

یکی از عناصر مهم درارتباط جمعی ، ارتباط گر یا پیام فرست است.

پیام فرست پیام را تولید می کند و آنرا از طریق کانال ارتباطی برای مخاطب ارسال می کند. برای ارتباط جمعی تعاریف مختلف ارائه شده است. ولی به هر کدام از تعاریف که قائل باشیم، به هر حال نقش ارتباط گر یا پیام فرست درارتباط یک نقش اساسی است. یکی از تصمیماتی که پیام فرست به هنگام ارسال پیام باید بگیرد، نحوه ارائه پیام عبارتست از تصمیماتی که منبع ارتباط برای انتخاب و تنظیم و ترتیب کدها و محتوا می گیرد (مدسنیان راد، ۱۳۸۲ ، ص ۲۲۴-۲۲۳) . پیام فرست درارایه یک پیام به منظور بیان هدف مورد نظر می تواند این یا آن قطعه از اطلاعات ، شواهد ، اظهارات و ... را اول و بقیه را به دنبال آنها قرار دهد. قسمتی را خلاصه کند، بخشهایی را تکرار کند و به طور کلی نحوه ارائه پیام دلالت دارد بر تصمیماتی که منبع می گیرد که چگونه پیام خود را عرضه کند. مهارتهای ارتباطی ، نگرشها، دانش ، فرهنگ ، جایگاه درسیستم اجتماعی پیام فرست در انتخاب شیوه ارتباطی پیام فرست مؤثر است.

براساس تئوری دنیس مک کوئل (مک کوئل ، ۱۳۸۲ جمعی ، ص ۶۲-۵۹) ارتباط گر برای انتخاب شیوه برقراری ارتباط با مخاطب سه شیوه کلی که با اهداف و شرایط مختلف تناسب دارند دراختیار دارد و هرکدام از مدلهای ارتباط را می توان ذیل یکی از این شیوه های جایگزین قرار داد.

این شیوه ها عبارتند از :

۱- شیوه دستوری^۱: این شیوه ریشه در تفاوت فرستنده و گیرنده از لحاظ اقتدار دارد و یک ارتباط یکسویه و از بالا به پائین است.

۲- شیوه خدمت رسانی^۲: در این شیوه، ارتباط گر یک خدمت را در مقابل پول یا توجه عرضه می کند و رابطه بین پیام گیر و پیام فرست شبیه روابط خریدار و فروشنده است.

۳- شیوه همبسته^۳: این شیوه در واقع در جهت مخالف شیوه دستوری است و باورهای مشترک و هنجارهایی خاص مخاطب را به ارتباط گر متصل می کند

گفتیم که مهارت‌های ارتباطی، نگرشها، دانش، فرهنگ و جایگاه درسیستم اجتماعی پیام فرست در انتخاب شیوه ارتباط منتخب او موثر است (محسنیان راد، ۱۳۸۲، ص ۲۲۵).

در اینجا منظور تحقیق بررسی عوامل موثر بر نگرش برنامه سازان رادیو به شیوه ارتباط با مخاطب است. برای نگرش تعاریف مختلف ارائه کرده اند، از جمله اینکه آنرا به مثابه آمادگی

جهت پاسخی خاص به یک مساله اجتماعی دانسته اند (رد بلیک و ادوئن هاردلرسن، ترجمه مسعود اوحدی، ۱۳۷۸، ص ۹۱) در این تحقیق منظور از نگرش برنامه سازان رادیو و به

شیوه ارتباط با مخاطب، اینست که آنها در پاسخ به اینکه به شیوه مناسب ارتباط با مخاطب کدام است؟ چه پاسخی میدهند. یعنی کدام یک از سه شیوه دستوری، خدمت رسانی و

همبسته را قبول دارند و چه عواملی بر این انتخاب شیوه موثر است. شیوه ارتباط منتخب آنها از خلال پاسخهای آنها به پرسشنامه ای که روایی و پایایی آن تأیید شده است، مشخص می

شود. نگرش دارای ابعاد شناختی و عاطفی و احساسی است و عوامل بسیاری بر نگرش فرد در مورد یک موضوع خاص موثر است. از جمله پیشینه روانی، زندگی اجتماعی فرد، تجربیات،

^۱-Command mode

^۲- Service mode

^۳- associational mode

مذهب و بسیاری عوامل دیگر. در این تحقیق تاثیر تحصیلات، رده شغلی، جنسیت، سابقه کار و شغل بر نگرش برنامه سازان و بشیوه ارتباط با مخاطب بررسی می شود. این عوامل به ۳ دلیل عمده انتخاب شده اند.

۱- در تحقیقات زیادی به اثبات رسیده است که ویژگیهای مربوط به برنامه سازان از جمله تحصیلات، سابقه و در موفقیت برنامه (یعنی موفقیت در برقراری ارتباط با مخاطب) موثر است. از جمله این تحقیقات تحقیق مجتبی ایزدی است که خلاصه ای از آن در ادامه خواهد آمد.

۲- متغیرهای تحصیلات، جنس، سابقه، شغل و متغیرهای عمومی هستند که در اکثر تحقیقات از آنها استفاده می شود.

۳- محقق به علت حضور در محیط رادیو، حدس میزند این تنفیرها بر شیوه ارتباط با مخاطب موثر است و اینک در پی روشن کردن صحت و سقم حدس خود است.

برنامه سازان رادیو ارتباط گران حرفه ای هستند و بنا بر تئوری گفته شده در هنگام برقراری ارتباط یکی از شیوه های پیش گفته را به صورت خود آگاه یا ناخودآگاه در نظر دارند. اگر چه برنامه سازان رادیو خود سیاستگذاری نمی کنند ولی شیوه ای که در ذهن دارند بر نحوه ارتباط آنها (که در اینجا برنامه سازی رادیویی است) موثر است.

به عنوان مثال وقتی گوینده رادیو مطلبی را می گوید، محتوی کلام او و کلماتی که برای بیان مطلب انتخاب می کند، متأثر از شیوه ای است که برای ارتباط در نظر دارد. حتی وقتی که گوینده، مطلبی از پیش نوشته شده را می خواند، لحن و آهنگ کلام او متأثر از شیوه ای است که برای ارتباط در نظر دارد. ضمن اینکه این مطلب در مورد نویسندگان ای که مطلب را نوشته است، سردبیر

یا تهیه کننده ای که مطلب را سفارش داده است و سایر عوامل دست اندرکار ساخت برنامه صادق است.

عوامل برنامه ساز در کیفیت و چگونگی ساخت برنامه رادیویی تأثیر گذارند. اکثر قریب به اتفاق تولید کنندگان برنامه معتقدند که برنامه آنها بهترین است (خجسته - ۱۳۸۱ - ص ۹۴). این اعتقاد با توجه به ریشه های روان شناختی، غلط و نادرست نیست چون تولید کننده یا هر یک از عوامل تولید برنامه به طور معمول، در حد امکان، توان خود را در مرحله تولید به کار می برند و برحسب اینکه به نظر خود کوشش و تلاش لازم را به کار گرفته اند، بیشتر محاسن و زیبایی ها را می بینند و کمتر جرأت نقد و انتقاد آن را دارند. یکی از مواردی که سازندگان برنامه به آن توجه دارند.