

مطالعاتی جامعه شناختی درباره رادیو



■ نویسنده: دکتر حسن خجسته
■ تهران، دفتر پژوهش‌های رادیو
■ صبا برین خو

ریاست جمهوری، دوم - بررسی جامعه شناسی سازمانی رادیو، مانند: تیپولوزی برنامه‌سازان رادیو بر اساس فرم و محتوا.

سرفصلهای اصلی کتاب عبارتند از:

- تئوری وابستگی به رسانه‌ها و کاربرد آن در رادیو
- موانع و محدودیت‌های کاربرد متعادل «خوف و رباء» به عنوان دو اصل مهم تربیت دینی در رسانه‌های مدرن با تأکید بر «رادیو و تلویزیون»:

- بحران بلایای طبیعی و نقش ویژه رادیو در کنترل آن
- نقش رادیوهای فارسی زبان بیگانه در نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری

- تیپولوزی برنامه‌سازان و برنامه‌های رادیو براساس فرم و محتوا

- متن و بیان‌من در رادیو

فصل اول: تئوری وابستگی به رسانه‌ها و کاربرد آن در رادیو:

کتاب مطالعاتی جامعه شناختی درباره رادیو اثر دکتر حسن خجسته در راستای کسب بینش جدید در مورد رادیو منتشر شده است. این کتاب در ۶ فصل توسط دفتر پژوهش‌های رادیو به چاپ رسیده است. تاکنون مطالعات بسیاری در مورد روزنامه، تلویزیون و... در محافل علمی و دانشگاهی انجام شده و نظریات و تئوریهای متفاوتی نیز ارائه شده ولی در مورد رادیو منابع بسیار محدود می‌باشد و ناگفته‌های بسیاری در این عرصه وجود دارد. نگاه کنونی به رادیو در مقایسه با سایر وسائل ارتباطی نگاهی محدود و رادیو در مقایسه با دیگر وسائل ارتباطی رسانه‌ای مهجور است، اما کارکردها و آثار رادیو آثاری عمیق و کارکردهایی گستردۀ است که نیاز به مطالعه و کسب بینش بیشتر در این عرصه دارد. کتاب حاضر در راستای پاسخ به نیازهای کنونی اهل علم و پژوهش و علاقمندان به عرصه رادیو تدوین شده است.

مقالات این کتاب ۲ دسته از مطالعات را در خود جا داده‌اند که دسته اول مباحث تئوریک می‌باشد و دسته دوم مطالعات کاربردی است؛ مطالعات کاربردی در دو سطح بررسی می‌شود: اول - بررسی تأثیرات و نقش رادیو در سطح جامعه، مانند: نقش رادیو در انتخابات

به مسأله خوف بپردازند.
همچنین در این فصل به طور کامل به تشریح خوف، رجاء و تفاوت‌های رسانه‌های قدیم و جدید پرداخته است.

فصل سوم: بحران بلایای طبیعی و نقش ویژه رادیو در کنترل آن:
در این فصل نویسنده به مهمترین نقش این رسانه توجه کرده است، یعنی نقشی که در زمان بحران بر عهده دارد و بیان می‌کند که رسانه‌ها ابتدا باید قبل از وقوع هر حادثه یا بحران ابتدا اطلاعات کافی را درباره آن را در اختیار مخاطبین خود قرار دهند این اطلاعات درباره حفظ جان خود و دیگران، نحوه کمک به آسیب‌زدگان و حفظ اموال و دارائی‌ها می‌باشد، سپس در هنگام وقوع حادثه باید احساس مسئولیت را در مردم زنده کند و برای امدادرسانی و ترمیم و تسکین آلام مصیبت‌دیدگان بسیج نماید و بعد از فاجعه نیز مسئولیت اطلاع‌رسانی برای تقویت همبستگی با آسیب‌دیدگان، بررسی چگونگی و نحوه مواجهه با سازمان‌های مسئول با بحران و اطلاع‌رسانی و آموزش برای کاهش آلام بازماندگان را بر عهده دارد.

فصل چهارم: نقش رادیوهای فارسی زبان بیگانه در نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران:
نویسنده در این فصل به نقش رسانه‌ها در تبلیغات سیاسی اشاره کرده است که معمولاً منجر به ایجاد تصویر ذهنی و برگسته‌سازی در نگرش افراد می‌شود، با تبلیغاتی که رسانه‌های غرب در مورد مسائل سیاسی کشورمان انجام می‌دهند نقش صداو سیما در آگاه کردن مردم و خنثی‌سازی سیاست‌های آنها مؤثر می‌باشد.

رسانه‌های جدید در سه کارکرد آموزشی، اطلاع‌رسانی و تفریحی ظاهر می‌شوند، ولی در قدیم هنر پرده‌خوانی و نقالی و... عموماً نقش آموزشی و اطلاع‌رسانی قویتری داشتند تا نقش عمده‌ای تفریحی و به خوبی می‌توانستند عاقب بدی را شرح سه کارکرد آموزشی، اطلاع‌رسانی و تفریحی ظاهر می‌شوند، ولی در قدیم هنر پرده‌خوانی و نقالی و... عموماً نقش آموزشی و اطلاع‌رسانی قویتری داشتند تا نقش عمده‌ای تفریحی و به خوبی می‌توانستند عاقب بدی را شرح دهند، اما رسانه‌های مدرن به دلیل عملکرد عمدت تفریحی و انتظارات مخاطب از آن، نمی‌توانند به امر خوف بپردازند و دارای مشکلات و محدودیت‌ها هستند، اصولاً افراد میل به دریافت اخبار خوش و خوب دارند، پس رسانه‌ها برای جذب مخاطب نمی‌توانند به مسأله خوف بپردازند.

در این فصل نویسنده ۲ تئوری استفاده و رضایتمندی و وابستگی به رسانه را مطرح می‌کند. تئوری اول را اینگونه بیان می‌دارد که مخاطبین در پی رسانه‌ای هستند تا سبب رضایت آنها شود و با نیازهای شخصی‌سازی مطابقت کند در واقع به اهداف و آرمان‌های آنها توجه کند و در مورد تئوری دوم یعنی تئوری وابستگی نویسنده در واقع نقش رسانه‌ها را در جوامع برسی می‌کند مثلاً: نقشی که رسانه‌ها در خرید تولیدات، پیدا کردن محیط مناسب یا حتی در درک مسائل و حوادث جامعه در مخاطبین خود دارد.

نویسنده در این فصل به بیان تاثیر رسانه‌ها می‌پردازد: ۱- تأثیر شناختی، ۲- تأثیر رفتاری، ۳- تأثیر گذاری بر احساسات.
و در انتهای شبکه‌ها و رسانه‌ها را به چند دسته تقسیم می‌کند:

- ۱ - شبکه سراسری عمومی
- ۲ - شبکه تخصصی سراسری
- ۳ - شبکه اختصاصی سراسری
- ۴ - شبکه غیر سراسری یا محلی که خود به رادیوهای شهری یا شبکه استانی تقسیم می‌شود.

نویسنده پس از توضیح کامل در مورد هر یک از شبکه‌های فوق به بیان این مطلب می‌پردازد که فضای بسیار شدید رقابتی ایجاب می‌کند رادیوهای در برنامه‌سازی‌های خود، نیازهای محیطی و تغییراتی را که در محیط موجب جایجایی نیازها و درجه اهمیت آنها در میان انبیه مخاطبان شده، مد نظر قرار دهند و هرگز صداقت را فراموش نکنند به نحوی که برنامه‌ها مورد اعتماد قرار گیرند.

فصل دوم: موافع و محدودیت‌های کاربرد متعادل «خوف و رجاء» به عنوان دو اصل مهم تربیت دینی در رسانه‌های مدرن با تأکید بر «رادیو و تلویزیون»:

در این فصل ابتدا توضیح مفصلی در مورد خوف و رجاء داده شده است و سپس بیان می‌کند خوف از تفکر در عظمت و قدرت خداوند و تأمل در گرفتن گریبان طغیانگران حاصل شده و رجاء از تفکر در نعمت‌هایی حاصل می‌شود که خداوند بر بندگان صالحش در دنیا ارزانی می‌کند سپس برخی از آیات قرآن کریم و کلام معصومین را در این مورد بیان نموده است.

همچنین نویسنده به این مطلب می‌پردازد که رسانه‌های جدید در سه کارکرد آموزشی، اطلاع‌رسانی و تفریحی ظاهر می‌شوند، ولی در قدیم هنر پرده‌خوانی و نقالی و... عموماً نقش آموزشی و اطلاع‌رسانی قویتری داشتند تا نقش عمده‌ای تفریحی و به خوبی می‌توانستند عاقب بدی را شرح دهند، اما رسانه‌های مدرن به دلیل عملکرد عمدت تفریحی و انتظارات مخاطب از آن، نمی‌توانند به امر خوف بپردازند و دارای مشکلات و محدودیت‌ها هستند، اصولاً افراد میل به دریافت اخبار خوش و خوب دارند، پس رسانه‌ها برای جذب مخاطب نمی‌توانند

منتسب هستند یا به طریقی به هم مربوط می‌شود، با این توصیف برای هر برنامه رادیویی و هر تهیه‌کننده و گوینده، امرتعیین کننده و سرنوشت‌سازی است، همچنین عناصر تأثیرگذار محیط نزدیک برمتن نهائی (برنامه رادیوئی) را به ۳ دسته: ۱) عوامل برنامه‌ساز؛ ۲) نوع برنامه زنده یا تولیدی؛ ۳) نوع و شکل برنامه و عناصر تأثیرگذار محیط دور بر متن نهائی را به ۷ دسته: ۱) سیاست‌های سازمانی؛ ۲) مأموریت شبكه رادیویی؛ ۳) نگرش مدیران سازمانی، میزان میل به تغییر و بر محیط فعالیت و برنامه‌سازی؛ ۴) تجهیزات و امکانات؛ ۵) ثبات؛ ۶) تجسس و انتظارات و توقعات کرده و هر کدام را به

گفت که رویکرد حاکم رسانه محور با تأکید جامعه‌شناسنامه نویسنده نموده است اما بسیاری

همچنین نقش رسانه‌های بیگانه (رادیو فردا، BBC، رادیو آمریکا و...) در نهمنین انتخابات ریاست جمهوری کشورمان به طور کامل بررسی شده است.

فصل پنجم: تیپولوژی برنامه‌سازان و برنامه‌های رادیو براساس فرم و محتوا:

انقلاب اسلامی در بد و پیدایش تغییراتی را در رسانه‌های جمعی مخصوصاً در مهمترین رسانه‌های آن زمان یعنی رادیو بوجود آورد. نویسنده این تغییرات را در به دو وجه مهم تقسیم کرده است: ۱- تغییر در محتوا و جهت‌گیری، ۲- تغییر در فرم و کاربری موسیقی و بیان می‌دارد بعد از انقلاب، تفسیر و تبیین انقلاب، اندیشه‌های اسلامی، چگونگی بروز و حضور آنها در صحنه اجتماعی، نوع دشمن شناسی درون و بیرون انقلاب و... از جهت‌گیری‌های عمدۀ رادیو بود. نویسنده در این فصل، برنامه‌ها را به ۳ دسته یعنی محتواگرا، فرم‌گرا، محتواگرا-فرم‌گرا تقسیم کرده است و بیان می‌کند که محتواگراها در واقع با فرم‌های مختلف آشنا نیستند و برنامه‌های محتوا محور تکیه بر داشت دارد و میتوان این برنامه‌ها را داشت پایه نامگذاری کرد. فرم‌گراها رضایت مخاطب مقدم است، آنها کار خوب را کاری میدانند که رضایت مخاطب را جلب کند. انواع فرم‌های رادیویی از ترکیب صدای، نواها و آواهای مختلف پدید می‌آید. ساده‌ترین این فرم‌ها «سخن» است. دسته سوم فرم‌گرا-محتواگراها هستند که امروزه در رادیو با قدرت حضور دارند یعنی محتوای خوب و عالی را با فرم‌های مختلف ارائه می‌دهند.

توضیح کامل هر سه قسمت در این فصل آمده است.

فصل ششم: متن و بیان‌متن در رادیو:

نویسنده در این فصل بعد از توضیح کامل مفهوم متن و بیان‌متن بیان می‌کند که برنامه رادیویی خود حاصل تعامل و تعاطی متن‌های مختلف است، در واقع منظور از متن، نوشته‌ای است که در برنامه مورد استفاده قرار می‌گیرد. اما بیان‌متن رابطه میان دو یا چند متن که از یکدیگر نقل شده‌است و به یکدیگر

