

نقش



در

اثرگذاری پیام

● سیده مریم رضوی
تهیه کننده رادیو

زندگی بازتاب کامل اعتقادات و باورهای ماست. او می گوید: «باورها و اعتقادات انسان، تعیین کننده کیفیت کار اوست.» آنچه بیان می شود حاصل تجربه است. بسیاری از تهیه کنندگان برجسته و متعهد بر این اصل اتفاق نظر دارند که اعتقاد عوامل برنامه ساز به کارشان در اثرگذاری پیام برنامه نقش چشمگیری دارد. احمد سروری تهیه کننده رادیو پیام معتقد است: «اگر نویسنده ای به موضوعی اعتقاد ندارد نباید درباره آن موضوع بنویسد، یا گوینده نباید آنچه را که خود باور ندارد به زبان بیاورد. چون اگر کسی صادق نباشد، هرچقدر هم از فضایل صداقت سخن بگوید نمی تواند بر مخاطب تأثیر بگذارد.» از این رو، در گزینش عوامل بر حسب موضوعات لازم است که دقت بیشتری بشود. این موضوع خیلی مهم است مثلاً برنامه های معارفی بهتر است به اهلش واگذار شود. بدین ترتیب ارتباط دوسویه با مخاطب برقرار می شود، پیام بر دل مخاطب می نشیند و او با میل و رغبت مفهوم برنامه را می پذیرد.

V V V

با ما اعلام کند و یا سر خود را به نشانه تأیید تکان دهد و یا به نشانه تردید اخم کند و یا آنکه روی خود را از ما برگرداند. همه این حرکات نوعی بازخورد به شمار می روند. اما نکته اصلی این است که ما می خواهیم مخاطب پیام ما را بپذیرد و در بازخورد، متوجه شویم که مخاطب، حرف ما را قبول دارد یا حداقل حرف و پیام ما او را به تفکر واداشته است.

به نظر شما چگونه مجری و گوینده ما که خود سیگار می کشد می تواند از مضرات سیگار سخن بگوید؟! چگونه انتظار داشته باشیم که مخاطب حرف ها را بپذیرد و حرکتی برای مقابله با این پدیده از خود نشان دهد؟! «

در اصل اینرسی، عملکرد مثبت هر فرد در گروه باعث تقویت روحیه و انگیزه مضاعف سایرین در گروه می شود. این اصل بازده کار را بالا می برد و به گروه انرژی مثبتی تزریق می کند چون گروه با هم هماهنگ هستند. اگر واقعاً گروه، ظرف باورشان را باور کنند و با اعتقاد کار کنند، مطمئناً نتیجه می گیرند.

اندرو متیوس (روان شناس) با شعار «پیرو قلب خود باشید»، معتقد است که

به نظر شما اعتقاد ما چقدر می تواند در انتقال پیام به مخاطب کمک کند؟

تهیه کننده با الهام از اصل اینرسی و با بهره گیری از فعالیت عوامل مختلف، برنامه تهیه می کند. پیام برنامه از طریق فرستنده ها و امواج رادیویی به مخاطب انتقال می یابد اما برنامه رادیویی چگونه مقبول مخاطب قرار می گیرد؟ چگونه پیام برنامه بر دل مخاطب می نشیند و مخاطب آن را می پذیرد؟

برنامه رادیویی مجموعه سازمان یافته ای از فعالیت های حرف مختلف رادیویی است که به منظور ارتباط با مخاطب با هدفی معین صورت می پذیرد. برنامه ای که از رادیو شنیده می شود می خواهد پیامی را به مخاطب انتقال دهد. اگر مخاطب پیام را درک کند، در واقع عوامل برنامه ساز به هدف خود رسیده اند. نظرهای مخاطبان می تواند بازخورد پیام برنامه باشد. در واقع ما از طریق بازخورد است که می توانیم آثار پیام را در پیامگیر (مخاطب) ملاحظه کنیم. به عنوان مثال زمانی که تلاش می کنیم که فردی را درباره موضوعی قانع کنیم، چند حالت پیش می آید: ممکن است که او موافقت خود را