

بررسی عنصر آرامش در جذب مخاطبان برنامه‌های دینی رادیو

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۴/۲۲

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۵/۲۴

کد مقاله: ۹۱۴۷۲

مسعود نیک روش^۱، فاطمه میناخانی^۲

چکیده

رسانه‌ها همواره برای تثبیت حضور خود و تداوم فعالیت‌هایشان در سپهر ارتباطات نوین، به عنصری کلیدی به نام مخاطب و همچنین اعتماد او نیازمندند. رادیو نیز به عنوان یک رسانه گرم و اثرگذار، تاکنون حیات خویش را بر همین مبنا از دست نداده و با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد خود از جمله سهولت دسترسی و قدرت نفوذ بالا، جایگاهش را در میان رسانه‌های پرمخاطب دنیای امروز حفظ کرده است. در این بین، بررسی عنصر مخاطب در برنامه‌های دینی رادیو دارای اهمیتی مضاعف خواهد بود؛ چراکه برنامه‌سازان این حوزه امکان بهره‌مندی از تمامی ظرفیت‌های ممکن برای جذب مخاطب را نخواهند داشت و از برخی جهات در مضیقه هستند. لذا در پژوهش پیش‌رو سعی شد تا ضمن لحاظ این محدودیت‌ها و با استفاده از روش اسنادی و نیز بهره‌گیری از داده‌های پیمایشی موجود، راهبرد موثر نگه‌داشت مخاطبان فعلی و جذب مخاطبان جدید در عرصه برنامه‌سازی دینی مورد مطالعه قرار گیرد تا بدین‌وسیله گامی نو در راستای رسالت اصلی این فعالیت‌ها که همان ابلاغ پیام دین به مخاطبان است، برداشته شود. تحقیق و مطالعه صورت‌گرفته این نتیجه را به دنبال داشت که به طور معمول، مخاطبان در انتخاب برنامه‌های رادیویی، به نیازهای روحی خود توجه کرده و در پی تأمین آن از طریق استماع محتوای رادیویی هستند. بنابراین برنامه‌سازان دینی رادیو می‌توانند با عرضه صحیح و شایسته کارکرد دین که همان ایجاد رضایت و آرامش درونی از طریق ایجاد تغییر در بینش و رفتار مخاطبان است، آن‌ها را به صورت پایدار به این دست از برنامه‌ها متعهد و علاقه‌مند سازند و از به کارگیری شیوه‌های جذب کوتاه‌مدت نیز همچون استفاده از موسیقی، کمدی و ... بی‌نیاز گردند.

واژگان کلیدی: رادیو، دین، مخاطب، آرامش، جذب

۱- دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه صداوسیما (قم)، AlaviAli19@yahoo.com

۲- دانشجوی مقطع دکتری رشته حکمت متعالیه دانشگاه فردوسی (مشهد)