



تیپولوژی برنامه سالان و برنامه‌های رادیویی براساس فرم و محتوا

● دکتر حسن خجسته

معاون رئیس سازمان صدا و سیما در حوزه صدا

تنها قدرت ایجاد تغییراتش را از دست نداده بلکه از حوزه رفتارهای فردی و جمعی، حوزه‌های اندیشه‌ای رانه در داخل بلکه در حوزه‌های رقیب تحت تأثیر جدی قرار داده، به طوری که آنها ناچار از آرایش تهاجمی یا دفاعی در مقابل آن شده‌اند. از جمله تغییراتی که انقلاب اسلامی در بدو پیدایش به وجود آورد، تغییر وضعیت رسانه‌های جمعی مخصوصاً در مهم‌ترین رسانه آن زمان یعنی رادیو بود. این تغییرات را در دو وجه مهم می‌توان جست و جو کرد:

- تغییر در محتوا و جهت‌گیری
- تغییر در فرم و کاربری موسیقی.

پس از انقلاب اسلامی، تبیین و

اعلا درجه قرار داشت. حضور نداشتن رقبا و یا ضعف بیش از حد آنها و شرایط خاص اجتماعی از جمله پایین بودن سطح سواد و بی‌سوادی اکثریت مردم اجازه خودنمایی به رسانه‌های رقیب از جمله مطبوعات و انواع رسانه‌های مکتوب نمی‌داد. رسانه تلویزیون چه از جهت مدت زمان پخش و چه از جهت پوشش جغرافیایی با کمترین حضور خود نمی‌توانست تهدیدی برای رادیو باشد.

انقلاب اسلامی در حوزه اجتماعی تغییرات وسیع و شگرفی به وجود آورد، به طوری که هنوز پس از ۲۷ سال آثار این تغییرات دیده می‌شود. این انقلاب نه

۶۵ سال از آغاز اولین پخش رادیویی در ایران و ۲۷ سال از پیروزی انقلاب اسلامی گذشته است. از مقطع آغازین، این رسانه جدید و ناشناخته بود و تدبیر خاصی برای استفاده از آن وجود نداشت. ولی با گذشت زمان، کسب تجربه، نحوه استفاده از این رسانه را برای کارگزاران و مسئولان آن روشن می‌کرد.

رادیو را در آن دوره و حتی تا چند سال پس از انقلاب اسلامی نه تنها باید رسانه منحصر به فرد دانست، بلکه باید آن را نادر و استثنایی نیز به شمار آورد. زیرا همه راه‌های ارتباط جمعی و همه کارکردهای رسانه‌ای در این رسانه، در

تفسیر انقلاب و تبیین و تفسیر اندیشه‌های اسلامی و چگونگی بروز و حضور آنها در صحنه اجتماعی و رفتارهای فردی و نوعی دشمن‌شناسی درونی و بیرونی انقلاب و شناخت‌شناسی جریان اصیل انقلاب از جهت‌گیری‌های عمده رادیو بود. قبل از انقلاب فرم و شکل برنامه، مخصوصاً از طریق انواع فرم‌های موسیقایی تسلط عمده‌ای بر برنامه‌ها پیدا کرده بود. البته در این مقال جای بحث و استدلال از چگونگی حاکمیت بر «فرم» برنامه‌ها و علل و عوامل و آثار و نتایج یا عوارض آنها هم بر کارگزاران و برنامه‌سازان و هم بر جامعه مخاطب نیست. زیرا نیاز به بحث مستوفی است که امید است توفیق آن برای اینجانب یا دیگری حاصل شود.

اما پس از انقلاب اسلامی به دلایل مختلف از جمله اهمیت آشنایی عموم مردم با مبانی انقلاب و اطلاع یافتن آنها از ضرورت حضورشان در همه صحنه‌ها، برای دفاع و ماندگاری انقلابی که به قول میشل فوکو، مستقل‌ترین انقلاب در تاریخ جهان بود که در دریای پر آشوب دنیای دو قطبی بدون تکیه بر یکی از ابرقدرت‌ها می‌خواست باقی بماند و سخن جدیدی را مطرح کند، برنامه‌های رادیو بر روی محتوا و مضامین مربوط به انقلاب متمرکز شد. به همین دلیل در رادیو شغل جدیدی با عنوان سردبیر در کنار تهیه‌کننده‌های سابق البته با اختیار یک تهیه‌کننده به وجود آمد. سردبیرها مسئول تأمین محتوا و برنامه‌ها و تهیه‌کننده‌ها مسئول ارائه رادیویی آن در استودیوهای تولید یا پخش بودند. شاید یکی از دلایل و ضرورت‌های این تفکیک آمادگی نداشتن تهیه‌کننده‌های وقت رادیو برای تأمین محتوا و مضامین جدید با جهت‌گیری دفاع از انقلاب اسلامی و ارزش‌های آن بود.

این تغییرات و یا ضرورت‌هایی که منجر به این تغییرات شد، تا امروز یعنی پس از ۲۷ سال منجر به نوعی از شخصیت‌سازی در میان کارگزاران برنامه‌های رادیو براساس نگاه به فرم یا محتوا یا تفاوت‌ها آن چنان آشکار است که می‌توان نوعی طبقه‌بندی از افراد براساس میزان توجه به فرم و یا محتوا به عمل آورد. دو عنصری که همواره لازم و ملزوم و کاملاً تابع و متبوع هستند.

هر محتوایی و یا هر موضوع رادیو که متکی بر هدف خاصی است نمی‌توان و یا بهتر است گفته شود نباید در هر فرم و شکل دلخواهی ارائه داد، بلکه فرم‌های برنامه‌های رادیو را می‌توان قالب‌هایی دانست که در هر یک، ظرفیت یا ظرفیت‌های خاصی وجود دارد که اگر برنامه‌ساز با این ظرفیت‌ها آشنا باشد می‌تواند منظور و مقصود خود را در قالب یکی از آنها و یا ترکیبی از آنها عرضه کند و بهتر و سریع‌تر به نتیجه برسد.

شاید فرم‌های رادیویی را از این جهت بتوان با ابواب چندگانه‌ای که در دروس عربی دوره دبیرستان همه خوانده‌اند مقایسه کرد. به طور مثال در باب ثلاثی مجرد اسم «فاعل» در همین قالب «فاعل» شکل می‌گیرد و اگر شما خواهان اسم فاعل هستید باید واژه مورد نظر مثلاً «خدمت» را در این قالب بریزید که نتیجه آن «خادم» است، یعنی کسی که خدمت می‌کند. ولی اگر منظور شما تقاضای خدمت کردن است، واژه اصلی را ناچاراً در قالب دیگر یعنی «استفعال» باید بریزید که نتیجه آن «استخدام» است یعنی تقاضای خدمت کردن.

موضوع و اهمیت «فرم» در همه جا حاکم است. فرم‌ها یا قالب‌های شعری مانند غزل، قصیده، مثنوی و... هر کدام

ظرفیت ویژه‌ای برای شاعر فراهم می‌کند. سوز و جدایی، یا وصل و شادمانی، در غزل به خوبی متجلی می‌شود و منقبت و سنجیه‌گویی و سنجیه‌خوانی در قصیده. در هر حوزه اندیشه‌ای و هنری که وارد شوید، فرم و قالب‌های خاصی وجود دارد که می‌تواند بیانگر خواسته‌های درونی انسان‌ها باشد.

موسیقی خود به تنهایی مانند سایر هنرها یک فرم است، همان‌طور که نقاشی یا تئاتر یک فرم کلی برای بیان اندیشه‌ها و تصورات و آرزوهاست. اما در درون هر یک نیز فرم‌های جزئی‌تری وجود دارد که می‌تواند به طور مشخص‌تر و دقیق‌تر به تبیین و تفسیر مکنونات درونی انسان‌ها بپردازد. البته با توجه به اصل بدیهی که در درون انسان‌ها برخی احساسات و نوعی ارتباطات وجود دارد که قالب‌های ساخته شده دست بشر از جمله زبان، موسیقی، شعر،... نمی‌تواند آنها را بازگو کنند. به قول مرحوم بیدل شاعر بزرگ سبک‌هندی:

ای بسا معنا که از نامحرمی‌های زبان
باهمه شوخی مقیم پرده‌های راز شد
موسیقی ایرانی را بسیاری موسیقی
بیان احساس و عواطف می‌دانند، در
همین قالب کلی، هر یک از «دستگاه‌های» موسیقایی قدرت و یا آمادگی بیشتری برای بیان انواع این احساسات دارند. و در هر دستگاه «گوشه»‌ها و یا فرم‌های جزئی‌تری هستند تا بتوانند با دقت بیشتری احساس مورد نظر را بیان کنند.

بدین ترتیب می‌توان گفت ارتباط فرم و محتوا یا پیام مورد نظر ارتباط مستقیم و اجتناب‌ناپذیر است. فرم یا قالب اثر احساسی بر روی محتوا یا پیام و آثار آن بر روی مخاطب و هم بر روی استفاده‌کننده از آن فرم دارد. بدین ترتیب اگر فرم نامناسب با پیام و محتوا

انتخاب شود، امکان انتقال کامل پیام از پیام‌گذار و ارتباط‌گر سلب می‌شود. از این طرف هم مخاطب به دلیل نامتجانس بودن فرم و محتوا، ممکن است بهره لازم و یادریافت کافی و احتمالاً صحیحی از پیام نداشته باشد. به معنای دیگر تأثیر بینامتنی میان آنها منفی و کاهنده است در صورتی که اگر فرم به درستی انتخاب شود، انتظار این است تأثیر آن مثبت و افزاینده باشد (مراجعه شود به مقاله متن و بینامتن در رادیو).

سوابق نظری فرم و محتوا

درباره رابطه فرم و محتوا دیدگاه‌های بسیار متفاوتی وجود دارد. سابقه اصلی فرم‌گرایی معطوف به مکتب نقد ادبی برخاسته از مکتب پراک و مسکو است. بعدها کسانی مانند رومان یا کوبسن این

اندیشه‌ها را از روسیه به غرب بردند و موجب تغییرات اساسی در سرنوشت مطالعات ادبی در غرب شد. مکتب فرمالیسم در خلال جنگ جهانی اول در روسیه به وجود آمد و در خلال سال‌های دهه ۱۹۲۰ شکفت. فرمالیسم نامی بود که مخالفان جهت تحقیر به این مکتب نهاده بودند.

به اعتقاد فرمالیست‌ها، ادبیات صرفاً یک مسئله زبانی است و لذا می‌توان گفت که زبان ادبی یکی از انواع زبان‌ها-ست و باید به آن از دید زبان‌شناسی

نگریست. به نظر فرمالیست‌ها، «محتوا»

انگیزه‌ای برای شکل است

(Henderson, 1997). آنان اثر ادبی را

شکل (فرم) محض می‌دانستند و معتقد

بودند که در بررسی اثر ادبی تکیه باید بر

فرم باشد نه محتوا.

فرمالیست‌ها اساساً مخالف تقسیم

متن به صورت و معنی بودند و می‌گفتند

درست است که محتوی ناقل احساسات و عواطف و افکار است، اما همه اینها در واقع در عناصر زبان است. در نظر آنان مسائلی چون جذب و الهام و اشراق و نبوغ که در مباحث ادبی قرن ۱۹ مطرح بود مطرح است. ادبیات در فرم و ساخت است و نه در روح و فکر. مثلاً یک شعر غنایی یا عاشقانه فقط یک طرح و ساختار زبانی است. به طور مثال یکی از موضوعات مکرر (موتیف) ادبیات فارسی، جبر و اعتقاد مطلق به قضا و قدر است:

در کار گلاب و گل حکم ازلی این

بود

کاین شاهد بازاری و آن پرده نشین

باشد

آنچه به این بیت اهمیت ادبی داده

است اظهار عقیده جبری نیست، بلکه

صورت و شکل هنری آن است که

مرکب از مسائل مختلفی چون تکرار

در ارزشیابی‌هایی که از برنامه‌های محتواگراها صورت می‌گیرد، بخش موسیقی و کاربری آن غالباً کمترین نمره را کسب می‌کند. این گروه برنامه‌سازان در شبکه‌هایی که فرم، نقش ویژه و مسلطی دارد، غالباً بسیار ضعیف عمل می‌کند



نامحسوس «ک» و «ش»، انتخاب دو تصویر متضاد شاهد بازاری و پرده نشین، لف و نشر مبهم است. به هر حال به نظر آنان بررسی و مطالعه محتوا از مسائل غامض و جنجال برانگیز ادبیات شناسی (Poetics) است. اما باید توجه داشت آنان می‌کوشیدند بین فرم و محتوا رابطه‌ای ایجاد کنند، هر چند در این زمینه چندان توفیقی نیافتند (شمیسا، ۱۳۷۸: ۱۴۸).

به هر صورت برخی از فرم‌گراها تا آنجا پیش رفتند که بر این باورند: در مقابل «فرمالیسم» هیچ اندیشه متضادی نمی‌تواند قرار بگیرد و چیزی به نام اصالت محتوا یا محتواگرایی وجود ندارد. زیرا هیچ راهی برای نگاه به هنر وجود ندارد مگر از دریچه «فرم» (Schwabsky, 2005).

امروزه برخی از متخصصان از واژه Content-King در اینترنت استفاده می‌کنند. به نظر آنها، اینترنت یک شاهراه اطلاعاتی است و مردم و کاربران این اطلاعات را به طرق گوناگون به کار می‌برند. طبق این نظر اهمیت هر وب سایت به محتوا و اطلاعات مفید و قابل توجه است (Callan, 2005). البته دیدگاه دیگری در رد یا تعدیل این نظر نیز وجود دارد، حاکی از اینکه وب سایت خوب، وب سایتی است که اطلاعات خوب را خوب مدیریت کند و این امر به فرم و شکل ارائه اطلاعات مربوط می‌شود (Skyrme, 2005). یعنی ایجاد رابطه میان فرم و محتوا برای داشتن یک وب سایت خوب لازم است.

باتوجه به درجه اهمیت فرم و محتوا و ارتباط میان آنها می‌توان از برنامه‌سازان رادیو و یا برنامه‌های رادیو بر اساس نگرش آنها در مورد میزان اهمیت هر یک از دو عنصر فوق و چگونگی بهره‌برداری از آنها تیپولوژی ارائه داد. این تیپولوژی سه گانه است، مسئله اساسی و مهم این است که هیچ‌کدام از اینها نمی‌توانند بر دیگری

تفوق داشته باشند. تفوق آنها در هنگامی است که برنامه اثربخش باشد. لذا آگاهی و توجه به محتوای توانمند مزیت باشد که در جای خود از آن بحث خواهد شد. زمانی فرم نقش مهم و اثربخشی دارد، لذا از این جهت حفظ تعادل میان آنها بسیار مهم است و نه چیز دیگری.

تیپولوژی برنامه‌ها و برنامه‌سازان رادیو بر اساس محتوا و فرم

باتوجه به آنچه گفته شد، سه نوع برنامه و سه نوع برنامه‌ساز و کارگزار برنامه می‌توان مشاهده کرد. البته این سه نوع همانند طیفی هستند که به یکدیگر نزدیک یا دور می‌شوند. لذا توصیه ماکس وبر، جامعه‌شناس آلمانی، درباره تیپ ایده‌آل را خاطر نشان می‌سازد، که تیپ ایده‌آل در عالم واقع ممکن است موجود نباشد، بلکه خصوصیات افراد بیشتر به هر یک از این تیپ‌های آرمانی نزدیک است. این سه تیپ یا نوع افراد و برنامه‌ها به این شرح هستند:

- محتواگرا (Contentist یا King-Formalist)

- محتوا، فرم‌گرا (Content-Formalist). گروهی از برنامه‌سازان رادیو، مخصوصاً سال‌های بعد از انقلاب اسلامی به دلیل ضرورت‌های انقلاب و شرایط حاد و بحرانی آن سال‌ها تأکید بسیار بر محتوا و پیام‌های آن داشتند. از طرفی بلا تکلیفی یکی از فرم‌های مهم کلامی رادیو یعنی موسیقی سبب شد که «سخن» در برنامه‌های رادیو غلبه پیدا کند. بلا تکلیفی موسیقی به حدی بود که در ماه مبارک رمضان اولین سال‌های بعد از انقلاب تمامی برنامه‌ها مدتی بدون موسیقی پخش شد. آقای ارگانی از مدیران آن وقت رادیو در این باره خاطرات زیادی دارد. از دفتر حضرت امام خمینی «ره» تماس گرفته و علت

قطع موسیقی پرسیده می‌شود. وقتی علت آن گفته می‌شود با اظهار مخالفت مواجه می‌شود. گویا اصرار حضرت امام بر مراعات چارچوب شرعی برای پخش موسیقی است و نه حذف کامل آن.

به هر صورت در آن سال‌ها موسیقی به عنوان یک فرم ارائه پیام و محتوا نقش چندانی در رادیو ایفا نمی‌کرد. علاوه بر آن ناآشنایی برنامه‌سازان جدید با موسیقی و کاربری آن مزید بر علت شده و قالب «سخن» به عنوان یک قالب جزئی‌تر در ارائه مضامین و محتوا قالب مسلط می‌شود. این گروه برنامه‌سازان و تهیه‌کننده‌ها به دنبال کتاب‌های خوب، سخنوران نامی، کارشناسان آشنا با موضوع مورد نظر بودند و برنامه آنها مشحون نوشته‌های کتاب‌های مختلف، سخن سخنوران نامی، و یا کلام کارشناسان بود.

اگر از منظر طبقات چهارگانه برنامه‌های رادیو یعنی نوع الف، ب، ج، د، به برنامه‌های این دوره نگاه کنیم، اکثر برنامه‌ها در شکل «د» یعنی فقط متن-خوانی همراه با موسیقی فاصله که حداکثر ۱۰ تا ۱۵ ثانیه بود و یا در نوع «ج» یعنی علاوه بر متن خوانی و موسیقی فاصله همراه با سخن کارشناسان و گزارش و یا تلفن‌های مخاطبان قرار می‌گرفت. این فرم بیشترین حجم و مقدار تولیدات رادیویی را به خود اختصاص می‌داد. فرم «ب» که توأم با قطعات کوتاه نمایشی یعنی در هر یک ساعت برنامه لزوماً حدود ۲۰ دقیقه نمایش باید پخش می‌شد و یا فرم «الف» که حداقل نیم ساعت نمایش رادیویی کامل است، بسیار اندک بود. البته در همین دوره از فرم موسیقی بدون ساز و یا آوازهای بدون ساز استفاده زیادی می‌شد.

در واقع می‌توان گفت در یک دوره پس از انقلاب، محتواگراها، و



اوج تغییرات «فرمی» برنامه‌های رادیو را باید در برنامه سلام، صبح بخیر جست‌وجو کرد. این برنامه با ریتم تندی که مناسب فعالیت‌های صبحگاهی مردم است، طراحی شد، به طوری که نام این برنامه نیز مانند اجرای آن، کاملاً جدید می‌نمود. این برنامه تأثیر بسیاری زیادی بر روی تغییرات «فرمی»

برنامه‌های رادیو برجای گذاشت

بهره‌برداری از آن آشنایی کافی ندارند و شاید لزومی به این آشنایی نداشته باشند. البته این سؤال وجود دارد که آیا محتواگرایی موجب ناآشنایی با موسیقی است و یا عدم آشنایی با موسیقی سبب محتواگرایی شده و یا این دو چه نوع تأثیری بر یکدیگر دارند؟

در حال حاضر محتواگرها در رادیو به صورت یک قطب قدرتمند وجود دارند و تمامی گروه‌های سنی رادیو را دربر می‌گیرد. برخی از دوستان و همکاران قبل از انقلاب و البته تعداد کثیری از همکاران بعد از انقلاب و در میان همکاران پس از دهه ۱۳۷۰ نیز محتواگرها وجود دارند. دو گروه از برنامه‌ها به شکل بیشتری تحت تأثیر محتواگرها قرار دارند: برنامه‌های مذهبی و برنامه‌های ادبی و البته در رده بعدی برنامه‌های تاریخی.

بایسته‌های مخاطب توجه تام و تمامی دارند و نیازها و امیال مخاطب را از دریچه مصالح می‌نگرند، در ارائه مطالب در برنامه وسواس زیادی دارند و در صورت احساس مواجهه یا تضعیف مصالح ناچار از حذف یا چشم‌پوشی از برخی مطالب هستند. از طرفی دیگر از منظر نظریه‌های ارتباطاتی این گروه ارتباطات را از زاویه گلوله جادویی (Magic Bullet) نگاه می‌کنند. پیام‌های رسانه‌ای مانند داروی تزریقی به بیمار، خود را به نقطه مورد نظر می‌رساند و تأثیر لازم را خواهد گذاشت. این گروه در ناخودآگاهشان، مخاطب به صورت منفعل حضور دارد و به محض برقراری ارتباط پیام را دریافت کرده و آن را می‌پذیرند.

عموماً برنامه‌سازان محتواگرا با فرم‌های مختلف موسیقی و نحوه

محتواگرایی و یا برنامه‌های محتوا محور حاکمیت مطلق در رادیو داشتند، و تا حدی درست برخلاف قبل از انقلاب که فرم‌گراها و فرم‌گرایی حاکمیت بی‌چون و چرایی در رادیو داشتند. مزیت ویژه محتواگرها عبارت بود از: مضامین ناب یا در پی مضامین ناب بودن و توجه عمیق به محتوا در برنامه‌ها، ارائه تبیین و تفسیر نسبتاً تام و کامل از هر موضوع در برنامه، استفاده از بهترین کارشناسان و سخنوران، توجه به گوینده و نوع گویندگی به دلیل اهمیت نوشته‌ها و گاهی صعوبت و سختی خوانش متن‌ها و نوشته‌ها که صحیح خواندن آن از هر کسی ساخته نبود.

از منظر دیگر اگر به محتواگرها نگاه کنیم، برنامه‌های آنها تا حدی منطبق با برنامه‌ها و رویکردهای برنامه‌سازی تجویزی است.^(۱) این گروه به مصالح و

در ارزشیابی‌هایی که از برنامه‌های محتواگراها صورت می‌گیرد، بخش موسیقی و کاربری آن غالباً کمترین نمره را کسب می‌کند. این گروه برنامه‌سازان در شبکه‌هایی که فرم، نقش ویژه و مسلطی دارد، غالباً بسیار ضعیف عمل می‌کند. حضور برخی از آنها در رادیو پیام، تجربه ناموفقی را نشان داد. محتواگراها و برنامه‌های محتوا محور را می‌توان دانش پایه نام‌گذاری کرد. زیرا همه خصوصیات یک کار برجسته علمی و فکری را می‌توان از آنها انتظار داشت. لذا برنامه‌سازان محتواگرا یا باید بر دانش خود تکیه کنند و یا از دانش دیگران برای تعمیق و یا بسط محتوای برنامه استفاده کنند. شاید نامگذاری دانش پایه، نامگذاری بامسمایی برای این گروه و این نوع برنامه‌ها به حساب می‌آید.

فرم‌گراها و فرم‌گرایی

فرم‌های بیان رادیویی و یا کلامی،

فرم‌های ذاتاً محدودی هستند. انواع فرم‌های رادیویی از ترکیب صداها و نواها و آواهای مختلف پدید می‌آیند. ساده‌ترین این فرم‌ها «سخن» است، و پیچیده‌ترین آنها در دو شکل، نمایش‌های رادیویی و انواع موسیقی می‌تواند متجلی شود. فرم‌های مرسوم و معمول و یا موجود رادیو را می‌توان در انواع زیریافت.

سخن، گزارش، موسیقی، همخوانی و جمع خوانی، مدیحه، نوحه، نمایش، مسابقه، سانداکت، مصاحبه، قرائت قرآن، ادعیه.

هریک از این فرم‌های کلامی ظرفیت خاصی برای بیان منظور و مقصودی می‌تواند داشته باشد. در برنامه‌های رادیو همیشه یک فرم کلامی و یا ترکیبی از آنها استفاده می‌شود. به همین علت پس از انقلاب طبقه‌بندی چهارگانه‌ای از انواع برنامه‌ها مطرح شد که به طبقات الف، ب، ج، د معروف است و البته در هر کدام سه زیر طبقه وجود داشت. به طور مثال برنامه صبح

جمعه رادیو جزو طبقه «ب» و در گروه عالی آن قرار می‌گرفت و برنامه‌های صبحگاهی رادیو، طبقه «ج» و نوع عالی آن محسوب می‌شد. در یکی دو سال اخیر بر اساس ترکیب فرم‌های کلامی طبقه‌بندی شانزده‌گانه‌ای به وجود آمد که بعداً تعداد آنها به دلایل مختلف به هشت عدد کاهش یافت.

استفاده از فرم مانند استفاده از محتوای ناب، نیاز به اطلاع و شناخت از هر فرم و ظرفیت‌های درونی و ذاتی آن و چگونگی و نحوه ترکیب آنها با یکدیگر برای ایجاد ظرفیت‌های جدید به منظور ارائه محتواها و پیام‌های مورد نظر دارد. اطلاع از انواع فرم‌های صدا از دو جهت قابل بررسی است.

اول دانش و آگاهی نظری از آنها. زیرا نامادهای آنها و علائم و شاخص‌های هر یک متفاوت است. دو فرم «سخن» و «مصاحبه» را در نظر بگیرید. اصول نظری فرم اول رادر حوزه وعظ و تبلیغ باید جست‌وجو کرد و اصول نظری دوم رادر روش‌های



اگر

دوره‌های آموزشی رادیو

بر اساس این نیازهای جدید یعنی

تشخیص تکنیک‌های مختلف فرم‌ها و

مبانی نظری آنها طراحی شود، رادیو آینده

بسیار تأثیرگذاری در حوزه رسانه‌های جمعی

خواهد داشت. شاید در این دوره ارتباط جدید

و بسیار نزدیکی میان حوزه آموزش و تحقیق

و توسعه رادیو لازم است به وجود آید تا

پاسخ به این نیازها سرعت

مناسبی بیابد

تحقیق جامعه‌شناسی باید مطالعه کرد. این دو فرم هر دو متکی بر نوعی کلام مرسوم هستند. در صورتی که دو فرم دیگر یعنی «موسیقی» و «ساند افکت»، فقط متکی بر انواع «صدا» هستند، و حوزه نظری و شناخت آنها را در جای دیگری باید جست و جو کرد.

دوم از جهت تکنیک‌های موجود در هر فرم. به طور مثال تکنیک‌های درون فرم «سخن» به توانایی‌های سخنور و درک او از مخاطبان و نحوه ارائه «سخن» اش متکی است. سیسرون، خطیب معروف روم باستان، برای «سخن» معتقد به اصولی بود. مرحوم حجت‌الاسلام فلسفی که از سخنوران بی‌بدیل عصر حاضر بود، اصول سخنوری را در کتابی^(۳) به علاقه‌مندان عرضه کرده است. همچنین تکنیک‌های سخنوران موفق رادیو و تلویزیون را می‌توانید با هم مقایسه کنید. مانند آقای الهی قمشه‌ای و یا حجت‌السلام قرائتی که از تکنیک‌های کاملاً متفاوتی استفاده می‌کنند، در عین حال در حوزه مخاطبان کاملاً موفق هستند.

اطلاع از تکنیک‌ها و کارکردهای آنها، برای هر برنامه‌ساز بسیار لازم و مهم است. زیرا تکنیک‌ها مانند کاتالیزوری میان مخاطب و فرمی که محتوا در آن ریخته شده است، نقش ایفا می‌کنند. اهمیت کاتالیزور در فعالیت‌های شیمیایی کمتر از اهمیت مواد اصلی نیست. زیرا بدون کاتالیزور فعل و انفعال لازم صورت نخواهد گرفت.

اطلاع از انواع تکنیک‌های هر فرم محتاج سطحی از اطلاعات نظری درباره هر فرم، و قالب صداست. شاید دانشکده صداوسیما و مدیریت و آموزش رادیو لازم باشد برنامه‌های آموزشی را به نحو دیگری سازماندهی کنند تا نیازهای نظری و اطلاعات تکنیکی تهیه‌کننده‌ها و دیگر کارگزاران

هر برنامه را در حد کافی تأمین کنند. استفاده از فرم‌های محدود بعد از انقلاب به طوری که یادآوری شد به دلیل توجه زیاد جامعه و برنامه‌سازان بر «محتوا» بود. لذا ارائه محتوا در فرم ساده نیز قابل پخش بود. اما به تدریج فرم‌های ساده قابلیت‌های خود را از دست دادند و یا بر حسب ذات خود، محدودیت‌های آنها مشخص و مشخص‌تر می‌شد. بنا به نقل دوستان و همکاران اواخر دهه ۱۳۶۰ و اوایل دهه ۱۳۷۰ یکی از مباحثی که در میان مدیران و کارگزاران برنامه‌ها وجود داشت، بحث از نیازها و ضرورت‌های جدید جامعه بود که بالطبع رادیو به عنوان تنها و مهم‌ترین وسیله ارتباط جمعی باید به آن پاسخ می‌گفت. بیشتر گفت‌وگوها در میان مدیران و برنامه‌سازان در آن دوره پیرامون ضرورت‌های جدید جامعه و نحوه ارائه پیام رادیویی بود. گروهی یا برخی که در این مقاله «فرم‌گرا» نامیده می‌شوند، به شیوه‌های جدید ارتباط با مخاطب فکر می‌کردند. لذا بسیاری از مضامین و محتواهای برنامه‌ها را مانع ارتباط تأثیرگذار با مخاطب می‌دانستند.

گروه دیگر یا برخی افراد که در این مقاله محتواگرا نامیده شده‌اند. ضعف و نقص کار و برنامه را در محتوای ضعیف آن می‌دانستند، و گاهی ساعت‌ها در این باره بحث می‌شد. در سال ۱۳۷۰ و اوایل آن دهه اینجانب به کرات با این گونه بحث‌ها که عموماً چند نفره و گاهی دو نفره و البته دوستانه و از سر درد بود، مواجه می‌شدم. اگرچه این بحث‌ها دوستانه بود، اما به تدریج موجب نوعی خط‌کشی میان این دو رویکرد و تفکر شد. البته گاهی این رویکرد با ملاحظات سیاسی هم آمیخته می‌شد که معنای دیگری پیدا می‌کرد. به هر صورت «فرم‌گرایی» و «فرم‌گراها» و «محتواگرایی» و «محتواگراها» در طول تاریخ رادیو همراه آن بوده‌اند. بروز و

ظهور و شدت و ضعف آنها به دلایل مختلف از جمله دلایل اجتماعی و سیاسی، یکسان نبوده و نخواهد بود. پیش‌تازان تغییر فرم بعد از انقلاب سعی داشتند با بهره‌گیری از فرم‌های جدید مضامین و موضوعات جدیدی که به زعم آنها نیاز آن زمان مخاطب بود، به شکل برنامه‌های رادیویی ارائه دهند. تغییرات «فرم» را می‌توان در تعدادی از برنامه‌های نیمه دوم دهه ۱۳۶۰ به خوبی مشاهده کرد. برنامه بی‌نظیر **عصرانه** که با استفاده از قالب طنز نمایشی مسائل سیاسی و اجتماعی جامعه را مطرح می‌کرد، به خوبی مورد استقبال مخاطبان قرار گرفت. برنامه دیگر در حوزه ادبیات و هنر، مانند **قولی**، **حکایتی**، **غزلی** و یا برنامه **چکاوک** که کار بسیار جدیدی در فرم ارائه یک برنامه «موسیقیایی» بود و مخاطبان بسیاری نیز داشت. در گروه تاریخ، برنامه **تقویم تاریخ** و شنیدنی‌های تاریخ و در گروه جوان رادیو، برنامه **جنگ جوان** حاکی از توجه جدید رادیو به استفاده از «فرم‌های جدید در ارائه پیام‌های رادیویی بود.

اوج تغییرات «فرمی» برنامه‌های رادیو را باید در برنامه **سلام**، **صبح بخیر** جست‌وجو کرد. این برنامه با ریتم تندی که مناسب فعالیت‌های صبحگاهی مردم است، طراحی شد، به طوری که نام این برنامه نیز مانند اجرای آن، کاملاً جدید می‌نمود. این برنامه تأثیر بسیاری زیادی بر روی تغییرات «فرمی» برنامه‌های رادیو برجای گذاشت. حتی می‌توان برخی برنامه‌های دیگر رادیو را تا قبل از دهه ۱۳۷۰ و حتی اوایل دهه ۱۳۷۰ نام برد که تحت تأثیر «فرم» این برنامه، تولید می‌شدند.

نیمه دوم دهه ۱۳۶۰ و نیمه اول دهه ۱۳۷۰، را می‌توان دوره جدال نظری میان فرم‌گراها و محتواگراها در رادیو دانست. دلایل هر کدام بسیار درست و در جای خود شایسته بود. محتواگراها به کار

شبکه استان تهران به کمک دورادیوی خود، جریان سومی را که از ابتدای انقلاب در رادیو تلاش می کرد تا بین فرم و محتوا پیوند لازم به وجود آورد، تقویت کرد. این گروه، یا جریان که به سرعت در رادیو فراگیر می شدند، مشمول سومین نوع در این طبقه بندی هستند

خوب نظر داشتند که از دید آنها، این خوبی و شایستگی را فقط باید در محتوای برنامه جست و جو کرد که کاملاً منجر به رضایت مخاطب می شود. اما از نظر «فرم گراها» رضایت مخاطب مقدم بود. و کار خوب را، کاری می دانستند که رضایت مخاطب یا مشتری را جلب کند. چگونگی محتوا و ارزش های کیفی آن به طور طبیعی در درجه دوم اهمیت واقع می شد. در میان مباحث و جدال های نظری نظرات برخی همکاران دارای تأثیر اساسی بر توجه برنامه سازان به ضرورت های جدید اجتماعی و ظرفیت ها و کاربرد فرم هاداشت.

دیدگاه فرم گراها را می توان با دیدگاه نیاز محور، یکی از رویکردهای برنامه سازی منطبق دانست. از سال ۱۳۷۲ که توسعه شبکه های رادیویی با رادیو تهران و بعد رادیو پیام آغاز شد، این دو شبکه ضرورت توجه به استفاده از «فرم» جدیدی از کاربری موسیقی، کلام و خبر را در دستور کار قرار دادند. رادیو پیام ابتدا در عمل با استقبال سرد تهیه کننده ها و گوینده ها قبل و بعد از انقلاب مواجه شد. فرم جدید را کمتر کسی برمی تابید. حتی بسیاری از مدیران گروه های برنامه ساز هیچ استقبالی از آن رادیو نکردند. البته بخشی از آن به دلیل عدم توجه کادر حرفه ای رادیو درباره این شبکه جدید بود. اما بخش اعظمی از آن به ناآشنایی این فرم با فرم های شناخته شده رادیویی مربوط بود. رادیو تهران در اول شهریور ماه

تجربه ها در رادیو تهران با وسعت بسیار زیادی پیگیری شد. این شروع متفاوت در رادیو تهران، موجب رقابت پنهانی میان برنامه سازان این رادیو با رادیو سراسری شد.

رادیو سراسری متکی بر تجربه طولانی قبل و بعد از انقلاب آسوده از این شبکه نوپا به کار خود به روال گذشته ادامه می داد. اما در رادیو تهران بیش از ۱۰ تا ۱۲ ساعت برنامه با تغییر کامل در فرم که برخی موفق و برخی ناموفق بود شروع شد. انواع فرم های رادیو که در ابتدا از آن بحث شد، به صورت ترکیبی استفاده شد. مدت زمان برخی برنامه ها فقط پنج دقیقه بود، که در آن گاهی پنج گزارش پخش می شد. اولین برنامه ورزشی روزانه رادیو به مدت نیم ساعت هر روز بعد از ظهر در رادیو تهران پخش شد، که شنونده بسیار زیادی داشت. در این برنامه نیم ساعته حداقل ۱۲ تا ۱۵ گزارش خبری پخش می شد.

برای اولین بار در این شبکه در روز شهادت امام یازدهم (ع) از قالب گزارش در شکل جدیدی استفاده شد. این قالب برخلاف همیشه از زندان اوین و از خلافاکاران بود. قالب گزارش و مصاحبه برای اثبات یک فرمایش آن امام همام به کار برده شد. خاطریم هست یکی از تهیه کننده های قدیمی رادیو مسئولیت وقتی اولین گزارش از یک زن زندانی به علت همکاری در توزیع مواد مخدر پخش شد، ایشان بسیار نگران شد و نگاهی از تعجب به این جانب کرد که چه ارتباطی بین روز شهادت و این گزارش وجود دارد. در پایان برنامه ایشان و گوینده محترم برنامه نیز که در آن موقع از همکاران رادیو تهران نبودند (در آن زمان رادیو تهران به طور موقت از همکاران رادیو سراسری نیز استفاده می کرد) گفتند، یکی از بهترین و

۱۳۷۲ و رادیو پیام در آذرماه همان سال ابتدا به طور مستقل کار خود را آغاز کردند و در سال ۱۳۷۳ این دو کانال تحت عنوان شبکه استان تهران به کار خود ادامه دادند. در این دو رادیو مخصوصاً در رادیو تهران فرم های جدید رادیویی به سرعت تجربه شد. شاید اولین تجربه گسترده تغییر فرم در رادیو تهران به وجود آمد. که تأثیرات زیادی بر دیگر برنامه سازان در شبکه های دیگر برجای گذاشت. مخصوصاً بعد از اینکه تعداد زیادی از مدیران و برنامه سازان این شبکه با تصدی مدیریت شبکه ها یا مدیریت گروه های برنامه ساز و یا ایفای نقش تهیه کنندگی یا گویندگی در سایر شبکه ها، تأثیرات این شبکه رادیویی را به دیگر شبکه ها حتی به تلویزیون مخصوصاً به شبکه پنج منتقل کردند. شبکه استان تهران به کمک دو رادیوی خود، جریان سومی را که از ابتدای انقلاب در رادیو تلاش می کرد تا بین فرم و محتوا پیوند لازم به وجود آورد، تقویت کرد. این گروه، یا جریان که به سرعت در رادیو فراگیر می شدند، مشمول سومین نوع در این طبقه بندی هستند.

فرم گرا- محتوا گراها

در بخش قبلی، نام برخی برنامه هایی که با استفاده از فرم های جدید رادیو سعی در تولید نوع خاص از پیام داشتند مطرح شد. در حقیقت این برنامه ها و یا این افراد در نسل بعد از انقلاب پیشتازان ترکیب منطقی فرم و محتوا با یکدیگر بودند. آن

پرشنونده ترین ویژه برنامه های شهادت همین برنامه بود. مسئولیت این برنامه با یکی از خانم های سردبیر بود. در گروه معارف **رادیو تهران** در ظهر روز ماه مبارک رمضان حدود ۱/۵ ساعت برنامه زنده با کاربری خاص موسیقی برای جذب مخاطبان ویژه تدارک شده بود. در حقیقت **رادیو تهران** براساس حرکت های فردی و تغییرات جزئی قبل از خود، حرکت جمعی و تغییر کلی در نحوه استفاده از «فرم» و ارتباط دیالکتیکی میان «فرم» و «محتوا» را با جدیت در گستره وسیعی پیگیری می کرد.

امروزه در رادیو جریان فرم گرا- محتواگرا با قدرت حضور دارد و مورد توجه همه همکاران رادیو واقع شده است. البته این جریان خود متصل است به دو جریان «فرم گرا» ها از یک سو و «محتواگرا» ها از سوی دیگر. یعنی، جریان یا گروه سوم از یک طرف خود را متعهد به محتوای خوب و عالی می داند و از طرفی فرم های مختلف را برای ارائه پیام به کار می گیرد. خوشبختانه حضور این گرایش همه جایی و همگانی است. یعنی در تمامی شبکه ها و در تمام سطوح، حضور مؤثر و کارآمدی دارد.

در ابتدای این مقاله در بخش محتواگراها و محتواگرایی عرض شد که برنامه های مذهبی و برنامه های ادبی و برنامه های تاریخی ماهیتی محتواگرا دارند و از این جهت مدیران و تهیه کننده های آنها کمتر به دنبال استفاده از فرم های خاص هستند. اما در سال های اخیر در همین حوزه تحولات اساسی اتفاق افتاده است. **رادیو قرآن** به لطف مدیران و برنامه سازان با همین رویکرد تغییرات بسیار مهم و اساسی در فرم های ارائه برنامه ها به وجود آورده است. حتی این شبکه امروزه برنامه صبحگاهی همزمان با سایر شبکه ها با استفاده از فرم های مختلف و متناسب با

زمان صبحگاهی ارائه می دهد، که برنامه ای شنیدنی و قابل استفاده است.

همین اتفاق در **رادیو معارف** روی داده است، به طور مثال درس تفسیر حضرت آیت الله جوادی آملی با تدبیر دوستانه یک روز در هفته به شکل پاسخ به سوالات شنونده ها ارائه می شود. یا برنامه **زمزم احکام** این شبکه که در حقیقت برنامه آموزش احکام است به شکل بسیار بدیع و زیبایی ارائه می شود؛ زیرا از فرم های ترکیبی استفاده و جاذبه های صوتی خوبی در برنامه ایجاد کرده اند. به همین ترتیب در همه شبکه های رادیو این حرکت کاملاً مشهود است. شاید افتخار رادیو در این باشد که مدیران شبکه ها و اکثر مدیران گروه ها در صف مقدم این تغییرات و این نوگرایی ها قرار دارند. به همین دلیل برخی از برنامه سازان «محتواگرا» این تغییرات را بر نمی تابند. گاهی شکایات مستقیم و یا غیر مستقیم آنها به اینجانب و یا گله مندی آنها ناشی از نپذیرفتن این تغییرات است. این تغییرات گاهی تحت فشار دو سوی طیف یعنی هم محتواگراها و هم فرم گراها قرار می گیرد. محتواگراها هرگونه تغییر را موجب ضعف محتوا و اصالت مطلب می دانند، فرم گراها خواهان توجه به فرم بدون توجه لازم به محتوا هستند، زیرا گاهی بسیاری از مطالب را نمی توانند ارائه دهند. چون فرم برای آنها در اولویت است و قادر نیستند رابطه دیالکتیکی فرم و محتوا را به سرعت دریابند و برای هر محتوا فرم لازم و مناسب بیابند.

اگر دوره های آموزشی رادیو براساس این نیازهای جدید یعنی تشخیص تکنیک های مختلف فرم ها و مبانی نظری آنها طراحی شود، رادیو آینده بسیار تأثیرگذاری در حوزه رسانه های جمعی خواهد داشت. شاید در این دوره ارتباط جدید و بسیار نزدیکی میان حوزه آموزش و تحقیق و

توسعه رادیو لازم است به وجود آید تا پاسخ به این نیازها سرعت مناسبی بیابد. در این صورت همان طوری که در یک دوره، بسیاری از برنامه های تلویزیونی، از روی برنامه های رادیویی نمونه برداری و حتی نام گذاری شد. باز هم رادیو می تواند تأثیر خود را نشان دهد و قدرت ماندگاری این رسانه را در اشکال مختلف به ثبوت برساند.

پاورقی:

۱- برای اطلاع بیشتر از سه نوع رویکرد برنامه سازی به در آمدی بر جامعه شناسی رادیو مقاله مخاطب شناسی رادیو مراجعه شود، سه رویکرد برنامه سازی عبارتند از:

- رویکرد تجویزی یا مصلحت گرا

- رویکرد نیاز محور

- رویکرد نیاز - مصلحت.

۲- علاقه مندان مراجعه کنند به کتاب سخن

و سخنوری اثر مرحوم فلسفی

منابع:

- شمیسا، سیروس. (۱۳۷۸). نقد ادبی. تهران: فردوس.

- Callan, D. **Content is King.**

www.akamarketing.com/content-is-king.html

2005/10/23.

- Skyrme, D. J. **Is Content King?**

[www.skyrme.com/up dates/u_59-f2.htm](http://www.skyrme.com/updates/u_59-f2.htm)

2005/10/23.

- Schwabsky, B. **About Plasticity.**

www.wohnmaschine.de/index.php?id=347.L=0

2005/10/26.

- Henderson, G. and Christopher

Brown: **Glossary of Literary Theory:**

Farmalism University of Toronto English

Library . March 1997.

