کرده‌اند که بهتر است در رادیو سلامت «خبرهای پزشکی عمومی» مطرح شود. «خبرهای پزشکی تخصصی» با ۲۴/۸ درصد، «خبرهای حوادث پزشکی» با ۱۷ درصد و «خبرهای همایش و مناسبت‌های پزشکی» با ۱/۳ درصد از دیگر اخبار و رویدادهای پزشکی هستند که شنوندگان به آنها اشاره کرده‌اند. ۱/۳ درصد شنوندگان در این باره اظهارنظری نکرده‌اند.

نمودار ۲- اخبار و رویدادهای پزشکی که شنوندگان برای طرح در رادیو سلامت

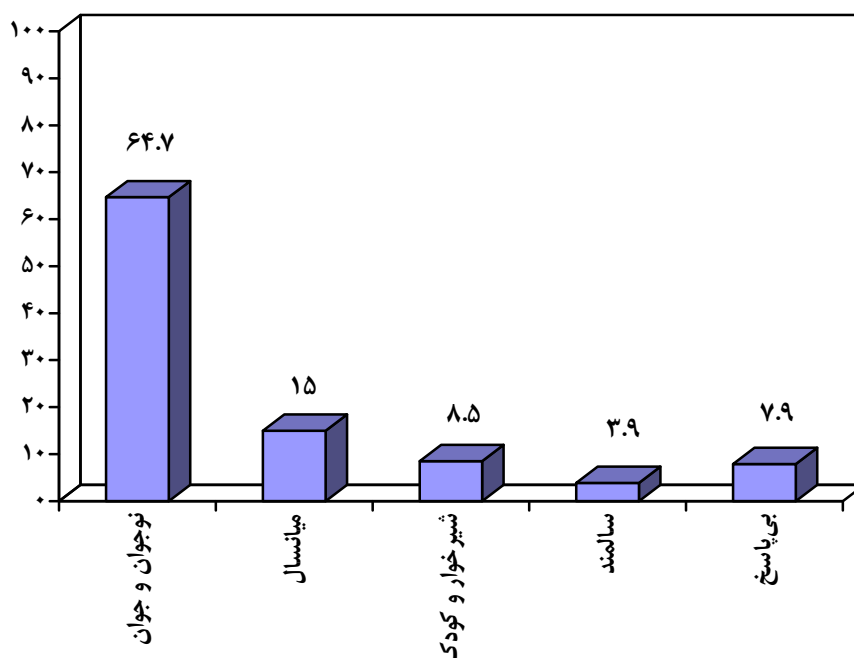
ترجیح می‌دهند (درصد)



نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت ❖ ۱۴۳

■ ۶۴/۷ درصد شنوندگان علاقه‌مندند در رادیو سلامت بیشتر به موضوعات مربوط به سلامت گروه سنی «نوجوان و جوان» پرداخته شود. گروه سنی «میانسال» با ۱۵ درصد، «شیرخوار و کودک» با ۸/۵ درصد و «سالمند» با ۳/۹ درصد در مراتب بعدی قرار دارند. ۷/۹ درصد شنوندگان در این باره اظهارنظری نکرده‌اند.

نمودار ۳- نظر شنوندگان در خصوص گروه‌های سنی که بهتر است رادیو سلامت به موضوعات مربوط به سلامت آنان پردازد (درصد)



■ قالب‌های مورد علاقه شنوندگان برای ارائه مطالب در رادیو سلامت عبارتند از: «گفتار کارشناس» (۶۱/۴ درصد)، «گفتار گوینده» (۱۸/۳ درصد)، «نمایش» (۷/۲ درصد)، «مسابقه» (۶/۵ درصد) و «میزگرد» (۵/۹ درصد). ۰/۷ درصد شنوندگان در این باره اظهارنظری نکرده‌اند.

■ ۵۰/۴ درصد شنوندگان انتظار دارند زبان ارائه مطالب در رادیو سلامت در سطح «ساده» باشد. ۲۶/۱ درصد این زبان را در سطح «نیمه تخصصی» و ۲۳/۵ درصد در سطح «تخصصی» مناسب می‌دانند.

■ ۴۹/۷ درصد شنوندگان اظهار کرده‌اند بهتر است مدت زمان ارائه هر برنامه در رادیو سلامت «۱۵ تا ۳۰ دقیقه» باشد. در حالی که ۷۳/۳ درصد شنوندگان مدت زمان ارائه هر برنامه را «بیش از ۳۰ دقیقه» و ۱۲/۴ درصد «کمتر از ۱۵ دقیقه» ترجیح داده‌اند. ۰/۶ درصد نیز در این باره اظهارنظری نکرده‌اند.

■ ۷۳/۹ درصد شنوندگان در حد «خیلی زیاد و زیاد» و ۱۵/۷ درصد در حد «کم و خیلی کم» به پخش موسیقی از رادیو سلامت علاقه‌مند هستند. ۹/۲ درصد شنوندگان «اصلاً» علاقه‌ای به پخش موسیقی از رادیو سلامت ندارند. ۱/۲ درصد شنوندگان در این باره اظهارنظری ندارند.

■ ۴۰/۹ درصد شنوندگان علاقه‌مند به پخش موسیقی از رادیو سلامت گفته‌اند بهتر است در فواصل برنامه‌های علمی رادیو سلامت «موسیقی اصیل و سنتی» پخش شود. «موسیقی مردمی» (پاپ) با ۲۴/۸ درصد، «موسیقی محلی ایرانی» با ۱۷/۵ درصد و «موسیقی کلاسیک غربی» با ۱۳/۱ درصد در مراتب بعدی قرار دارند. ۳/۷ درصد شنوندگان در این باره اظهارنظری نکرده‌اند.

■ ۲۷/۵ درصد شنوندگان در حد «خیلی زیاد»، ۶۲/۱ درصد در حد «زیاد» و ۹/۸ درصد در حد «کم» از محتوای برنامه‌های رادیو سلامت رضایت دارند. ۰/۶ درصد شنوندگان در این باره اظهارنظری نکرده‌اند.

■ ۸۷/۶ درصد شنوندگان در حد «خیلی زیاد و زیاد» و ۱۱/۲ درصد در حد «کم و خیلی کم» از قالب و فرم برنامه‌های رادیو سلامت راضی هستند. ۱/۲ درصد شنوندگان در این باره اظهارنظری نکرده‌اند.

نمودار ۴- میزان رضایت شنوندگان از محتوا و قالب و فرم برنامه‌های رادیو سلامت (درصد)

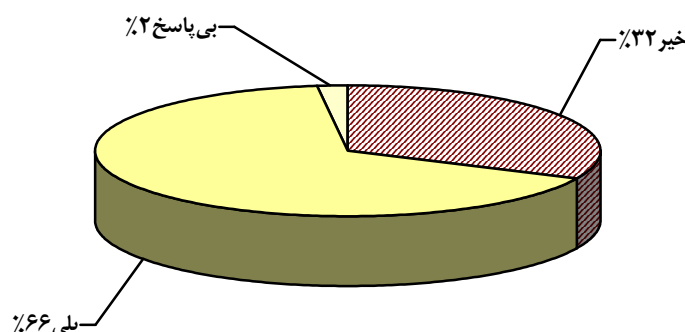


■ ۸۴/۴ درصد شنوندگان در حد «خیلی زیاد و زیاد» و ۱۵ درصد در حد «کم و خیلی کم» از کیفیت دریافت صدای رادیو سلامت رضایت دارند. ۰/۶ درصد شنوندگان در این باره اظهارنظری نکرده‌اند.

■ ۸۸/۲ درصد شنوندگان در حد «خیلی زیاد و زیاد» و ۸/۶ درصد در حد «کم و خیلی کم» به مباحث مطرح شده در رادیو سلامت اعتماد دارند. ۰/۷ درصد شنوندگان «اصلاً» اعتمادی به مباحث مطرح شده در رادیو سلامت ندارند. ۲/۶ درصد نیز در این باره اظهارنظری نکرده‌اند.

■ ۶۶ درصد شنوندگان تمایل دارند برنامه‌های رادیو سلامت ۲۴ ساعته پخش شود در حالی که ۳۲ درصد شنوندگان به پخش ۲۴ ساعته این برنامه‌ها تمایلی ندارند. ۲ درصد شنوندگان در این باره اظهارنظری نکرده‌اند.

نمودار ۵- نظر شنوندگان در خصوص پخش ۲۴ ساعته رادیو سلامت (درصد)



نتیجه

یافته‌های این پژوهش بیانگر آن است که شهروندان تهرانی موضوعات مربوط به سلامتی، بهداشت و پزشکی را بیشتر از «تلویزیون» پیگیری می‌کنند. رادیو پس از نشریات، سومین منبع پیگیری شهروندان تهرانی در خصوص موضوعات مربوط به سلامتی، بهداشت و پزشکی است. کسب رتبه سوم برای رادیو نشان می‌دهد تخصصی شدن شبکه‌های رادیویی، کاری است که باید مدت‌ها پیش از این آغاز می‌شد. یکی از ویژگی‌های رسانه‌ای مانند رادیو، تخصصی بودن آن است؛ یعنی طبقات مختلف اجتماعی، از شبکه خاص خود استفاده کنند. استفاده کافی از موسیقی در رادیوهای تخصصی مانند رادیو سلامت می‌تواند استقبال بیش از پیش مخاطبان را به دنبال داشته باشد.

رادیو برای اطلاع‌رسانی باید گزارش‌هایی زنده و لحظه به لحظه از واقعیت‌ها و رویدادهای پزشکی و بهداشتی ارائه کند و بدین لحاظ، گزارشگران این رسانه باید در متن جامعه باشند و از رویدادهای مختلف پزشکی جامعه، گزارش دهند.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد اکثر شهروندان تهرانی در حد «خیلی زیاد و زیاد» علاقه‌مند به کسب اطلاعات در زمینه‌های «بهداشت محیط زندگی و محیط زیست»، «بیماری‌های واگیردار» (قلب، گوارش، آنفلونزا و...)، «اصول تغذیه و رژیم درمانی»، «مسائل و مشکلات خانوادگی» (ازدواج، طلاق، روابط والدین، فرزندان و...)، «دارو»، «مباحث روان‌شناسی و مشاوره پزشکی»، «امداد و نجات، سوانح و حوادث»، «بیماری‌های خاص» (هیپاتیت، ایدز، سرطان، ام اس و...)، «مشکلات و بیماری‌های روانی»، «اعتیاد»، «بیماری‌های زنان» و «بیماری‌های اطفال و کودکان» هستند.

همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد، نزدیک به یک پنجم از پاسخگویان، شنونده رادیو سلامت هستند و قریب به چهار پنجم آنان اصلاً به این رادیو گوش نمی‌کنند. عمده‌ترین دلایل غیرشنوندگان «نداشتن وقت»، «تماشا کردن تلویزیون»، «اطلاع نداشتن از پخش شبکه رادیو سلامت» و «علاقه نداشتن به رادیو» است که با توجه به این دلایل به نظر می‌رسد به شهروندان تهرانی در خصوص شبکه رادیویی سلامت اطلاع‌رسانی شده است.

۹ تا ۱۱ صبح پرشنونده‌ترین ساعات رادیو سلامت در منزل و خودرو بوده است. میانگین زمان گوش دادن به این رادیو در بین شنوندگان ساعت و ۳۰ دقیقه در روز بوده است.

اکثر شنوندگان تهرانی علاقه‌مند به مطرح شدن «خبرهای پزشکی عمومی» هستند و قالب مورد نظر آنان برای برنامه‌های این رادیو «گفتار کارشناس» بوده است.

تقریباً نیمی از شنوندگان انتظار دارند زبان ارائه مطالب در رادیو سلامت در سطح «ساده» و زمان برنامه‌ها «۱۵ تا ۳۰ دقیقه» باشد که توجه به این دو ویژگی می‌تواند در میزان استفاده شهروندان تهرانی از این رادیو موثر باشد.

نکته دیگری که در یافته‌های این پژوهش حائز اهمیت است، میزان علاقه‌مندی به استفاده از موسیقی است که ۷۳/۹ درصد شنوندگان تهرانی در حد «خیلی زیاد و زیاد» به پخش موسیقی از رادیو سلامت علاقه‌مند هستند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد اکثر شنوندگان رادیو سلامت علاقه‌مند به پخش موسیقی اصیل و سنتی در فواصل برنامه‌های علمی هستند. «موسیقی مردمی» (پاپ)، «موسیقی محلی ایرانی» و «موسیقی کلاسیک غربی» در مراتب بعدی علاقه‌شنوندگان رادیو سلامت قرار دارند.

منابع:

۱. محمد خانی ملکوه، محمد (۱۳۸۵) *نظرسنجی از مردم تهران درباره برنامه‌های شبکه رادیویی سلامت*، پژوهش مرکز تحقیقات صداوسیما، شماره ۸۷.
۲. الفت، سعیده (۱۳۸۳) *حال و آینده رادیو*، تهران، تحقیق و توسعه رادیو.
۳. جوادی یگانه، محمدرضا (۱۳۸۱) *برخی ویژگی‌های رادیو فصلنامه پژوهش و سنجش*، سال نهم، شماره ۳۲ زمستان.
۴. ریچاردز، کیت (۱۳۸۱) *نگارش نمایشنامه رادیویی*، ترجمه مهدی عبدالله زاده، تهران: سروش.