

رادیو و قالب‌های رایج برنامه‌سازی در آن



❖ تدوین و گردآوری: یدالله گودرزی

کارشناس زبان و ادبیات فارسی و مدیر گروه جوان و فرهنگ رادیو جوان

اشاره

همه برنامه‌های رادیویی، در شکل‌ها و فرم‌های مختلفی ارائه می‌شوند که با توجه به ویژگی آنها، می‌توان این قالب‌ها را تقسیم‌بندی کرد و خصوصیات آنها را برشمرد. البته باید گفت طبقه‌بندی قالب‌ها یا شیوه‌های ارائه برنامه‌های رادیویی به دسته‌های کاملاً مجزا و ایجاد مرزبندی میان آنها تا حدودی تصنعی است؛ چرا که در عمل در دسته‌بندی‌های فوق، وجوه اشتراک فراوانی می‌توان یافت. به عنوان نمونه، ممکن است یک گفتار ساده با یک مصاحبه یا شیوه رادیویی دیگری چون گزارش تکمیل شود.

گفتار رادیویی، م‌انسانی و مطالعات فرهنگی

یک گفتار خوب رادیویی، تمامی محسنات موجود در یک نوشته چاپی و گرمی یک برخورد رودررو را یکجا داراست. بهترین نوع گفتار رادیویی آن است که به صورت یک گپ دوستانه، حول یک موضوع مشخص باشد که این خود نیازمند وجود ساختاری یکنواخت در گفتار رادیویی است.

توجه به قدرت درک عامه و مخاطبان، از ویژگی رسانه‌های جمعی است و بنابراین وجود نکات آموزشی گوناگون در یک گفتار چندین مناسب نیست. متن برنامه باید روان و ساده نوشته شود. کلمات دور از ذهن ممکن است برای گوینده اعتبار ظاهری بیافریند، اما، واقعیت این است که موجب سردرگمی، آزار و حتی عصبانیت شنونده خواهد شد.

یکپارچگی، روشنی و تأکید، از مشخصات یک گفتار خوب هستند. در کشورهای درحال توسعه، گوینده برنامه بیشتر به عنوان یک عامل ناشناخته رادیویی و تنها انتقال‌دهنده مطالب نویسندگان تلقی می‌شود، اما در کشورهای پیشرفته در الگوهای جدید برنامه‌سازی، گوینده در آغاز برنامه خود را معرفی می‌کند و برای شنوندگان هویت شناخته‌شده‌ای دارد.

مصاحبه

مصاحبه رادیویی نوعی زنده از گفتار است. با استفاده از این روش، ظرفیت مطالب گفتاری نویسنده افزایش می‌یابد. مردم اغلب شنیدن صحبت‌ها و درد دل‌های یکدیگر را دوست دارند. به همین دلیل ارائه موضوع‌های مختلف به شیوه مصاحبه معمولاً بیشتر از گفتار ساده، مخاطب را جذب می‌کند.

هنر سؤال کردن

طراحی سؤال، خود نوعی هنر به شمار می‌آید. شیوه غلط پرسش منجر به پاسخ‌های «بله» و «خیر» می‌شود و طریقه صحیح سؤال کردن فرد مقابل را به پاسخگویی ترغیب می‌کند. مصاحبه‌گر باید به فراخور فرد موردنظر سؤال طرح کند و از پرسش‌هایی که دارای پاسخ‌های متعدد و گیج‌کننده است، بپرهیزد. در مصاحبه استودیویی قبل از شروع مصاحبه، رعایت برخی اصول فنی که به مصاحبه‌گر کمک زیادی در انجام مصاحبه می‌کند، لازم است. بهتر است نوع قرار گرفتن صدلی‌ها و تنظیم میکروفون‌ها به گونه‌ای باشد که مصاحبه‌گر بتواند به راحتی میهمان خود را مشاهده کند. توجه به این نکته از نظر روان‌شناسی به میهمان شما کمک زیادی می‌کند که فضای استودیو را فراموش کند و توجهش به صحبت کردن با مصاحبه‌گر معطوف باشد. مصاحبه میدانی هم نوع دیگری از مصاحبه است.

میزگرد

میزگرد یکی از قالب‌های ارائه پیام‌های رادیویی برای طرح موضوع‌های مختلف است که در آن درباره یک موضوع معین صحبت می‌کنند. در یک میزگرد خوب سؤال‌ها باید به شیوه‌ای جالب مطرح شوند و شنونده را از جنبه‌های مختلف گروهی به فکر وادارند. درضمن، نشان‌دهنده تلاش مشترک گروهی باشند که برای یافتن راه‌حل یک مسئله به تشریح مساعی و تبادل افکار یکدیگر می‌پردازند.

نمایش رادیویی

نمایش رادیویی از قالب‌های رایج و پرطرفداری است که با توجه به مدت زمان تولید و پخش، دسته‌بندی می‌شود. چند روش برای نمایش وجود دارد: تهیه یک نمایش کامل به مدت نیم یا یک ساعت، تهیه یک سریال پانزده تا سی دقیقه‌ای حداکثر به مدت سیزده قسمت، تهیه نمایش‌های کوتاه پنج دقیقه‌ای به بالا که امروزه با توجه به سرعت و کمی وقت، بیشتر موردتوجه قرار گرفته است. در نمایش‌های رادیویی، استفاده ماهرانه از کلمات و تغییر صداها و افکت و موزیک بسیار مهم است و می‌تواند صحنه‌های مختلف را در ذهن شنونده تداعی کند. شنونده اگر به همدلی (Empathy) در نمایش برسد، این نمایش به اوج تأثیرگذاری نزدیک شده است. همدلی یا همدات‌پنداری به حالتی اطلاق می‌شود که شخص بتواند خود را در جایگاه شخصیت دیگر قرار دهد و آنچنان شیفته یک قطعه نمایشی شود که حس کند سرنوشتی مشابه با یکی از شخصیت‌های داستان یا نمایش داشته است. این تأثیر موجب ایجاد انگیزه برای شنندگان و موجب تغییر نگرش و رفتار می‌شود.

نمایش‌های کوتاه

یکی از بهترین شیوه‌های آموزشی در زمینه مسائل اجتماعی و موضوعات دیگر، ارسال پیام‌های کوتاه است. این امر امروزه بیش از پیش موردتوجه قرار گرفته است و در زمینه تصویر، قالبی مثل «ویدئوکلپ» متأثر از چنین اندیشه‌ای به وجود آمده است. در رادیو، تأثیر این پیام‌های کوتاه بسیار است و کوتاهی و گویایی، قطعاً دارای تأثیرگذاری خواهد بود. پیام‌های رادیویی به دلایل متعددی، دارای قدرت تأثیرگذاری هستند. کوتاه‌بودن پیام و تنگ‌نکردن حوصله مخاطب، امکان ضبط پیام، انعطاف‌پذیری پیام‌ها کوتاه و امکان قرارگیری در قالب‌های گوناگون و نیز کم‌هزینه‌بودن اینگونه پیام‌ها از ویژگی‌های آنها به شمار می‌آید.

جنگ رادیویی

جنگ یا مجله رادیویی قالبی است که در آن از چندین آیتم مختلف استفاده می‌شود که به وسیله گفتار کوتاه، موسیقی و افکت‌ها و شگردهای مختلف به هم وصل می‌شوند. آنچه مجله رادیویی را جذب می‌کند، قابلیت ترکیب و تلفیق موضوعات مختلف و امکان عرضه آنها در کنار هم است. آیتم‌ها و بخش‌ها باید با ظرافت هنری گنجانده شوند و زمان هر یک از سه دقیقه نباید بیشتر باشد. یک مجله رادیویی باید اصل «تنوع در عین یکدستی» را دنبال کند و قسمت‌ها و آیتم‌های آن باید باهم مرتبط و منسجم باشند.

باید گفت که قالب‌های رادیویی از روانی برخوردارند و می‌توان برای آنها قالب‌های تازه‌ای نیز ایجاد کرد. برنامه‌سازی گوشه‌ای از دنیای هنر است و عالم هنر بی‌انتهاست؛ همیشه می‌توان نوآوری کرد، به شرط استعداد و انگیزه.