

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۱/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۹/۱۲

نوع مقاله: پژوهشی

زیبایی‌شناسی عناصر تولیدی روزنامه و مجله شنیداری در رادیو اینترنتی

نوشته

زهرآ بلدی فروشانی *

محمد اخگری **

مجید شریف‌خدایی ***

چکیده

توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی، همه رسانه‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. همگرایی رسانه‌ای موجب شده است رسانه‌های الکترونیکی، همچون رادیو و تلویزیون و حتی رسانه‌های مکتوب، در بستر دیجیتال، قابلیت‌ها و فرصت‌هایی را به دست آورند که نسبت به دوره پیش، کاملاً متفاوت است. روزنامه و مجله شنیداری، می‌تواند پیوندزنی (هیبریداسیون) رسانه‌ای تلقی شود. زیبایی‌شناسی صدا در کنار وجهه تفسیری آن، تأثیر بسیاری بر نحوه دریافت شنونده (کاربر) از متن مکتوب دارد. از این رو، ضرورت دارد که زیبایی‌شناسی به عنوان یک بستر تفسیرگر، حقیقت معناشناسانه این پدیده نوظهور را واکاوی کند. در این پژوهش تلاش شده است از منظر زیبایی‌شناسی ساختارگرا، کارکرد عناصر چهارگانه (سکوت، کلام، موسیقی و افکت) در ساختار روزنامه و مجله شنیداری بررسی شود. هدف اصلی پژوهش حاضر، مطالعه زیبایی‌شناسانه صوت و سکوت برای تهیه روزنامه و مجله شنیداری در بستر رادیوی اینترنتی است. داده‌های این پژوهش، به روش تحلیل محتوای کیفی و شیوه مطالعه کتابخانه‌ای و مطالعه موردی جمع‌آوری شده و نحوه بازتولید محتوای ۱۷ نمونه روزنامه و مجله، در رادیو اینترنتی تبیین شده است. نتایج تحقیق نشان‌دهنده به کارگیری متناسب و هدفمند قالب‌های رادیویی، در تهیه روزنامه و مجله شنیداری است. عناصر زیبایی‌شناختی در هر قالب، متناسب با متن مکتوب روزنامه یا مجله و در جهت تکامل متن، افزایش تأثیر کلام و فضا سازی صوتی به کار برده شده است. آنچه اهمیت دارد، کارکرد متناسب عناصر نسخه شنیداری روزنامه و مجله است که منجر به زیبایی ساختار این دو قالب نوظهور شده است.

کلیدواژه: زیبایی‌شناسی، روزنامه شنیداری، مجله شنیداری، رادیو اینترنتی، پادکست، رسانه.

* کارشناس ارشد تهیه‌کنندگی رادیو دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (نویسنده مسئول) Zahra.baladi@gmil.com

** استادیار دانشگاه صدا و سیما akhgari@iribu.ac.ir

*** دکتری جامعه‌شناسی مربی دانشگاه صدا و سیما majidsharifkhodaei@gmail.com

رسانه‌ها در طول تاریخ، به همزیستی و همگرایی با یکدیگر دست یافته‌اند. رادیو یکی از رسانه‌هایی است که برای تبدیل محتوای رسانه‌های مکتوب، ظرفیت‌های لازم را دارد. روزنامه و مجله شنیداری از جمله قالب‌های پیوند رادیو با رسانه‌های مکتوب به شمار می‌رود. همچنین برای پیوند دو رسانه، ضروری است رسانه مبدأ از شاخص‌های زیباشناسانه رسانه مقصد آگاه بوده و استفاده کند؛ بنابراین باید دانست که روزنامه‌ها و مجله‌های شنیداری از منظر زیبایی‌شناسی، باید چه ساختار و ویژگی‌هایی داشته باشند، تا بتوانند به اهداف تولید خود دست یابند. وجود یک مرجع نظری، مثل علم زیباشناسی، در تقویت محتوای یک رسانه (در اینجا رسانه مکتوب) از طریق رسانه‌ای با ابزار صوت (رادیو) می‌تواند به درک لایه‌های جدیدی از ظرفیت‌های رسانه‌ای در هر دو رسانه بیانجامد. هدف اصلی پژوهش حاضر، تبیین کارکرد زیبایی‌شناسانه صوت و سکوت برای تهیه روزنامه و مجله شنیداری در رادیوی اینترنتی است. برای دستیابی به هدف مذکور، محقق این پرسش را مطرح می‌کند که عناصر صوتی روزنامه و مجله شنیداری از منظر زیبایی‌شناختی باید چه ویژگی‌هایی را داشته باشند؟

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

پژوهش حاضر، در مبانی نظری از دو حوزه بهره می‌گیرد. در بحث نوع رسانه‌ای به نظریه رسانه‌های پیوندی (هیبریدی) نظر دارد و در تبیین عناصر تولیدی روزنامه و مجله شنیداری در رادیو اینترنتی، از رویکرد زیبایی‌شناسی ساختارگرایانه بهره می‌گیرد. زیبایی‌شناسی، مبحثی است که تا به امروز همپای هنر و رسانه‌های کهن بوده است. لذا ضرورت دارد که زیبایی‌شناسی، به عنوان یک بستر تفسیرگر، حقیقت معناسناسانه این پدیده نوظهور را بررسی و واکاوی کند.

باومگارتن (Alexander Gottlieb Baumgarten) زیبایی را «توازن بین نظام اجزا و نسبت متقابل آنها و نسبت آن‌ها به تمام زیبایی می‌داند، هدف زیبایی در نظر او تحریک رغبت و اشتیاق است». (تولستوی، ۱۳۸۸: ۲۶) شافتسبری (Shaftesbury) می‌گوید: «آنچه زیباست، موزون و متناسب است و چنین چیزی حقیقی و دلپذیر و خوب است». (همان: ۲۷). حیطه زیبایی‌شناسی به توانایی درک و شناخت مفاهیم رسانه‌ای از دیدگاه هنری اشاره دارد. این مقوله به میزان هنر و مهارت تولید پیام در رسانه‌های مختلف بستگی دارد. یکی از مفاهیمی که در بحث زیبایی‌شناسی وارد شد، رویکرد ساختارگرایی بود که از علوم اجتماعی آغاز شد.

اندیشه‌های فردیناند دوسوسور (Ferdinand de Saussure) را می‌توان نقطه آغاز این مکتب دانست؛ هرچند پس از وی ساختارگرایی به زبان‌شناسی محدود نشد و مانند دیگر جنبش‌های فرهنگی، تأثیر آن در سایر زمینه‌های اجتماعی همچون هنر، زیبایی‌شناسی و فلسفه مشاهده شد. با سیری در آن دسته از متون علمی و فلسفی که خود ساختارگرا بوده‌اند و یا به ساختارگرایی

پرداخته‌اند، می‌توان این تعریف جامع و مانع را از مفهوم ساخت استنباط کرد:
ساخت: شبکه روابط عناصر یک نظام در رابطه متقابل با یکدیگر است که این روابط می‌تواند، طبق قواعد همنشینی و جانشینی، صورت‌های جدید و گوناگونی به خود بگیرد و در عین حال کلیت یک ساخت واحد و ثابت را حفظ کند. (احمدی، ۱۳۹۵: ۹-۳۶)

بدون آنکه وارد مباحث عمیق انواع گوناگون ساختارگرایی شویم. عناصر منفرد و یک نظام تنها هنگامی معنا دارند که روابط آن اجزاء با ساختار را همچون یک کل بررسی کنیم. این ساختارها، به عنوان ماهیت‌هایی مستقل، خود تنظیم شونده و خود تغییر یابنده درک می‌شوند. بنابراین این خود ساختار است که اهمیت معنا کارکرد اجزاء منفرد یک نظام را تعیین می‌کند. (هوارث، ۱۳۸۶: ۱۸۸)
 آنچه در ساختارگرایی بیشترین اهمیت را دارد، آن است که این روش نمی‌کوشد تا معانی درونی اثر را آشکار کند، بلکه سعی می‌کند، سازه‌های یک متن را استخراج کند. ساختارگرا باید تمایزهای سطحی و ظاهری بین متون را کنار زده، تا به آن عنصر یکه و ثابت متون همپایه دست یابد. (جوادی و نیک پی، ۱۳۸۹: ۱۸۰). بنابراین لزوم شناخت و تبیین ماهیت جزء شناسانه، در عناصر تولیدی روزنامه‌ها و مجله‌های شنیداری در رادیوهای اینترنتی، دلیل انتخاب رویکرد زیبایی‌شناسی ساختارگرایانه است.

نظریه رسانه‌های پیوندی (هیبریدی)

مک لوهان (Marshal McLuhan, 1964) در مقاله‌ای با نام "انرژی پیوندها، رابطه‌های خطرناک" می‌نویسد:
 آنچه را که ما تا به حال تشریح کرده‌ایم، همگی حاکی از این امر بوده‌اند که رسانه‌ها یا امتدادهای انسان، عواملی پدیده‌زا هستند و درون‌نگر و روشن‌نگر نمی‌باشند. لذا، صرفاً به کمک ترکیب یا تلفیق آنها با یکدیگر است که بهتر می‌توان از خصوصیات ساختاری آنها اطلاعاتی به دست آورد. بسیاری از رسانه‌ها پیش از آنکه در موردشان فکر شده باشد، به وجود آمده‌اند، منتها به دلیل اینکه خارج از وجود بشر هستند، مشاهده آنها تقریباً ناممکن است. رشد یا تلفیق رسانه‌ها و خرد شدن یا ممزوج شدن آنها نیز انرژی آزاد می‌سازد و نیروی عظیمی تولید می‌کند. در میان این تلفیق‌ها که موجب آزاد شدن شدید انرژی و ایجاد تغییرات شده‌اند، هیچکدام بارزتر از برخورد فرهنگ‌های الفبایی و گفتاری نیست. الفبای آوایی که انسان را از جهان شنیداری به جهان دیداری سوق داد، احتمالاً از دیدگاه سیاسی و اجتماعی، اساسی‌ترین انفجاری بود که در یک ساختار اجتماعی پدید آمد. (مک لوهان، ۱۳۷۷: ۴۰)

به طور خلاصه، پیوند یا برخورد دو رسانه، لحظه‌ای از تحقق و پدیداری را به وجود می‌آورد که طی آن شکل‌های جدید زاییده می‌شود. توازی بین دو رسانه، ما را به مرزی از اشکال نو می‌رساند که به دنبال آن ناچار خواهیم بود، خواب نارسیس‌گونه خود را رها کنیم و بدین ترتیب از سستی و کرختی که حواس ما را در خود گرفته‌اند، نجات یابیم. (همان: ۶۵-۵۷)

در راستای اندیشه مک لوهان در باب پیوند رسانه‌ها، آنگلیکا دیهم (Angelika Diehm)، با بررسی رسانه

«کتاب گویا» در کتاب خود با نام کتاب شنیداری، نظریه رسانه‌های پیوندی یا هیبریدی را به شرح ذیل تبیین می‌کند: پیشرفت سریع فناوری ارتباطی، میان‌رشته‌ای را میان نوع ادبی و نوع رسانه‌ای ایجاد کرده است. کتاب شنیداری می‌تواند به عنوان «پیوندزنی / هیبریداسیون» رسانه‌ای تلقی شود. محتوای یک اثر چایی با فیزیک یک رسانه مثل لوح فشرده ترکیب می‌شود. از این روست که از منظر اقتصاد رسانه، نویسندگان چون توماس فردریش و برتولد هاس از آن به عنوان محصول رسانه‌ای پیوندی (هیبریدی) یاد می‌کنند. (دیهم، ۱۳۹۳: ۳۴)

روزنامه و مجله شنیداری، می‌تواند پیوندزنی (هیبریداسیون) رسانه‌ای تلقی شود. در این دو قالب رسانه‌ای، با استفاده از مزیت شنیداری بودن متن، بسته صوتی مستقلی تولید می‌شود که به صورت انفرادی، متن مکتوب روزنامه و مجله را باز تولید می‌کند. زیبایی شناسی صدا در کنار وجهه تفسیری آن، تأثیر بسیاری بر نحوه دریافت شنونده (کاربر) از متن مکتوب دارد.

همگرایی رسانه‌ای در رادیو اینترنتی

رسانه‌های یک عنصر کلیدی در جوامع مدرن هستند. یکی از رسانه‌های ارتباط جمعی که با تغییرهای محیط رسانه‌ای متحرک‌تر و همراه‌تر شده، رادیو است. دگرگونی‌های صورت گرفته در زیست فضای رسانه‌ای، فرصت مجددی در اختیار رادیو قرار داده است، تا با هماهنگ‌سازی خود با نیاز جوامع مدرن، نقش گذشته خود را باز یابد. (کلاتری و حسنی، ۱۳۸۸: ۸۲)

در دوران رسانه‌های نوین، رسانه‌های مختلف صوتی، تصویری و متنی در همگرایی با یکدیگر قرار گرفته‌اند. همگرایی رسانه‌ای بدان معناست که تولید رسانه‌ای نه فقط برای یک رسانه، بلکه برای رسانه‌های مختلف طراحی شوند؛ به گونه‌ای که هم‌زمان در رسانه‌های بیشتر بتوانند از آن استفاده کنند. در نتیجه چندرسانه‌ای بودن، یکی از ویژگی‌های این فضای جدید است که منجر به همگرایی میان قالب‌های رسانه‌ای شده است.

رادیو و تولیدهای آن، در فضای وب تعریف و شکل دیگری می‌یابند. صفحه وب فرصت همگرایی رسانه‌ای را، به بهترین نحو فراهم می‌سازد. رسانه‌های مکتوب، صوتی و تصویری، به‌ویژه برای ارائه خدمات از تارنمای خود استفاده می‌کنند و بدیهی است که شنونده رادیو نیز می‌تواند در وب‌گاه رادیو، اطلاعات و داده‌های افزوده را بخواند و بشنود. همچنین رادیو اینترنتی قالب‌های مختلف تعاملی را پی می‌گیرد؛ یکی از این قالب‌ها، کتاب گویاست. روزنامه و مجله شنیداری که زیرمجموعه‌ای از کتاب گویاست، پیوندی میان رسانه مکتوب و رادیو بر بستر وب به شمار می‌رود.

مطالعات پیشین

علی‌آبادی، نفر و آذرنیا (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «طراحی صوتی در برنامه‌سازی رادیویی» جایگاه طراحی صوتی و زیبایی‌شناسی صدا را در برنامه‌سازی رادیویی به روش کیفی مورد مطالعه قرار داده‌اند و چنین نتیجه می‌گیرند که زیبایی‌شناسی و طراحی صوتی از مسائل بنیادی در

برنامه‌سازی رادیویی است. میرطالبی پور، اخگری و قارونی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان " کتاب گویا ظرفیتی جدید در برنامه‌سازی رادیویی، مطالعه موردی شبکه رادیو اینترنتی ایران صدا" به این نتیجه دست می‌یابند که کتاب گویا می‌تواند به عنوان رسانه‌ای مستقل و گونه‌ای از قالب‌های برنامه‌سازی رادیویی کارکرد داشته باشد. در میان عناصر صوتی، کلام مهم‌ترین رکن صوتی قالب کتاب گویا است و به ترتیب موسیقی، جلوه‌های صوتی و سکوت دارای کارکرد هستند.

در بخشی از کتاب رادیو در عصر دوم (۱۳۹۶) موضوع کتاب شنیداری و نیز روزنامه و مجله شنیداری را طرح کرده و برخی از نمونه‌های روزنامه شنیداری را معرفی کرده‌اند. بررسی مطالعه‌های پیشین نشان می‌دهد که اگرچه در ذیل مبحث کتاب صوتی، به روزنامه و مجله شنیداری اشاره شده است، اما تحقیق مستقلی که از منظر زیباشناختی، تولید این نوع رسانه‌ای را مورد بحث قرار دهد، انجام نگرفته است.

روش پژوهش

یافته‌های تحقیق در دو بخش بررسی می‌شود. در بخش نخست، جهت بررسی تحقیق‌های پیشین، ادبیات نظری و یافته‌های تحقیق از روش اسنادی - کتابخانه‌ای بهره‌گیری خواهد شد. با مراجعه به منابع شناسایی شده موجود، مطالب مورد نیاز با ذکر ویژگی‌های منبع مورد استفاده، نوشته خواهد شد.

در بخش دوم، با مطالعه موردی نمونه‌های روزنامه و مجله شنیداری، با رویکرد زیبایی‌شناسی کلام، موسیقی، سکوت و افکت، به بررسی ساختار روزنامه و مجله شنیداری در رادیو اینترنتی، با روش تحلیل محتوای کیفی پرداخته می‌شود.

واحد تحلیل در این پژوهش، عناصر چهارگانه شامل سکوت، کلام، موسیقی و افکت است. در نوشته‌ها، واحد تحلیل به یک موضوع مورد مطالعه مهم اشاره می‌کند. واحد تحلیل باید به گونه‌ای باشد که به منزله زمینه‌ای برای واحد معنا در فرایند تحلیل در نظر گرفته شود.

جامعه مورد بررسی در این پژوهش، روزنامه‌ها و مجله‌های شنیداری داخلی و خارجی است. در این تحقیق به مطالعه ۱۷ نمونه روزنامه و مجله شنیداری پرداخته می‌شود که این تعداد شامل نه نمونه روزنامه شنیداری خارجی (منتخب از روزنامه‌های گاردین، وال استریت ژورنال، نیویورک تایمز، وینچستر)، پنج نمونه روزنامه شنیداری ایرانی (ایمن، هنز کده، رادونت چهلستون، ۱۲۰ دقیقه با تیوال، همشهری)، دو نمونه مجله شنیداری خارجی (نیویورکر، اکونومیست) و یک نمونه مجله شنیداری ایرانی (هفدانگ) است. انتخاب نمونه در این پژوهش، هدفمند و بر اساس هدف تحقیق است.

پس از مطالعه موردی نمونه‌های موجود، از طریق تکرار در شنیدن، به استخراج مقوله‌های معرف اثر پرداخته، سپس از طریق تحلیل محتوای کیفی، تم‌های اصلی شناسایی و کدگذاری شده تا مقوله‌های دیگری بر اساس پرسش‌ها استخراج شود. سپس از طریق ترکیب شاخصه‌های اصلی از هر دو داده (مصاحبه و مشاهده) و پالایش آن بر اساس نظریه‌های یادشده، می‌توان مقوله‌های در نظر گرفته شده را بازایی کرد.

با استفاده از روش تحلیل محتوای جهت‌دار و با استفاده از نظریه زیبایی‌شناسی ساختارگرا و نظریه رسانه‌های پیوندی/هیبریدی، نمونه‌های مورد مطالعه بررسی خواهد شد و کارکرد زیباشناسانه عناصر چهارگانه (سکوت، کلام، موسیقی و افکت) در ساختار روزنامه و مجله شنیداری در رادیو اینترنتی تبیین می‌شود.

تحلیل داده‌ها

در مرحله نخست برای تشخیص قالب‌های رادیویی به کاررفته در روزنامه و مجله شنیداری، قالب‌های مختلف رادیویی به شرح ذیل مورد مطالعه قرار گرفت.

جدول ۱. بررسی قالب‌های رادیویی کاربردی در نمونه‌های مورد مطالعه

قالب‌های رادیویی کاربردی							نمونه‌های مورد مطالعه
آئونس	برنامه تلفنی	سخنرانی	مستند ترکیبی	ناک شو	میزگرد	مصاحبه	
		✓				✓	۱. خبر سیاسی / گاردین
			✓				۲. مقاله علمی / گاردین
				✓			۳. مقاله غیر خبری / گاردین
	✓				✓		۴. خبر ورزشی / گاردین
✓					✓	✓	۵. مقاله هنری / گاردین
✓		✓				✓	۶. خبر سیاسی / نیویورک تایمز
						✓	۷. خبر علمی / وال استریت ژورنال
✓					✓	✓	۸. خبر اقتصادی / وال استریت ژورنال
					✓		۹. اخبار محلی / وینچستر
							۱۰. خبر داستانی / هاگابی
✓	✓		✓			✓	۱۱. مقاله فرهنگی، هنری / نیویورک
	✓					✓	۱۲. یادداشت سیاسی / اکونومیست
✓						✓	۱۳. خبر هنری / هفداگ
							۱۴. گزارش فرهنگی، هنری / تیوال
						✓	۱۵. مقاله هنری / هنر ده
						✓	۱۶. خبر اقتصادی / ایمنا
						✓	۱۷. خبر هنری / همشهری

نتایج حاصل از مطالعه حجم نمونه نشان می‌دهد:

- لایه معناساز غالب، متن و کلام است و فرم و قالب وابسته به محتوا هستند.
- از نظر موضوعی، بیشترین مطالبی که از روزنامه‌ها، به صورت شنیداری بازتولید شده‌اند، به ترتیب عبارت از: خبر، مقاله، گزارش و یادداشت است.
- در اخبار سیاسی، قالب شنیداری مصاحبه و سخنرانی کاربرد بیشتری دارد. مصاحبه، روایت و تشریح اخبار از طریق پرسش و پاسخ مجری از کارشناس و یا مهمان برنامه است و در قالب سخنرانی از صدای آرشیوی استفاده شده و سخنران به موضوع اصلی می‌پردازد.
- در اخبار و مقاله‌های هنری، قالب شنیداری گفتار ساده و مستند ترکیبی کاربرد بیشتری دارد. در قالب گفتار ساده، مجموعه‌ای از مفاهیم در قالب جمله‌ها به صورت پیامی خاص به شنونده عرضه می‌شود و در قالب مستند ترکیبی، خبر از طریق استناد به واقعیت‌ها و اسناد گوناگون و پژوهش به صورت دراماتیک روایت می‌شود.
- در اخبار ورزشی، قالب شنیداری میزگرد، کاربرد بیشتری دارد که با حضور دو یا چند کارشناس به همراه مجری، مسئله و رویداد خبری از دیدگاه‌های مختلف بررسی می‌شود.
- در بازتولید مقاله‌های علمی، قالب شنیداری مستند ترکیبی کاربرد بیشتری دارد.
- در مقاله‌های غیرخبری روزنامه گاردین، از قالب شنیداری تاک‌شو استفاده شده که میزگردی حاوی ترفندهای نمایشی، موسیقی مهیج، حرکت و کلمه‌های ترغیب‌کننده است.
- در بیشتر روزنامه‌ها و مجله‌های شنیداری از آنونس و تیزر در میان برنامه استفاده شده است و دیگر برنامه‌های موجود در میان برنامه فعلی، تبلیغ می‌شوند.
- به طور کلی در اخبار ایرانی، قالب‌های شنیداری تنوع کمتری دارند و غالباً از گفتار ساده و مصاحبه استفاده شده است.

یکی دیگر از ابعاد این پژوهش به عناصر چهارگانه صوتی (کلام، موسیقی، سکوت و افکت) بر می‌گردد که در جدول ۲ بر حسب حجم نمونه عناصر چهارگانه صوتی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند.

جدول ۲. بررسی ویژگی‌های عناصر چهارگانه رادیویی در نمونه‌های مورد مطالعه

نمونه‌های مورد مطالعه	کلام	موسیقی	سکوت	افکت
۱. خبر سیاسی / گاردین	توصیفی، تلگرافی، تکیه، درنگ و آهنگ متناسب با موضوع	آرم، پایان	تأکید، فاصله‌گذاری، پایان‌بخشی	محیطی، سمبلیک
۲. مقاله علمی / گاردین	خرده‌متن، توصیفی، خبری، صدای شاهد	آرم، پس‌زمینه، فاصله، انتقال، پایان	دراماتیک، استعاری، پایان‌بخشی	محیطی، سمبولیک، ریتمیک

۳. مقاله غیر خبری / گاردین	کارکرد اطلاعاتی، زبان محاوره، کنتراست صوتی	آرم، اتمسفریک، پس‌زمینه، انتقال، پایان	فاصله‌گذاری، تأکید	رفتاری، محیطی، صدای محیط
۴. خبر ورزشی / گاردین	خرده‌متن، صدای شاهد، ضرباهنگ بالا، محاوره	آرم، شروع، پایان	فاصله‌گذاری، پایان‌بخشی	صدای محیط
۵. مقاله هنری / گاردین	کارکرد اطلاعاتی، زبان محاوره، تکیه و درنگ متناسب، ضرباهنگ پایین	آرم، اتمسفریک، پس‌زمینه، حالت، پایان	فاصله‌گذاری، پایان‌بخشی، دراماتیک	سمبلیک
۶. خبر سیاسی / نیویورک تایمز	خرده‌متن، توصیفی، اطلاع‌رسانی، لحن متناسب، صدای شاهد	آرم، اتمسفریک، پس‌زمینه، پاساژ، پایان	فاصله‌گذاری، موقعیتی، دراماتیک، پایان‌بخشی	رفتاری، محیطی
۷. خبر علمی / وال‌استریت ژورنال	اطلاع‌رسانی، توصیفی، جمله‌های طولانی، محاوره، کنتراست صوتی	آرم، صرفاً فاصله، پایان	فاصله‌گذاری، پایان‌بخشی	—
۸. خبر اقتصادی / وال‌استریت ژورنال	جملات کوتاه، کنتراست صوتی، زبان رسمی	آرم، صرفاً فاصله، پایان	فاصله‌گذاری، پایان‌بخشی	رفتاری، محیطی
۹. اخبار محلی / وینچستر	توصیفی، جمله‌های طولانی، زبان محاوره	آرم، فاصله، پایان	فاصله‌گذاری، پایان‌بخشی	—
۱۰. خبر داستانی / هاگابی	فشرده و تلگرافی، توصیفی، تکیه و درنگ و آهنگ متناسب با متن	آرم، پایان	فاصله‌گذاری، تعددی و بیانگر، پایان‌بخشی	—
۱۱. مقاله فرهنگی، هنری / نیویورک	کنشی، نمایشی و دراماتیک، اطلاع‌رسانی، زبان محاوره	شروع، پس‌زمینه، حالت، شخصیت، فاصله، پایان	فاصله‌گذاری، تأکید، پایان‌بخشی، کنشی، هدفمند	محیطی، سمبلیک، رفتاری
۱۲. یادداشت سیاسی / اکونومیست	انتقال اطلاعات، جمله‌های کوتاه و ساده، واژگان کاربردی	آرم، پس‌زمینه، فاصله، پایان	فاصله‌گذاری، دارماتیک، ماهرانه، پایان‌بخشی	محیطی، سمبلیک، موسیقایی
۱۳. خبر هنری / هفداندگ	اطلاع‌رسانی، ژورنالیستی، جمله‌های کوتاه، زبان محاوره و رسمی، کنتراست صوتی	آرم، انتقال، آنونس، پس‌زمینه، پایان	فاصله‌گذاری، موقعیتی، پایان‌بخشی	محیطی، رفتاری، سمبلیک
۱۴. گزارش فرهنگی، هنری / تیوال	تلگرافی، توصیفی، کارکرد اطلاع‌رسانی	آرم، فاصله، پایان	فاصله‌گذاری، پایان‌بخشی	—
۱۵. مقاله هنری / هنر کده	اطلاع‌رسانی، توصیفی، زبان محاوره	آرم، پس‌زمینه، صرفاً فاصله، پایان	فاصله‌گذاری، پایان‌بخشی	سمبلیک، موقعیتی
۱۶. خبر اقتصادی / ایمن	خرده‌متن، اطلاع‌رسانی، کنتراست صوتی	شروع، پایان، پس‌زمینه	فاصله‌گذاری، پایان‌بخشی، تأکید	سمبلیک، موسیقایی
۱۷. خبر هنری / همشهری	توصیفی، زبان محاوره، صدای شاهد	آرم، فاصله، پایان	فاصله‌گذاری، کنشی، پایان‌بخشی، تأکید	—

نتایج حاصل از جدول ۲، حاکی از ویژگی‌های هر یک از عناصر صوتی در تولید روزنامه و مجله شنیداری است که به تفکیک مورد مطالعه قرار می‌گیرند.

۱. مطالعه زیبایی‌شناختی عنصر کلام در روزنامه و مجله شنیداری

در تمام قالب‌ها، متن مهم‌ترین عامل انتقال اطلاعات است. در تحلیل داده‌ها، عنصر کلام در دو بخش قابل تحلیل است:



الف. تولید متن و محتوا

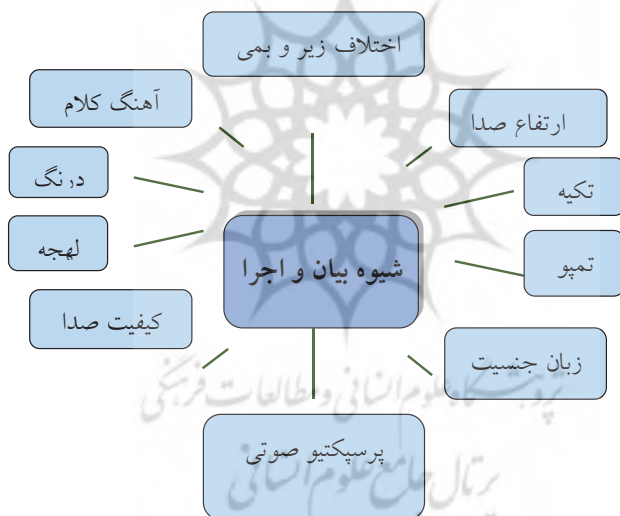
مطالعه حجم نمونه در تولید متن نشان می‌دهد، کلام به کاررفته در روزنامه و مجله شنیداری، متفاوت از روزنامه و مجله مکتوب و به زبان رادیو نزدیک شده است. در بررسی تطبیقی متن مکتوب و محتوای صوتی این نتایج به دست آمد:

- جمله‌های افراد، کوتاه است و خرده‌متن‌ها تشکیل‌دهنده ساختار برنامه هستند.
- کلمه‌ها کاربردی، ساده، روان و قابل فهم هستند. از به کارگیری جمله‌های مبهم و نامفهوم، واژگان پیچیده، مهجور و دور از ذهن یا واژگان تخصصی غیر آشنا برای شنونده پرهیز شده است.
- متن گویندگان در بیشتر موارد، شکل توصیفی و ارجاعی دارد. در بعضی از نمونه‌ها، برای بیان نقل قول‌ها از صدای شاهد یا صدای آرشیوی (سخنرانی) استفاده شده است.
- متن مورد استفاده در آرم شروع، آرم پایان و اعلان‌های میان‌برنامه، فشرده و تلگرافی است.
- در قالب مصاحبه، سؤال‌ها به گونه‌ای طراحی شده که از سؤال‌های عمومی و باز شروع می‌شود و به سمت سؤال‌های جزئی و تخصصی ادامه می‌یابد.
- در نسخه شنیداری، نقطه‌گذاری‌های موجود در متن مکتوب از طریق سه عنصر بازتولید شده است، استفاده از سکوت، استفاده از موسیقی و یا تغییر موسیقی پس‌زمینه، تغییر گوینده.
- در بررسی متن مکتوب روزنامه گاردین، تنها در قالب Long Read، متن کامل خبر روی تارنما قرار گرفته است که به صورت مونولوگ، توسط یک گوینده واحد خوانده و اجرا می‌شود.

- در نسخه‌های شنیداری، از تکنیک تلخیص‌گزینشی استفاده شده، یعنی تنها تیترو لید خبر که بیانگر مهم‌ترین بخش خبر هستند، از شکل مکتوب به شکل صوتی تبدیل شده است. تشریح خبر، تنها تفسیر تیترو لید است که سردبیران روزنامه یا کارشناسان مورد بررسی قرار می‌دهند. می‌توان گفت متن، دو کارکرد کلی در روزنامه و مجله شنیداری بر عهده دارد:

شیوه بیان و اجرا

مطالعه حجم نمونه نشان می‌دهد که شیوه اجرا در روزنامه و مجله شنیداری، متناسب با محتوای پیام بوده و در نحوه دریافت پیام توسط شنونده نقش بسزایی ایفا می‌کند. کلمه در رادیو، رمز دودویی است و یا دو رمز دارد، یکی خود کلمه که نماد و سمبل چیزی است که ارائه می‌شود و دیگری صدایی که این کلمه را ادا می‌کند و شاخص شخص و یا خصلت‌ها و ویژگی‌های گوینده آن است. در بررسی شیوه بیان روزنامه و مجله شنیداری، این موارد به عنوان مقوله زیبایی‌شناختی مورد تحلیل قرار گرفت:



اختلاف زیر و بمی صدا: برای جلوگیری از همپوشانی صوتی و بحران شناسایی هویت، از افرادی با بسامد صدای متفاوت استفاده شده است. این تضاد و کنتراست صوتی، علاوه بر سهولت در تشخیص افراد، با تنوع صوتی باعث زیباسازی ساختار کلی برنامه شده است.

ارتفاع صدا و شدت صوت: در جهت بیان احساس‌های گوناگون، کلمه‌هایی که حاوی بار معنایی ناراحتی، غم یا ترس هستند از شدت صدای پایین و برای القای حس دلواپسی و اضطراب و عصبانیت از صدا با شدت بالا استفاده می‌شود. تنوع در شدت صدا و بازی با کلمه‌ها باعث از بین رفتن یکنواختی، افزایش تأثیر کلام و بیان احساس کلمه‌ها شده که به زیبایی ساختار خبر افزوده، زیرا

متن خبر از شکل توصیفی و ارجاعی صرف خارج شده و دراماتیزه شده است.

ضرباهنگ کلمه‌ها و سرعت اجرا/ (تمپو): تغییر در سرعت کلام، به تناسب ساختار و ایجاد وزن و ریتم در متن کمک کرده است. کاهش ضرباهنگ کلام در جهت القای حس افسردگی، خستگی، وقار، تعجب، کهولت و یا جهت تأکید بر یک پاراگراف استفاده شده؛ این گونه جمله‌ها با ضرباهنگ آهسته و کشیده بیان شده‌اند. اما برای القای حس شادی، نیرومندی، عصبانیت، اضطراب و گاهی جهت افزودن به محتوای کمیک برنامه از ضرباهنگ تند و سریع و کوتاه استفاده شده است.

پرسپکتیو صوتی: در قطعه‌های نمایشی، قالب مستند، میزگرد و تاک‌شو، از طریق جایگاه افراد نسبت به میکروفن، دوری و نزدیکی به شنونده القا شده است. ایجاد پرسپکتیو صوتی و تعیین میدان شنید، باعث تصویرسازی ذهنی و تخیل شنونده می‌شود، زیرا موجب تجسم محل قرارگیری شخصیت‌ها در ظرف مکان در ذهن مخاطب شده است. صدای افراد در پس‌زمینه، اهمیت کمتری نسبت به صدای افراد نزدیک به میکروفن دارد؛ این کارکرد، به شناسایی شخصیت اصلی نیز کمک کرده است.

کیفیت صدا: اگرچه غالباً از کیفیت صدای طبیعی و ملایم استفاده شده و از تنوع صدای نازک و صدای کلفت جهت ایجاد تنوع و جلوگیری از یکنواختی بهره گرفته شده است، اما در بعضی از نمونه‌ها، صدای مجری و مهمان‌ها کیفیت مشابهی دارد؛ این نکته باعث سردرگمی شنونده در تشخیص افراد می‌شود. از کیفیت صدای یچ‌پیچی یا جیرجیری برای افزایش جنبه کمیک کلام متناسب با موقعیت استفاده شده است.

لهجه: در نسخه شنیداری روزنامه و مجله‌های ایرانی، لهجه افراد، اطلاعاتی درباره شخصیت داده و جایگزین متن شده است. لهجه، اطلاعاتی درباره موقعیت جغرافیایی، جنسیت، سن، سبک و طبقه اجتماعی بیان کرده و در موارد محدودی از لهجه اشخاص، جهت ایجاد طنز کلامی استفاده شده است.

آهنگ کلام (حس در کلام): متناسب با جمله‌ها از آهنگ استفهامی و پرسشی، انکاری یا خبری استفاده شده است. در میزگرد و مصاحبه، آهنگ پرسشی کاربرد بیشتری دارد، اما در اکثر قالب‌ها آهنگ خبری در بیان جمله‌ها به کار برده شده است.

زبان جنسیت: متناسب با موضوع خبر و محتوای بحث، از صدای زنان یا مردان استفاده شده است. در اخبار هنری و فرهنگی، به علت لطافت صدای زنان و ویژگی‌های زیستی - روانی آنها، از گوینده زن و در اخبار سیاسی و ورزشی، از گوینده مرد استفاده شده است.

تکیه (استرس): نحوه آکسان‌گذاری روی هجاها، باعث شکل‌گیری معنای کلمه‌ها شده و تناسب و توازن تکیه‌ها، باعث ایجاد ریتم در گفتار و جلوگیری از یکنواختی شده است.

درنگ: بارزترین درنگ در نسخه شنیداری، درنگ تنفسی است که باعث تقطیع و فاصله‌گذاری میان جمله‌ها یا پایان جمله‌ها شده. گاهی مکث و درنگ در پایان کلمه‌ها، جایگزین ویرگول در

متن مکتوب شده است. در نمونه‌های مشخص، افزایش درنگ و نفس‌های تند و کوتاه، برای ایجاد حس اضطراب و تعلیق در شنونده و تأکید بر موضوع است.

۲. مطالعه زیبایی‌شناختی عنصر موسیقی در روزنامه و مجله شنیداری

مطالعه حجم نمونه نشان می‌دهد که موسیقی به عنوان یکی از عناصر زیبایی‌شناختی در ساختار روزنامه و مجله شنیداری، دارای کارکردهایی به این شرح است:

جدول ۳. بررسی ویژگی و کارکرد انواع موسیقی در نمونه‌های مورد مطالعه

انواع موسیقی	ویژگی و کارکرد
موسیقی آرام	فاخر، دارای ملودی گویا، هارمونی جذاب و کنترپوآن مناسب؛ قطعه‌ای کوتاه، دارای یک تا سه جمله موسیقایی؛ دارای پاساژ یا فرود صوتی جهت افزودن کلام؛ شروع با ضرب قوی و پایان با ضرب ضعیف؛ ریتم متناسب با محتوای برنامه.
موسیقی شروع	در حکم عنوان‌بندی ابتدایی؛ پیش‌زمینه متن، کمک به ایجاد تعلیق و تهییج شنونده؛ دارای ریتم مناسب، هارمونی جذاب و سرعت همخوان با موضوع برنامه؛ کاهش تدریجی و فید شدن موسیقی زیر صدای گوینده.
موسیقی پس‌زمینه	زیربنای قسمت‌های تأثیرانگیز، خلق فضا و تقویت موقعیت؛ برجسته کردن موضوع و افزایش تأثیر متن؛ فضاسازی و تهییج مخاطب جهت تأکید و فهم بیشتر احساسات و افکار نهفته در متن.
موسیقی فاصله / انتقال	فقط فاصله
موسیقی فاصله / انتقال	جداسازی کلام و ایجاد فاصله جهت استراحت حافظه؛ جایگزین خط تیره یا پایان پاراگراف در متن مکتوب؛ پیوند بخش‌های گوناگون و ایجاد تداوم؛ معرف گذر زمان و مکان در مستند و نمایش؛ موتیف‌سازی با تکرار موسیقی یکسان در فواصل گوناگون.
پرانتز / پاساژ	آرپژگونه و بسیار کوتاه جهت جلب توجه مخاطب؛ شروع با ضرب قوی؛ جلوگیری از یکنواختی و ایجاد تنوع و ریتم متناسب با محتوا.

واصف موسیقایی از موقعیت متن و بازگوکننده حالت‌های تأثیر گذار متن؛ تکامل هیجان‌ها و احساس‌های متن؛ متشکل از سبک‌های مختلف موسیقی به تناسب موضوع، همچون کلاسیک، پاپ، جاز، بومی و غیره؛ حرکت موازی با متن در حکم کاتالیزور.	موسیقی حالت
پیش‌زمینه‌ای برای بیان موضوع؛ آماده‌سازی شنونده با مقدمه‌چینی احساس کلام؛ حاوی المان‌ها و عناصر همخوان با محتوای برنامه؛ تداعی‌کننده زمان و مکان با استفاده از پالس‌های صوتی، در حکم هشدار و تلنگری برای شنونده و جلب توجه (افکتیو).	موسیقی اتمسفریک
دارای کارکرد شناسه‌ای؛ معرفی یک شخصیت خاص بدون استفاده از کلام؛ بیان حالت‌های روحی و روانی شخصیت و کمک به شخصیت‌پردازی (افکتیو)؛ استفاده در قالب‌های نمایش و مستند.	موسیقی شخصیت
پرتحرک، دارای ضرباهنگ و تمپوی بالا؛ متشکل از رنگ آمیزی متنوع صوتی؛ دارای افکت‌های صوتی متناسب با متن جهت ایجاد فضای طنز (افکتیو)؛ بیشتر کوتاه و در مواردی زیر کلام گوینده.	موسیقی کمیک
در قالب عنوان‌بندی انتهایی، نقطه‌گذاری و پایان‌بخشی به برنامه؛ یکی از تم‌های موسیقی شروع یا موسیقی آرام جهت ایجاد یکپارچگی و تناسب؛ شروع با ضرب ضعیف از زیر صدای گوینده و پایان قوی و دارای فرود.	موسیقی پایان
کوتاه و دارای یک یا دو جمله موسیقایی؛ شروعی محکم و خاتمه‌ای منطقی؛ ساختار شکنی و فاصله‌گذاری به جهت ریتم و وزن و کنترپوان متفاوت موسیقی با برنامه جاری؛ کارکرد هشدار و تأکید برای جلب توجه مخاطب؛ دارای کارکرد شناسه‌ای در دقایق میانی برنامه.	موسیقی اعلان / آنونس
ایجاد اعوجاج در اصوات موسیقی با استفاده از تمهیدات رایانه‌ای (افکتیو)؛ کارکرد صداسازی جهت افزایش تأثیر متن؛ ایجاد حس ترس، دلهره، فانتزی و ...	موسیقی به عنوان افکت

تحلیل زیبایی‌شناختی موسیقی، در روزنامه و مجله شنیداری، بر مبنای نظریه تحقیق بر پایه تناسب ساختاری اجزا قرار دارد. بدین معنی که نخست باید کارکرد هر یک از انواع موسیقی در قالب تولیدی شناخته شود؛ دوم آنکه اجزاء ساختاری بر اساس ویژگی عناصر موسیقایی با یکدیگر پیوند بخورند.

۳. مطالعه زیبایی‌شناختی عنصر سکوت در روزنامه و مجله شنیداری

مطالعه حجم نمونه نشان می‌دهد که در ساختار روزنامه و مجله شنیداری، سکوت به‌مثابه محرکی قدرتمند بر شنونده عمل کرده و قوه تخیل او را به کار می‌اندازد.

جدول ۴. بررسی ویژگی و کارکرد انواع سکوت در نمونه‌های مورد مطالعه

انواع سکوت	ویژگی و کارکرد
سکوت دراماتیک	انتقال مفهومی خاص همچون (ترس، مرگ و ...); ایجاد تعلیق و دلهره; تخیل‌سازی.
سکوت تعمدی (بیانگر)	عدم مشارکت در مکالمه، بحث، گفت‌وگو و القای بی‌اعتنایی یا استهزاء; تصدیق و تأیید حرف طرف مقابل; استعاره از غیاب‌فقد و عدم حضور.
سکوت محتاطانه (ماهرانه)	عدم بیان یک موضوع کلیدی جهت ایجاد تعلیق و کشش در مخاطب.
سکوت موقعیتی	توصیف ویژگی‌های صحنه و فضا‌سازی; سکوت طولانی معرف انتقال زمان یا مکان; به نشانه احترام (غالباً احترام به فرد مرحوم)، به نشانه تفکر و حتی به نشانه عبادت.
سکوت هدفمند	تأکید و برجسته‌سازی یک موضوع با ایجاد وقفه در گفتار.
سکوت کُنشی	ایجاد خلأ قانونمند; فاصله‌گذاری در متن جهت تفکر شنونده; سکوت جایگزین کلمه و روایت خبر.
سکوت پایان‌بخش	نقطه‌گذاری و پایان‌بخشی به متن و کلام (بیانگر نقطه و پاراگراف جدید در متن مکتوب); ایجاد وقفه در گفتار (بیانگر ویرگول).

چنانچه از منظر زیبایی‌شناختی بر مبنای نظریه تحقیق به عنصر سکوت بنگریم، سکوت باید در تناسب با ساختار کلی، روایتگر متن شنیداری از یک سو و ایجاد فاصله‌گذاری متناسب در متن از سوی دیگر باشد. مطالعه حجم نمونه، نشان‌دهنده به کارگیری انواع سکوت در جایگاه متناسب و با کارکردهای گوناگون در روزنامه و مجله شنیداری است.

۴. مطالعه زیبایی‌شناختی عنصر افکت در روزنامه و مجله شنیداری

مطالعه حجم نمونه، نشان می‌دهد که عنصر افکت در روزنامه و مجله شنیداری کارکردهایی به این شرح دارد:

جدول ۵. بررسی ویژگی و کارکرد انواع افکت در نمونه‌های مورد مطالعه

انواع افکت	ویژگی و کارکرد
افکت سمبلیک	تغییر و اعوجاج در اصوات از طریق تمهیدات رایانه‌ای جهت ایجاد حالت انتزاعی؛ فضاسازی و ایجاد تعلیق متناسب با متن؛ بیانگر صدای ذهنی افراد، شخصیت پردازی و روایتگری؛ معرف شخصیت دراماتیک در قالب مستند و نمایش؛ تأکید بر جمله‌ها و برجسته‌سازی متن جهت جلب توجه شنونده؛ کارکرد کمیک.
افکت رفتاری	مصدق صوتی کلمه‌ها و حرکات‌ها و گُنش افراد؛ تصویرسازی از طریق شنیدن جلوه‌های آشنا (برای مثال صدای لوازم آشپزخانه)؛ بیانگر حرکت‌های افراد در استودیو یا در قالب نمایش و مستند.
افکت موسیقایی	افکت‌ها دارای ریتم و وزن موسیقایی؛ ایجاد فانتزی و طنز در موقعیت‌های کمیک؛ تداعی‌کننده موقعیتی خاص یا شخصیتی تأثیرگذار و کلیدی.
افکت محیطی (صدای محیط)	دارای بافت مرکب و چندصدایی؛ اشاره به ماهیت محیطی و طراحی صحنه؛ بازنمایی محیطی از طریق بروز جلوه‌های آشنا در قالب‌های گزارش، مصاحبه، مستند و نمایش؛ افکت جایگزین متن و تکمیل‌کننده کلام.

۱۴۱

کارکرد زیبایی‌شناختی عنصر افکت، فضاسازی متناسب با روایت شنیداری است. بر این مبنا گاه افکت جایگزین متن مکتوب می‌شود و گاه در بافتی مرکب و چندصدایی به طراحی صحنه می‌پردازد.

نتیجه‌گیری

روزنامه و مجله شنیداری، ظرفیت‌های جدید و نوآورانه‌ای در برنامه‌سازی رادیو در عصر همگرایی رسانه دارد. شناخت زیبایی‌شناسانه ساختار صوتی روزنامه و مجله شنیداری، باعث شناخت ظرفیت بالقوه این قالب‌ها و ظهور آن در بستر رادیوی اینترنتی و قالب‌های برنامه‌سازی رادیویی می‌شود؛ که ظرفیت جدید رادیویی در عصر همگرایی رسانه است.

گوش دادن، زمانی لذت بخش است که شنونده بتواند با متن شنیداری ارتباط برقرار کند. لایه‌های متن رادیویی، در تعامل با یکدیگر معناسازی می‌کنند، گاه ترکیب همه لایه‌ها و گاه ترکیب بعضی از آنها، معنا را شکل می‌دهد. طراحی زیبایی‌شناسانه روزنامه و مجله شنیداری مبتنی بر استفاده از ساختار متناسب و پیوند میان عناصر شنیداری (کلام، موسیقی سکوت و افکت) است. بر این اساس از نظر ساخت زیبایی‌شناسانه، لایه معنا ساز غالب، متن و کلام است و فرم و قالب، وابسته به محتوا هستند.

عنصر کلام شامل متن و شیوه کلام است. متن، دو کارکرد کلی در روزنامه و مجله شنیداری بر عهده دارد:

الف. کارکرد اطلاعاتی: معرفی اشخاص، زمان و مکان، پرداختن به رویداد اصلی، اطلاع رسانی، طراحی پرسش و نتیجه گیری.

ب. کارکرد کنشی: کلام دراماتیک، با پیروی از ساختار نمایشنامه رادیویی، به صورت دیالوگ یا مونولوگ در قالب مستند و نمایش، دارای شروع، میانه و پایان، گره افکنی، نقطه اوج، گره گشایی و عنصر تعلیق، کشمکش و غافلگیری است.

شیوه بیان شامل ویژگی‌هایی است که در ساختار زبرزنجیره کلام نهفته است و فقط با شنیدن است که می‌توانند قابل فهم باشند. لایه زبرزنجیری، شروع و پایان خرده‌متن و آغاز و پایان پاره‌گفتارها را مشخص و همچنین یک پاره‌گفتار را به واحدهای اطلاعاتی مناسب تقسیم می‌کند و نیز برای تأکید بر نکته‌های خاص به کار می‌رود.

مطالعه عنصر "موسیقی" از نظر زیبایی‌شناسی، نشان می‌دهد که پس از متن، لایه موسیقی در ایجاد ریتم، تنوع و جذابیت ساختار اهمیت بسزایی دارد، استفاده از موسیقی دارای ریتم، هارمونی و کنترپوان همخوان با موضوع، علاوه بر ایجاد ریتم، تنوع و جذابیت در ساختار، به افزایش تأثیر پیام می‌انجامد. موسیقی ایجاد گسست بین خرده‌متن‌ها را به عهده دارد، پایان خرده‌متن را اعلام و موقعیت مکانی و زمانی را مشخص می‌کند.

مطالعه عنصر "سکوت" از منظر زیبایی‌شناسی، نشان می‌دهد که شناخت قابلیت‌های دراماتیک سکوت می‌تواند قابلیت‌های متن در روزنامه و مجله شنیداری را ارتقا بخشد. عنصر سکوت با فاصله‌گذاری، نقطه‌گذاری و فضاسازی، باعث ایجاد کشش و تعلیق و فرصتی برای ایجاد تحلیل در شنونده می‌شود.

مطالعه عنصر "افکت" از منظر زیبایی‌شناسی، نشان می‌دهد که بیشترین کارکرد افکت جهت طراحی صحنه و ایجاد بافت موقعیت، معرفی زمان، مکان و شخصیت، همچنین بیانگر کنش افراد، تکمیل‌کننده کلام، تأکید بر جمله‌ها و برجسته‌سازی متن، جهت جلب توجه شنونده است.

شناخت عناصر تولیدی برنامه‌های رادیویی از منظر زیبایی‌شناسانه در کنار شناخت قابلیت‌های رادیو اینترنتی، باعث تولید برنامه‌هایی مطابق با معیارهای زیبایی‌شناسی رسانه رادیو می‌شود. رادیوی اینترنتی می‌تواند جهت ارتقای ظرفیت قالب روزنامه و مجله شنیداری، رویکردی حرفه‌ای در تولید و عرضه این محصول فرهنگی اتخاذ کند. رادیوی اینترنتی با توجه به ویژگی‌هایی مانند: مجازی بودن، چندرسانه‌ای بودن، اختیاری و انتخابی بودن، شخصی بودن، عدم محدودیت زمانی و مکانی برای استفاده کاربر، قابلیت مراجعه مجدد، قابلیت ذخیره کردن برنامه، امکان تعاملی بودن

و اشتراک گذاری و تمام امکاناتی که فضای وب در اختیار کاربر قرار می‌دهد، می‌تواند فضای مناسبی برای آشکارسازی ظرفیت‌های بالقوه این قالب صوتی و فراگیر شدن آن در عصر همگرایی رسانه باشد.

منابع

- احمدی، بابک (۱۳۹۵)، ساختار و تأویل متن، نشر مرکز، تهران.
- اخگری، محمد (۱۳۹۷)، رادیو در عصر دوم، انتشارات دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران.
- ایمان، محمدتقی و محمودرضا نوشادی (۱۳۹۰)، "تحلیل محتوای کیفی"، دوفصلنامه عیار پژوهش در علوم انسانی، سال سوم، شماره دوم
- تولستوی، لئو (۱۳۸۸)، هنر چیست، ترجمه کاوه دهقان، انتشارات امیرکبیر، تهران.
- جوادی، محمداسلم و امیر نیک‌پی (۱۳۸۹)، "ایده و مفهوم ساختارگرایی با بررسی آرای سوسور و لوی استروس"، فصلنامه معرفت فرهنگی اجتماعی، شماره ۳.
- دیهم، آنلیکا (۱۳۹۳)، آیا هنوز کتاب‌ها را می‌خوانید یا می‌شنوید؟ اکتاب شنیداری، ترجمه محمداخگری، ناشر یوسف، تهران.
- علی‌آبادی، محمدتقی (۱۳۹۴)، طراحی صوتی در برنامه‌سازی رادیویی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صداوسیما، تهران.
- کلاتری، عبدالحسین و حسین حسینی (۱۳۸۸)، "سبک زندگی سازی برنامه‌های رادیویی: پاسخگویی به نیازهای روزمره مخاطبان در عصر مدرن"، فصلنامه رسانه، دوره ۲۰، شماره ۴.
- مک لوهان، مارشال (۱۳۷۷)، برای درک رسانه‌ها، سروش، تهران.
- میرطالبی‌پور، سیدعلی (۱۳۹۵)، کتاب گویا ظرفیتی جدید در برنامه‌سازی رادیویی (مطالعه موردی شبکه رادیو اینترنتی ایران صدا)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صداوسیما، تهران.
- هوارث، دیوید (۱۳۸۶)، "سوسور، ساختارگرایی و نظام‌های نمادین"، ترجمه نظام بهرامی‌کمیل، فصلنامه رسانه، دوره ۱۸، شماره ۴.