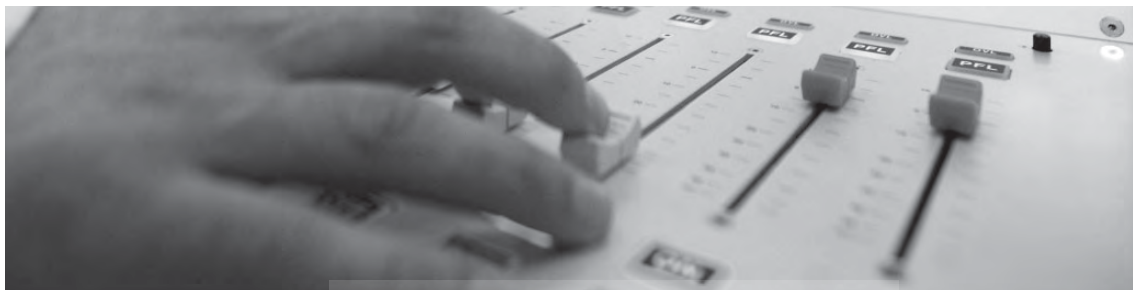


# قالب‌های برنامه‌سازی در رادیو

(قسمت چهارم)



❖ ترجمه و گردآوری: طیبه شیخزاده

کارشناس زبان و ادبیات آلمانی و تهیه‌کننده رادیو جوان

## قالب‌های برنامه‌سازی دینی در رادیو

برنامه‌های زنده دینی از زمانی پا به عرصه نهادند که رادیو به عنوان رسانه‌ای نوپا، تازه در مرحله کسب تجربه بود. بیان دیدگاه‌های دینی و مذهبی همواره در بخشی از برنامه‌ها دارای نمود خاص خود است.

در سال ۱۹۱۹ میلادی، ارتش آمریکا در واشنگتن تصمیم گرفت تا با ایجاد یک ایستگاه رادیویی داخلی در مقر یگان ویژه برجسته ارتش، مراسم عبادی و مذهبی و دیدگاه‌های اخلاقی و دینی را به صورت برنامه‌هایی گفت‌وگومحور و هدایت‌شده برای نیروهای نظامی بخش کند و ذهن آنها را در معرض موعظه‌های اخلاقی و دینی قرار دهد. بعد از آن، ایستگاه‌های رادیویی **KFSG** در لس‌آنجلس و **WMBI** در شیکاگو بیشتر وقت تولید برنامه‌های خود را وقف پخش برنامه‌های دینی کردند. به زودی پس از این حرکت آغازین، ده‌ها رادیوی دیگر شروع به پخش برنامه‌های دینی و به عبارتی، آغاز به پخش «پیام خداوند» کردند.

در سال ۱۹۸۰ میلادی، بیش از ۶۰۰ ایستگاه رادیویی به طور تمام‌وقت و ۱۵۰۰ ایستگاه رادیویی دیگر به صورت نیمه‌وقت و به طور زنده، شروع به پخش برنامه‌های دینی کردند. این رادیوها به طور اساسی مسائل اصلی دینی را در قالب برنامه‌های مختلف رادیویی پخش می‌کردند. براساس گزارش مجله **استریت ژورنال** امروزه بیشتر از ۹۰۰ ایستگاه رادیویی، برنامه‌هایی با موضوع دینی پخش می‌کنند.

برنامه‌سازان برنامه‌های دینی معمولاً به دو صورت برنامه‌های خود را ارائه می‌دهند: برنامه‌های دینی با استفاده از موسیقی و برنامه‌های دینی بدون استفاده از موسیقی. برنامه‌هایی که معمولاً در آنها موسیقی جزء اصلی برنامه نیست، تقریباً به صورت گفت‌وگومحور هستند و سعی دارند تا به تبیین رفتار خوب یک فرد مسیحی بپردازند تا حضور خداوند را در زندگی روزمره تحلیل کنند و دورنمایی از یک زندگی سالم به دور از دروغ و ریا و پر از صداقت

و عشق ارائه دهند.

ژانت مک‌مولن (Janet McMullen) از منتقدان رسانه معتقد است که برنامه‌سازی‌های معاصر دینی در واقع چالش‌هایی در اذهان عمومی ایجاد می‌کنند. او می‌گوید: «با گسترش چارچوب‌های ذهنی فرقه‌های مذهبی که صاحب اقتصادهای متفاوت هستند، حفظ ذات‌ه شنیداری عمومی مردم بسیار سخت شده است.»

مک‌مولن اظهار می‌دارد که البته ایجاد چالش برای برانگیختن تفکر مخاطب یکی از حرکت‌های مثبت رسانه است؛ اما او به برنامه‌سازان هشدار می‌دهد که در این قالب باید خیلی مراقب باشند تا مخاطبان دچار دلسردی و احياناً نگرش‌های دوگانه نسبت به مسائل دینی نشوند یا اینکه برنامه‌ها به آسیب موعظه‌گری دچار نگردند. برنامه‌سازان دینی باید آگاهانه و متفکرانه مسائل دینی را مطرح کنند؛ به طوری که جنبه الهام‌بخشی برای مخاطب در آن بروز و ظهور بیابد.

- امروزه ایستگاه‌های رادیویی که اقدام به پخش زنده برنامه‌های دینی می‌کنند، مدعی آن هستند که برنامه‌های الهام‌بخش دینی تقریباً به گوش نیمی از مخاطبان رادیو می‌رسد. یک مؤسسه تحقیقاتی در کالیفرنیا بر این نکته تأکید می‌ورزد که بیش از ۲۵٪ از مردم به رادیوهای دینی گوش می‌دهند. بیشتر این ایستگاه‌های رادیویی دینی بر روی موج AM قرار دارند.

- در اواخر دهه ۱۹۹۰ میلادی، یک ایستگاه رادیویی مسیحی با پخش Talk Show و گفت‌وگوهای دینی بیشترین جذب مخاطب را در مقایسه با برنامه‌های معمولی گفت‌وگومحور که تنها با پرچانگی‌های محافظه‌کارانه سعی در پر کردن آنتن دارند به خود اختصاص داده است. این آمار، برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان و رادیوهای دینی را بر آن داشت تا بهتر و بیشتر بر محتوای برنامه‌های دینی رادیو تمرکز کنند.