

روش مطلوب مناسک‌سازی تعزیه عاشورایی در رسانه‌های شنیداری

زهرا حاجی‌احمدی* شهرام گیل‌آبادی (نویسنده مسئول)** ویدا همراز***

چکیده

هدف: از آنجا که آیین‌های عاشورایی و ادبیات غنی وابسته به آن، ظرفیت معنایی و شکلی قابل توجه دارند، این مقاله با هدف ارائه یک الگوی مناسب برای مناسک‌سازی در محتوای تولیدشده برای رسانه‌های شنیداری با استفاده از ظرفیت‌های آیین تعزیه نوشته شده است و سعی می‌کند قالب‌های کاربردی جدید را برای مخاطبان ارائه دهد.

روش‌شناسی پژوهش: روش پژوهش حاضر کیفی و با استفاده از تحلیل روایت انجام شده است. برای نمونه دو نسخه از مجالس تعزیه عاشورایی، بازشنوایی و اجراهای موجود از نظر مشابهت و یا عدم هماهنگی، با در نظر گرفتن مقوله‌هایی چون نوع موسیقی، ریتم، نوع اجرا و کارکرد و قالب برنامه در رسانه‌های شنیداری بررسی شدند.

* دانشجوی دکتری، گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران،
zahra1991hajiahmadi@gmail.com

** استادیار، گروه رادیو، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران،
Gilabadi1@gmail.com

*** استادیار، گروه رادیو، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران،
hamraz_v@iribu.ac.ir



یافته‌ها: بر اساس یافته‌های این پژوهش، رادیو در جایگاه خود توانسته با استفاده از طیف برنامه‌های کوتاه، در سراسر دنیا انواع مختلفی از فرم و قالب برنامه‌سازی ارائه دهد. بحث و نتیجه‌گیری: با معرفی و پیشنهاد قالبی به نام «بیت‌استوری» به منظور اطلاع‌رسانی و آموزش کاربران، می‌توان شاهد حفظ و معرفی بخش مهمی از فرهنگ ایرانی-اسلامی و توسعه آن در رشد و جذب مخاطبان جهانی در این زمینه باشیم. کلیدواژه‌ها: مناسک دینی، مناسک‌سازی، تعزیه عاشورایی، تولید، رسانه‌های شنیداری، بیت‌استوری.

مقدمه

کارکردهای رایج و شناخته‌شده رسانه رادیو اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی و آموزش و سرگرمی است. با توجه به فضای فرهنگی از کارکردهای موجود استفاده‌های گوناگونی می‌شود. در برخی از کشورهای دنیا با توجه به مخاطب‌شناسی، شرایط زیستی-اقلیمی و مردم‌شناسانه، رادیو کارکردهای متفاوتی پیدا می‌کند.

یکی از عناصر و عوامل جدی که در فرهنگ ایرانی-اسلامی نقش مهمی دارد، تعزیه است. برخی از محققان عقیده دارند با توجه به مشابهت‌های شکلی و شنیداری بودن بخش عمده تعزیه، از تعزیه می‌توان برای تعمیق پیام رادیویی و تولید فرم‌های تازه در برنامه‌های مناسبتی الهام گرفت و سال‌ها است که رسانه ملی نقش مهمی در بازنمایی آیین‌ها و مناسک مذهبی مردم ایران دارد. تعزیه نوعی مناسک دینی است و اگر به شکل رادیویی اجرا شود، همراه با مقتضیات دیگر می‌تواند به مناسک رسانه‌ای یا مناسک رسانه‌ای شده تبدیل شود.

مناسک، عامل قوام و پایداری دین است. هیچ مذهب و مسلکی بدون داشتن مناسک مختص به خود قادر به ادامه حیات نخواهد بود. «مناسک» و «مراسم» یک تفاوت عمده دارد؛ مراسم رویدادی است که بعد از برگزاری خاتمه پیدا می‌کند، اما مناسک تداوم زمانی دارد. علاوه بر این، شرکت‌کنندگان در مناسک به نوعی هویت‌یابی می‌کنند و از هویت جمعی جدیدی برخوردار می‌شوند که شاید پیش‌تر بهره‌ای از آن نداشتند.

باید دانست که مناسک با کمپین‌های تبلیغاتی که امروزه در فضای مجازی اجرا می‌شود، متفاوت است. در خصوص پویش‌ها باید بررسی کنیم که آیا این رویدادها قابلیت بدل شدن به مناسک را دارند؟ لازم به ذکر است عبارت «تعزیه‌عاشورایی» نیز عنوانی است که به دلیل ضرورت پرداختن به بخش ویژه این پژوهش، از دل انواع تعزیه‌های موجود شامل داستان‌ها و قصه‌های تاریخی و مذهبی، افسانه‌ها و اساطیر، اعتقادات و آداب و رسوم، تعزیه‌های غم‌انگیز، شبیه‌مضحک و شادی‌آور، تعزیه‌های حماسی و عاشقانه و اخلاقی، تعزیه‌های اصلی، تعزیه‌های فرعی یا گوشه‌ها" (فتحعلی‌بیگی، ۱۳۹۶: ۳۷-۴۰) انتخاب شده است. از این رو، تعزیه یا شبیه‌خوانی قالبی است که به عنوان یکی از گونه‌های نمایش ایرانی، در شکل تکامل یافته از کنش‌هایی همراه با کلام منظوم یا غیرمنظوم به صورت نمایش، به کمک بازنمایی رخدادهایی با مرکزیت شهادت امام حسین علیه السلام و اهل بیت ایشان در کربلا همراه است. بنابراین سیر رخدادهای آن از پیش برای مخاطبان مشخص است. در این صورت مخاطب خود در این کنش پی‌رفتی و نمایشی شریک است و با آن ارتباط برقرار می‌کند. هنر آیینی تعزیه (شبیه‌خوانی) نمایش منظومی است که در آن تمام دیالوگ‌ها و مونولوگ‌ها به زبان شعر بیان شده و با موسیقی‌های سازی و آوازی خاص خود همراه است.

پیشینه تحقیق

باتوجه به جدید بودن موضوع پژوهش و ماهیت میان‌رشته‌ای آن، تاکنون پژوهشی به طور خاص و مستقیم در رابطه با این عنوان انجام نشده است، اما مواردی از جنبه‌های دیگر آن مورد بررسی قرار گرفته اند. برخی از این پژوهش‌ها عبارتند از:

مسلم نادعلی‌زاده (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «رسانه تعزیه (مروری بر عناصر و کارکردهای ارتباطی تعزیه)» از دید ارتباطاتی به تعزیه نگاه کرده و توانسته مانند یک رسانه برای انتقال پیام، عمل نماید. در نتیجه می‌توان به تعزیه از دو منظر ارتباطات سنتی و آیینی نگریست. به بیانی دیگر، هم می‌توان ویژگی‌های یک رسانه سنتی را در تعزیه یافت و هم ویژگی‌های یک آیین مقدس را. تعزیه رسانه‌ای است که ارتباط‌گران و مخاطبان آن، توده‌های

مردم شیعه‌اند که با مشارکتی کم‌نظیر، پیام‌های دینی و مذهبی را پاس می‌دارند و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌کنند. همچنین ترکیب عناصر یادشده در يك رسانه، نگاه جامع و تحسین‌برانگیز ایرانیان به مقوله ارتباطات را در زمان‌های دور حکایت می‌کند. در واقع پیدایی رسانه تعزیه، گامی بلند در دستیابی به مدلی از ارتباطات بومی بوده که لازم است پژوهشگران علم ارتباطات، بیش از پیش بدان توجه نمایند.

علی اصغر فهیمی فر و شهاب پازوکی (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «پدیدارشناسی حضور اجراگر در شبیه‌خوانی» به وجود اجراگر یا همان بازیگر در میدان و صحنه نمایشی تعزیه یا شبیه‌خوانی پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که اجراگر در شبیه‌خوانی از سه حالت ضمیری (خودییانی، مشارکتی و بازنمایی) بهره می‌گیرد و درنهایت به روش بازنمایی، داستان تراژیک تعزیه مذهبی بازسازی می‌شود. نویسندگان مخاطب را در اینجا نسبت به این سه حالت، کنش‌مند می‌دانند که دست به تجربه خواهد زد.

ادبیات و مفاهیم پژوهش

رسانه

«رسانه» در لغت به معنای واسطه‌ای برای انتقال پیام است و در اصطلاح به ابزاری اطلاق می‌شود که پیامی را از یک منبع (فرستنده) به یک مقصد (گیرنده) می‌رساند. بنابراین هر رسانه دارای عناصری است که به کیفیت انتقال پیام و ارتباط با مخاطب کمک می‌کنند. با توجه به این نکته، کارکردهای ارتباطی هر رسانه نیز از دیگر رسانه‌ها متفاوت است. این نکته را نمی‌توان منکر شد که وجود همین کارکردها است که در تحلیل وضعیت آن‌ها نقش مهمی دارد. رسانه‌ها در واقع پاسخگوی نیازهای مخاطبین بوده‌اند، اما یک برنامه‌ساز به این مهم دست نمی‌یابد، مگر اینکه در فکر غنای هرچه بیشتر برنامه‌های خود باشد.

رسانه‌ها به عنوان یکی از نهادهای اجتماعی کارکرد انتقال میراث فرهنگی و اجتماعی و ارزش‌های جوامع را برعهده دارند. رسانه‌ها به عنوان فراهم‌کننده چارچوب‌های تجربه برای مخاطبان، نگرش‌های کلی فرهنگی‌ای برای تفسیر اطلاعات توسط افراد جامعه در جوامع

امروزی ایجاد می‌کنند. رسانه‌ها شیوه‌هایی را که افراد زندگی اجتماعی را تفسیر کرده و نسبت به آن واکنش نشان می‌دهند را با کمک نظم دادن به تجربه ما از زندگی اجتماعی، قالب‌ریزی می‌کنند (حاجی‌احمدی، ۱۳۹۸: ۳۱). نمی‌توان انکار کرد که رسانه‌های جمعی انواع گوناگونی از اطلاعات و محتوا (به‌ویژه هنجارها و ارزش‌ها) را انتقال می‌دهند.

دین

«دین» که منشأ و مبدأ الهی دارد، مبتنی بر شعور ذاتی و فطرت و طبیعت زوال‌ناپذیر آدمی است. ماهیت درونی و باطن آن امری آرمانی و حقیقتی متعالی است، که ذاتاً مطلوب بشر بوده و هر انسانی در آرزوی دستیابی و رسیدن به آن می‌باشد؛ حقیقتی که از آن به «کمال مطلق» تعبیر شده و آدمی خواسته یا ناخواسته در جستجوی آن حرکت کرده و تلاش می‌کند. این تلاش نه تنها بر تمام زندگی او سایه افکنده، بلکه تمام زندگی اوست. قالب ظاهری آن نیز مجموعه‌ای از برنامه‌ها و قوانین تصدیقی و رفتاری است که محتوای شریعت را شکل داده و می‌سازد. این نظام عقیدتی و رفتاری که مجموعه‌ای از «هست‌ها و نیست‌ها» و «بایدها و نبایدها» است، بهترین ابزار رشد و تعالی همه‌جانبه انسان به حساب آمده و تجسم آن در روح و جان آدمی و تبلور و ظهور آن در رفتارش، او را در مقام و موقعیت «احسن‌التقویم» حیات قرار می‌دهد.

بر این اساس، دین را باید به حقیقت تفسیر شده‌ای تعبیر کرد که برای راهیابی بشر به سرچشمه حیات ناب، از جانب مبدأ و منتهای عالم هستی آمده است. قرار گرفتن در مسیر حرکتی آن، سیر نامنتهای آدمی را با سلوکی سالم و هدفمند ترکیب کرده و او را در صراطی مستقیم قرار می‌دهد که متصل به قرب خداوند است و با طی این طریق، سرانجام به «کمال مطلق» پیوند می‌خورد. مقام و موقعیتی که سرچشمه هر خوبی و زیبایی و منبع تمامی لذایذ و خوشی‌های همه‌جانبه است. (حاجی‌احمدی، ۱۳۹۷: ۵۶۶)

تعزیه

در لغت‌نامه دهخدا ذیل واژه تعزیه آمده است: تعزیت، سوگواری، عزاداری. تعزیت و

برپاداری عزای حضرت سیدالشهدا علیه السلام در روضه خوانی و شبیه ... شبیه به هر نمایشی است منظوم که توسط عده‌ای از اهل فن و با موسیقی، که بعضی مصایب اهل بیت علیهم السلام را مصور سازند. (دهخدا، ۵: ۱۳۸۲)

«تعزیه» به عنوان یکی از نمایش‌های بومی کشورهای شیعی از مصادیق بروز هنر اسلامی در هنرهای نمایشی اسلامی است. در کشورهای اسلامی که مذهب تشیع پیروان بیشتری دارد، نمایش تعزیه یا شبیه خوانی به عنوان گونه‌ای از نمایش در کنار دیگر سبک‌های تئاتری به فعالیت و اجرای نمایش‌های مذهبی می‌پردازد. تعزیه، از سنت‌های آیینی و رسوم ملی-مذهبی نسبتاً کهن و معرف بخشی از هویت دینی دیرپای مردم ایران است. بی‌شک، این پدیده مانند سایر پدیده‌های فرهنگی، تحت تأثیر زمینه‌ها، شرایط و ظرفیت‌های فرهنگی و نیازها و ضرورت‌های اجتماعی-تاریخی پا به عرصه وجود نهاده، رشد و تطور یافته و دوام و بقا پیدا کرده است. (حاجی احمدی، ۱۳۹۹: ۳۰)

هرچند تعزیه در ابتدا رسانه‌ای آموزش محور نیست، نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کند که از جنبه‌های مختلف می‌توان بدان پرداخت. ضمن ذکر موردی ویژگی و کارکرد تعزیه که شامل آموزش، ارشاد، سرگرمی، تبلیغ معارف دینی و زنده نگه داشتن خاطره وقایع مذهبی، تحکیم و همبستگی وحدت ملی، تسکین آلام و حفظ میراث فرهنگی و قومی می‌شود، به شرح تبلیغ معارف دینی و زنده نگه داشتن خاطره وقایع مذهبی می‌پردازیم.

در تاریخ پرفراز و نشیب اسلام و ایران، وقایع بی‌شماری روی داده که عامه مردم از آن‌ها بی‌خبرند و یا اطلاع دقیق و درستی ندارند. حال آنکه بسیاری از شیعیان، نه تنها با رویدادهایی همچون واقعه غم‌انگیز عاشورا آشنا هستند، بلکه گاه از جزئیات آن وقایع نیز آگاهی دارند. این همه از برکت رسانه‌های مردم‌پسندی مانند تعزیه و منبر است. نقش تعزیه در تبلیغ تشیع و باوراندن عقاید دینی، قابل توجه است. در تحلیل این نقش باید فقدان رسانه‌هایی همچون تلویزیون را در نظر گرفت. جاذبه‌های شبیه‌خوانی برای مردم کوچه و بازار، نقش تبلیغی آن را پررنگ‌تر و غنی‌تر می‌کرد. توجه به جنبه‌های عاطفی و برانگیزاننده مذهب، در کنار آگاهی بخشی و آموزش از اهمیت زیادی برخوردار است.

تشیع، به‌عنوان مذهبی پویا و حرکت‌آفرین در طول تاریخ، نماینده اسلام انقلابی و ظلم‌ستیز بوده و هست. در این مذهب، مبارزه با کژی‌ها و انحرافات وظیفه آحاد مردم است و دفاع از عدالت و حقیقت، جایگاهی عظیم دارد. انحرافات وظیفه آحاد مردم است و دفاع از عدالت و حقیقت، جایگاهی عظیم دارد.

از کارکردهای مهم تعزیه، می‌توان به انگیزش قدرتمند آن اشاره کرد؛ به‌گونه‌ای که در مخاطبان خویش برای قیام علیه ظلم و دفاع از عدل، شور و شوقی بی‌مانند ایجاد می‌کند. گوینو^۱ به هیجانی که از دیدن تعزیه به تعزیه‌خوانان و بینندگان تعزیه دست می‌داده، اشاره می‌کند و می‌نویسد: آدمی با دیدن این وقایع «اگر خونسرد بماند، دیگر انسان نیست، چون در قبال سنگدلی و ستم بی‌احساس است و نیز مسلمان نیست، چون اهل بیت پیامبر ﷺ را پاس نداشته است.» (گوینو، ۱۳۶۹) یکی از تعزیه‌پژوهان به نام فول کین یون^۲ نیز هدف از تعزیه‌خوانی را «برانگیختن یک واکنش درون‌پالا» مانند «خنده، گریه، خشم، جنب‌وجوش و هیجان» در مردم می‌داند.

مناسک و انواع آن

آلن بیرو^۳ در فرهنگ علوم اجتماعی به ریشه‌شناسی می‌پردازد. به نظر وی مناسک^۴ به‌صورت تاریخی عمدتاً به کیش و آیین خاصی ارجاع داشتند و «شامل طرز تلقی‌ها، حرکات و اعمالی می‌شد که یا در راستای هماهنگ‌گردیدن و یا تماس یافتن با نیروهای طبیعی و موجودات نامرئی و یا به‌منظور آرام و رام ساختن آنان پدید آمده بود.» (بیرو، ۱۳۷۰: ۳۲۶) درنهایت وی از انواع مناسک: زراعی، جادویی، تدفینی، استغفاری... یاد می‌کند و متذکر می‌شود که برای آنکه «هر یک از انواع مناسک دارای ابعاد متعددی است، در عمل تداخلی چند بین این انواع به چشم می‌خورد.» (همان: ۳۲۶)

1. Gobineau
2. fulkinyun
3. Biro
4. Ritual

در مقابل این نظر، مور و مایروف هیچ اهمیت قدسی‌ای برای مناسک قائل نیستند و معتقدند که مانند ظرفی است که مظروف آن هر چیزی می‌تواند شامل محتوای دینی، غیردینی و یا حتی ضددینی باشد. از يك منظر مناسک و آیین‌ها را می‌توان بر اساس يك حصر منطقی ثنایی به دو نوع کلی تقسیم کرد: مناسک و آیین‌های دینی، مناسک و آیین‌های غیردینی. در هر صورت، پس از ارائه تعریفی از مناسک و مشخص نمودن انواع آن، مناسک رسانه‌ای را می‌توان آن نوع مناسکی دانست که توسط رسانه‌های مدرن (به صورت خاص رادیو و تلویزیون) ترویج می‌شود. با این وصف، مناسک رسانه‌ای دینی را نیز می‌توان بدین صورت تعریف کرد: مناسک رسانه‌ای دینی، تدوین آداب و رسوم دینی خاص است که از طریق رسانه می‌توان موجب ترویج، تعمیق و پایداری آن‌ها در جامعه شد. (خجسته و کلانتری، ۱۳۸۶: ۱۶۳ و ۱۶۵ و ۱۶۶)

مناسک رسانه‌ای

حضور و گستردگی رسانه در سپهر عمومی و انباشت و فوران نشانه‌ها و تصاویر رسانه‌ای در همه شئون زندگی مانند اقتصاد، سیاست، فرهنگ و... و تولید و توزیع معانی، به رسانه‌ای شدن فرهنگ، سیاست و اجتماع منتهی شده است. به این معنا که امروزه، رسانه‌ها تنها به‌عنوان یکی از نهادهای فرهنگی و اجتماعی و موثر بر دیگر قلمروها تلقی نمی‌شوند، بلکه فضا و چارچوبی فراهم می‌آورند که فرهنگ، سیاست و اجتماع در آن جریان می‌یابد.

حسن خجسته، عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما در نخستین همایش علمی مناسک و رسانه، می‌گوید: «بررسی موضوع نحوه ورود و بازتاب امر دین در رادیو و تلویزیون، مسئله‌ای مهم است که امروز باید به آن پرداخته شود. برخی از اساتید که نگاهی افراطی نسبت به رسانه دارند، معتقدند که رسانه به‌خصوص اشکال مدرن آن، تعارض با دین دارد که ریشه در فلسفه هایدگر دارد. به‌زعم بنده یکی از روش‌های که می‌شود در مواجهه با بسیاری از ناهنجاری‌های تحمیلی به‌خصوص در عرصه رسانه استفاده کرد، طراحی و اجرای «مناسک رسانه‌ای» است. رسانه ملی پیش‌تر برخی تجربیات موفق و ناموفق در عرصه مناسک فرهنگی

و اجتماعی داشته است. سازمان می‌توانست جشن نیکوکاری را بدل به مناسک کند، اما به‌سادگی از کنار این مسئله گذشت و امروز این جشن در حد یک مراسم باقی مانده است، درحالی‌که اگر بدل به مناسک شده بود، نتایج بهتری را نصیب کشور می‌کرد. ما باید این مسئله را بر اساس معیارهای علمی صورت‌بندی کنیم که رسانه‌ها چه ظرفیتی برای تولید مناسک دارند.

مناسک در میان مردم ایران جایگاه بسیار والایی دارد، چراکه ریشه در باورهای مردم دارد، حتی انقلاب اسلامی نیز با مناسک در آمیخته است. مراسم‌هایی مانند روز قدس، گرامیداشت سالروز پیروزی انقلاب، روز مبارزه با استکبار از جمله آیین‌هایی است که مردم ایران با تکیه بر باورهای خود اجرا می‌کنند؛ البته نمی‌توان از دو کلیدواژه رسانه مدرن و سنتی غافل شد، همان‌طور که پس از انقلاب اسلامی سعی شد که از ظرفیت‌های رسانه مدرن نیز در جهت بسط و گسترش فرهنگ اسلامی استفاده شود. رسانه مدرن، برخلاف رسانه سنتی تنها به سطح پوششی محدود و مخاطبانی خاص (متدینین) محدود نمی‌شود، بلکه درصدد است تا پیام خود را به طیف وسیعی از مخاطبان ابلاغ نماید. در محدوده دین، رسانه قصد دارد که امور دینی را در گستره وسیع مخاطبان تبلیغ و ترویج نماید، به‌گونه‌ای که مخاطبی که فرضاً داوطلب دریافت آن پیام نیست نیز تحت پوشش قرار گیرد و مبدل به مخاطبی فعال و درگیر شود.» (جوادی یگانه و عبداللهیان، ۱۳۸۶: ۱۶۲)

ضمن آنکه در بحث مناسک (آیین)، انواع مختلف مناسک اعم از دینی و غیردینی یا آداب و رسوم نیز مطرح است که شامل قوم و بوم مختص خود هستند. هایدگر^۱ می‌گوید: انقلاب فناورانه ما را مسحور به پذیرش و عمل کردن بر اساس تفکر حسابگرانه به‌عنوان تنها نوع تفکر کرده است. در نتیجه انسانیت اصیل و اصالت ذاتی بشر زایل شده است. بنابراین، فناوری یک وسیله صرف نیست، بلکه نحوه‌ای از انکشاف است. چنانچه به این امر توجه کنیم، قلمرو کاملاً متفاوتی در مورد ماهیت فناوری به روی ما گشوده خواهد شد. این قلمرو، ساحت انکشاف است؛ ساحت حقیقت. (هایدگر، ۱۳۸۶: ۱۰)

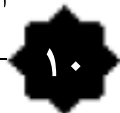
برخی نیز به دنبال یافتن وجوه مشترک دین و رسانه‌اند که از این طریق به راهکارهای تعامل بین دین و رسانه نایل شوند. برای مثال دیوید اولستون رسانه را نوعی فناوری می‌داند که با نمادها سروکار دارد. رسانه یک فناوری برای اطلاع دادن، ضبط کردن، اشتراک در نمادها و توزیع آنهاست. از طرفی او دین را نیز معرفت نمادین می‌داند که بر شیوه‌های خاصی از شناخت و ادراک و تجربه دلالت دارد. مک کوئیل نیز دین و رسانه را دو نهاد اجتماعی معرفت عنوان می‌کند و به راه تعاملشان می‌پردازد. (شاه‌محمدی، ۱۳۸۲: ۱۳۵)

جدا از کارکردهای دین در ابعاد فردی و اجتماعی، توجه به آنچه از دین در نظریه رسانه دینی گفته می‌شود، به عنوان سلسله‌ای از اعتقادات و باورهای دینی و همچنین التزام به شرایع دینی است؛ البته باید بین مضامین دینی و غایات دینی تفاوت قائل شد. بنابراین مراد از دین، صرفاً باورهای شخصی و فردی و تجربی نیست، اگرچه نفی این معنا مستلزم اعتقاد به دین به عنوان نهادی اجتماعی نیز نیست.

دین مجموعه‌ای از اعتقادات و باورها و شرایع الهی است که هم دارای جوانب فردی و کاملاً شخصی است و هم دارای ابعاد اجتماعی است. باید دانست بسیاری از جامعه‌شناسانی که در باب دین و رسانه تحقیقات مؤثری انجام داده‌اند، بر ابعاد اجتماعی و نقش دین در بازیابی هویت جمعی تأکید فراوان کرده‌اند. از مؤلفه‌های نظریه رسانه دینی، باید به مسئله جهانی شدن نیز توجه کرد (جوادی یگانه و عبداللهیان، ۱۳۸۶: ۱۴۵-۱۴۶). همچنین پیرامون بحث دین نیز نمی‌توان از فرهنگ غفلت کرد.

نظریه‌های رسانه و شیوه‌های مناسب‌سازی در رسانه‌های شنیداری

با شناخت انواع نظریه‌های رسانه و درک آنها، امکان تفسیر رخدادها به شیوه‌هایی قابل انعطاف‌تر، سودمندتر و مشخص‌تر فراهم می‌آید. مارشال مک‌لوهان^۱ عامل اساسی تحولات تاریخی و اجتماعی را نظام‌های ارتباطی و نوع رسانه در انتقال پیام می‌داند. به نظر او، عامل اول یعنی نظام ارتباطی، تعیین‌کننده عامل دوم یعنی محتوای پیام است. او مبانی اساسی نظریه



خود را در یک جمله بیان می‌کند: رسانه، پیام است. از این رو، نظریه‌هایی که به نظر محقق ارتباط بیشتری با موضوع پژوهش دارند و به فهم و هدایت آن کمک می‌کنند، به این ترتیب مورد توجه قرار گرفته است:

۱. نظریه تزریقی؛ مصداق الگوی تأثیر مطلق محتوای رسانه‌ای بر نگرش و رفتار مخاطبان است. این نظریه گویای آن است که پیام‌های رسانه‌ای به‌طور یکسان و یکنواخت به همه مخاطبان می‌رسد و تأثیری مستقیم و فوری برجای می‌گذارد. به عبارتی، نظریه تزریقی، وسایل ارتباط جمعی را دارای تأثیر مطلق، مستقیم و فوری بر مخاطب می‌داند. نظریه تزریقی، نشأت گرفته از نظریه رفتارگرایی یا الگوی محرک-پاسخ در روان‌شناسی است که در اوایل سده بیستم، انگاره مسلط بود. ویژگی‌های اصلی این نظریه بدین قرار است:

۱) مخاطبان به‌طور مستقیم و بدون میانجی ساختار اجتماعی یا گروهی با رسانه‌ها در ارتباط هستند.

۲) مخاطبان به‌صورت مجموعه همسان و یکپارچه و از نظر وزن و ارزش، «برابر» فرض می‌شوند. (ویژگی‌های متمایز فردی و اجتماعی آن‌ها نادیده گرفته می‌شود)

۳) رسانه‌ها قدرت تأثیرگذاری بالایی دارند. (لاسول، ۱۳۸۳: ۳-۷۲)

۲. نظریه استحکام یا تأثیر محدود؛ تأثیر پیام‌های ارتباطی بر نگرش و رفتار مخاطب را محدود و اغلب در راستای تقویت و استحکام عقاید و باورهای قبلی می‌داند. این نظریه برخلاف نظریه تزریقی، جریان ارتباط را دو مرحله‌ای می‌داند که طی آن پیام‌های ارتباطی از رسانه‌ها به واسطه‌هایی به نام «رهبران افکار» می‌رسد و از آنجا به میان مردم (پیروان) منتقل می‌شود.

۳. نظریه استفاده و رضامندی؛ نظریه استفاده و رضامندی ضمن فعال انگاشتن مخاطب، بر نیازها و انگیزه‌های وی در استفاده از رسانه‌ها تأکید می‌کند و بر آن است که ارزش‌ها، علایق و نقش اجتماعی مخاطبان مهم است و مردم بر اساس این عوامل آنچه را می‌خواهند ببینند و بشنوند، انتخاب می‌کنند.

پرسش اساسی نظریه استفاده و رضامندی این است که چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آن‌ها را برای چه منظوری به کار می‌گیرند؟ پاسخی که به اجمال داده می‌شود این

است که مردم برای کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری، اطلاعات و شکل‌گیری هویت شخصی، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند (مک‌کوایل، ۱۳۸۸: ۱۰۴). نظریه استفاده و رضامندی با اتخاذ رویکردی کارکردگرایانه به ارتباطات و رسانه، مهم‌ترین نقش رسانه‌ها را برآورده ساختن نیازها و انگیزه‌های مخاطب می‌داند. بنابراین به هر میزان که رسانه‌ها این نیازها و انگیزه‌ها را برآورده سازند، به همان میزان موجبات رضایتمندی مخاطب را فراهم می‌کنند.

فرض اصلی نظریه استفاده و رضامندی این است که افراد مخاطب، کم‌وبیش به صورت فعال، به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را [برای آنان] فراهم سازد. میزان این رضایت بستگی به نیازها و علایق فرد دارد. (ویندال و دیگران، ۱۳۷۶: ۲۷۴)

مجموع نیازها و انگیزه‌های مخاطب در استفاده از رسانه‌ها را می‌توان در چهار مقوله اصلی جای داد:

۱. آگاهی و نظارت: مردم به منظور کسب اخبار و اطلاعات از دنیای پیرامون و نظارت بر محیط اجتماعی خویش، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند.
 ۲. روابط شخصی: مردم در فرایند ارتباط، رسانه‌ها را همراه و همنشین خود تلقی می‌کنند و از محتوای رسانه‌ای برای ارتباط و گفت‌وگو با دیگران استفاده می‌کنند.
 ۳. هویت شخصی: مردم از رسانه‌ها برای کسب خود آگاهی، یافتن الگوهای رفتاری و تقویت ارزش‌های شخصی استفاده می‌کنند.
 ۴. سرگرمی و گریز از واقعیت: مردم از رسانه‌ها برای سرگرم شدن و گریز از مشکلات زندگی روزمره و تخلیه عاطفی استفاده می‌کنند.
- یکی از مفاهیم و مفروضات اصلی نظریه استفاده و رضامندی، «فعال بودن مخاطب» است. به این معنا که مخاطب در استفاده از رسانه‌ها به دنبال رفع نیازها و کسب رضامندی و باور است.

باتوجه به بیان نظریات رسانه‌ای ذکرشده، این نظریه‌ها به اهداف پژوهش نزدیک‌تر است و به همین دلیل انتخاب شده است. در ادامه نمونه کاری که می‌توان از انواع مناسب‌سازی در رسانه‌های شنیداری پیشنهاد کرد، خاصه تعزیه عاشورایی و ویژگی‌های آن را که قابلیت

استفاده در مناسک‌سازی دارد، بیان می‌کنیم و به بحث پیرامون مناسک رسانه‌ای به‌عنوان الگویی برای تبلیغ آیین‌ها و مناسک دینی می‌پردازیم.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با رویکرد کیفی انجام شده است. برای دریافت نظری ابتدا مقاله‌ها و کتاب‌های مرتبط با موضوع بررسی شد و سپس نمونه‌های اجرایی موجود از تعزیه‌ها (فیلم و صوت) بازشنوایی شد. سپس بر اساس یافته‌های نظری مقوله‌های پژوهش برای تحلیل روایت تدوین گردید. بنابراین این پژوهش از نوع توصیفی است و با توجه به بررسی‌های انجام‌شده نظریه جرالند پرینس^۱ تطابق بیشتری با این پژوهش دارد.

روایت، نوعی توالی زمانی دولایه است: زمان چیزی است که نقل می‌شود و زمان روایت. روایت یکی از عناصر نمایش است که در بعضی از نمایشنامه‌ها و گونه‌های نمایشی، جنبه خبررسانی و ارائه اطلاعات به خواننده یا تماشاگر را دارد و در برخی دیگر جایگاه و اهمیت خاصی پیدا کرده است. به صورتی که در جای‌جای نمایش جلوه‌های مختلف «روایت» مشاهده می‌گردد.

روایت‌شناسی یا علم عمل روایت، شاخه‌ای علمی است که فنون و ساختارهایی روایی را که در داستان‌ها متجلی شده، مطالعه می‌کند. این علم، فنون درونی یک روایت^۲ را که خودش از داستانی^۳ نقل و تشکیل شده، بررسی می‌کند (حاجی احمدی، ۱۴۰۱: ۱۸۶). در نظریه جرالند پرینس آنچه در روایت‌شناسی ساختارگرا مورد بررسی قرار می‌گیرد، جنبه‌های ساختاری، زبانی و روایی یک اثر است. ساختارگرایان با واکاوی کلیت متون و قالب‌های ادبی و تجزیه آن به واحدهای کوچک‌تر (تا جایی که دیگر قابل تجزیه نباشد) برآند تا به تعریف دستور زبانی برای انواع روایت‌ها دست یابند. روایت‌شناسی ساختارگرا به دنبال کشف دستور زبان روایت و قواعد ساختار پیرنگ در انواع متون روایی است.

1. Gerard Genette

1. Narrative

2. Histoire

روایت ممکن است دارای روایت‌شنو برون‌داستانی یا درون‌داستانی باشد. با توجه به این نکته روایتگر متن هم نوعی روایت‌شنو است که روایت را از راوی دریافت می‌کند و در قالب شخصیتی ظاهر می‌شود که ادامه داستان را روایت می‌کند تا به گوش روایت‌شنوی دیگری (مخاطب‌شنونده) برساند (پرینس، ۱۳۹۱: ۲۳ و ۲۶). برخلاف نظر ژنت که روایت‌شنوی روایتگر را تنها به درون داستان یا برون داستان محدود می‌کند، روایت‌شنوی یکی از چهار نقش اصلی در روایت (نویسنده واقعی، خواننده واقعی، راوی و روایت‌شنو) است. از این رو آگاهی از آن به شناخت ویژگی‌های متن روایی منجر می‌شود.

روایت از جمله مجموعه‌ای از نشانه‌هاست که آن‌ها را می‌توان در گروه‌های گوناگونی دسته‌بندی کرد (همان: ۱۵). به بیان دقیق‌تر، در روایت‌های مکتوب، برخی از ویژگی‌ها و آمیزه‌های نشانه‌های زبانی‌ای که روایت را می‌سازند؛ نشانه‌های روایت‌کردن (یا به‌طور خلاصه، روایت‌کردن) را شکل می‌دهند: یعنی کنش روایت‌کردن، منشأ آن و هدف آن را ارائه می‌کنند. برخی از نشانه‌ها و آمیزه‌ها نشانه‌های رویدادهای روایت‌شده (یا به‌طور خلاصه، روایت‌شده) را شکل می‌دهند: یعنی رویدادها یا موقعیت‌های نقل‌شده را بازنمایی می‌کنند.

هر یک از این دو دسته نشانه را می‌توان به دسته‌های فرعی دیگری تقسیم کرد. بنابراین برخی از نشانه‌های روایت‌کردن به‌طور خاص به راوی (کسی که روایت می‌کند) مربوط هستند، برخی به روایت‌شنو او (کسی که راوی برای او روایت می‌کند)، و برخی به روایتگری او (کنش روایت‌کردن راوی). به همین ترتیب برخی از نشانه‌های روایت‌شده به‌طور خاص به شخصیت‌ها مربوطند، برخی به زمان کنش شخصیت‌ها و برخی نیز به مکان رخ دادن کنش‌های آنان مربوط می‌شوند. تحلیل روایت به پژوهشگران توصیه می‌کند که داستان‌های افراد را جدی گرفته و جایگاه آن‌ها را در تولید و بازتولید جهان اجتماعی طبیعی فرد در نظر بگیرند. از خلال همین داستان‌ها است که می‌توان به نظام معنایی خاص افراد و نقاط همگرا و واگرایی آن‌ها با دیگر افراد دست یافت.

تحلیل روایتی خاص واکاوی و استخراج معنا از داستان‌ها و روایت‌های فردی و اجتماعی است، گرچه می‌توان از شیوه‌های مشابه دیگری نیز استفاده کرد. تحلیل روایتی،

روشی است که در آن واقعیت از طریق تبدیل آن به روایت یا داستان، بازنمایی می‌شود و تلاش می‌شود از طریق ایجاد یک نظم متوالی و زنجیره‌ای از رخدادها، فرآیند زندگی به صورت روایت یا داستان بازسازی شود. (محمدپور، ۱۳۸۹: ۱۰۶۸)

متن روایی متنی است که در آن یک عامل، روایتی را نقل می‌کند. متن روایی را متنی می‌دانند که در آن قصه‌گو حضور داشته باشد و به بیان روایت پردازد. متن، تعبیری بسیار فراتر از متن روایی دارد و یک شیء شامل تصویر، واژه و کلیتی از هستی است، درحالی‌که یک متن روایی به طور مشخص روایتگر یک داستان است و اهمیت آن تاکید بر مخاطب یا همان روایت‌شنو است. چیزی که در رادیو نیز حرف اول را می‌زند.

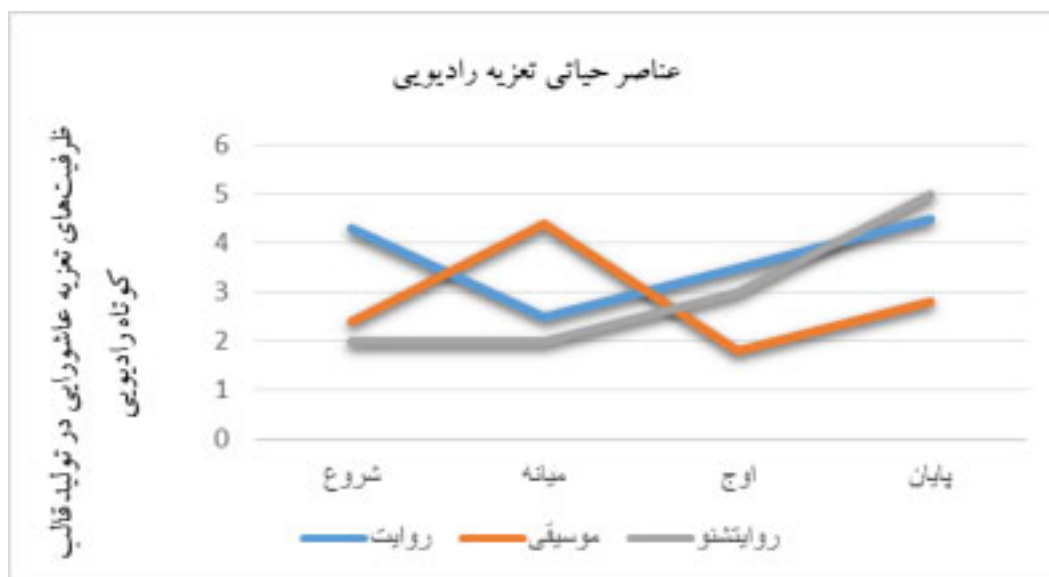
مفهوم روایت‌گیر یا روایت‌شنو را نخست ژرار ژنت^۱ مطرح و سپس جرالده پرنس، شرح و بسط داد که جایگاه گیرنده را در روایت پر می‌کند. روایت‌گیران یا می‌توانند تک‌تک افراد باشند یا جمعی از مردم، هنگامی که روی سخن متن و روایت با یک جمع است (مکاریک^۲، ۱۳۸۵: ۱۵۶). روایت‌گیر در قالب مجموعه‌ای از عقاید شکل می‌گیرد که متن به آن‌ها دلالت دارد و هر اثر ادبی از سه سطح راوی، کنشگر و مخاطب (همان روایت‌شنو) تشکیل شده است. این سطح خود به دو سطح روایت‌شنو درون‌روایت یا داستان (شخصیت روایتگر) و روایت‌شنو برون‌روایت یا داستان (مخاطب شنونده) تقسیم می‌شود. (ژنت، 1980: 56)

جرالده پرنس، روایت‌شنو را به همین سطوح محدود نمی‌کند، بلکه معتقد است روایت ممکن است دارای روایت‌شنو برون‌داستانی یا درون‌داستانی باشد (پرنس، 1987: 105). باتوجه به این نکته روایتگر متن هم نوعی روایت‌شنو است که روایت را از راوی دریافت می‌کند و در غالب شخصیتی ظاهر می‌شود که ادامه داستان را روایت می‌کند تا به گوش روایت‌شنوی دیگری (مخاطب شنونده) برساند؛ برخلاف نظر ژنت که روایت‌شنوی روایتگر را تنها به درون داستان یا برون داستان محدود می‌کند.

یافته‌ها

در این پژوهش ابتدا تعزیه‌ها مورد بررسی قرار گرفته، سپس با توجه به تعزیه‌های مورد مطالعه با استفاده از هر رویکرد به مقوله‌بندی اطلاعات یافت شده پرداخته شده است. به عبارت دیگر داده‌های پژوهش از طریق الگوبرداری روش تحلیل روایت همراه مقوله و زیرمقوله، بازشنوایی آثار (فیلم‌های اجرایی تعزیه) و متون نظری داده‌های پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

نمودار زیر سه عنصر حیاتی که همواره در روند روایت تعزیه هستند و برای تولید قالب کوتاه رادیویی مورد نظر محقق استخراج شده است را نشان می‌دهد:



نمودار ۱: نمودار تداومی تعزیه عاشورایی برای رادیو

عناصر مشترک تعزیه و رادیو

در این بخش طبق اطلاعات اخذ شده از متون تعزیه عاشورایی مدنظر، مقوله‌های مورد نظر پژوهش را بررسی می‌کنیم:

در نگاه اول شاید کمی سخت به نظر برسد که تعزیه بخواند رادیویی شود، اما تعزیه متنی نوشته شده و به عبارتی از پیش آماده شده دارد و این خود یکی از مواردی است که آن را

به سمت رادیو و شنیداری کردن سوق می دهد. در ضمن از سایر عناصر مشترک در رادیو نیز بهره می برد که مهم ترین آن، کلام است. به همین دلیل لازم است قبل از معرفی قالب (پیشنهادی) کوتاه «بیت استوری» به این عناصر اشتراکی بپردازیم:

جدول زیر تنها حاوی عناصر کلیدی مابین تعزیه عاشورایی و رادیو است که در تولید قالب کوتاه رادیویی بیت استوری، مدنظر این پژوهش قرار گرفته است:

جدول ۱: جدول اشتراکی

رادیو	تعزیه
کلام	کلام
موسیقی	موسیقی
صدا	صدا
تخیل	تخیل
روایت شنو (مخاطب)	روایت شنو (مخاطب)
زمان که با کلام مشخص می شود	زمان که با کلام مشخص می شود
مکان که با کلام مشخص می شود	مکان که با کلام مشخص می شود
پیام (فرستنده و گیرنده)	پیام (فرستنده و گیرنده)
راوی	راوی
رویداد	رویداد
ساختار	ساختار
معرفی شخصیت که با کلام مشخص می شود	معرفی شخصیت که با کلام مشخص می شود
توضیح صحنه که با کلام مشخص می شود	توضیح صحنه که با کلام مشخص می شود
گفته پردازی (مونولوگ، دیالوگ، سولی لوگ)	گفته پردازی (مونولوگ، دیالوگ، سولی لوگ)

اشتراکات قالب‌های کوتاه رادیویی

جدول زیر تنها قالب‌های کوتاه رادیویی را که امروزه در رادیو کاربرد دارند از لحاظ زمانی و کاربردی مدنظر قرار می‌دهد. در واقع نتایج حاصل از این بخش که در ستون سمت چپ قرار گرفته است، ویژگی‌ها، مشخصات و ظرفیت‌های قالب کوتاه بیت‌استوری را بیان می‌کند که با عنوان اشتراکات به آن پرداخته شده است، نه اینکه صرفاً ویژگی منحصر به فرد بیت‌استوری باشد.

جدول ۲: کاربرد ویژگی‌ها

بررسی قالب‌های کوتاه رادیویی مناسب پژوهشگر (برای تولید قالب بیت‌استوری)	
آرم استیشن	آرم و نشانه ایستگاه که در فواصل برنامه برای معرفی ایستگاه رادیویی پخش می‌شود. معمولاً زیر یک دقیقه است.
آنونس	قطعه برنامه کوتاه که با استفاده از قطعات یک برنامه به‌طور موجز و مختصر با هدف تبلیغاتی، برنامه را معرفی می‌کند.
مستند	برنامه‌ای که نویسنده در اطراف موضوع موردنظر، وقایع را بازگو می‌کند و برنامه را به‌صورت ترکیبی از صداهای شاهد، نقل قول‌ها، موسیقی و افکت تنظیم می‌نماید. مدت زمان پیشنهادی برای مستند ۲۵ الی ۳۰ دقیقه است.
فیچر	برنامه‌ای گزارشی و خبرمحور است. فیچر فرزند از مستند است. هنر ضبط صدای زندگی است.
بیت‌استوری قالبی	روایی خواهد بود. شبه‌خوان رویدادی که برای خودش یا دیگری

<p>رخ داده است را گزارش می‌دهد.</p>	<p>فیچر به کمک انواع صداها، داستان واقعی را بیان می‌کند (دست‌نخورده) بعدها یک راوی به فیچر اضافه شد. زمان فیچر بین ۱۵ تا ۲۰ دقیقه است.</p>	
<p>بیت استوری حاوی موسیقی مختص تعزیه و شبیه‌خوانی خواهد بود.</p>	<p>مینی فیچر، ارائه یک پیام به مخاطب است. گزارشی که بخش عمده‌ای از آن شامل کلیپ‌های صوتی با متنوع‌ترین ماهیت است. نوعی نقاشی که با صدا رنگ‌آمیزی شده و یک فیلم شنیداری است.</p>	<p>مینی فیچر</p>
<p>بیت استوری، با توجه به فرهنگ نهفته در تعزیه می‌تواند در شناساندن و آموزش محور آن مؤثر باشد. ضمن اینکه از قابلیت صداها (مردمی و بازشنوایی تعزیه‌ها) نیز می‌توان در تولید آن بهره برد.</p>	<p>جینگل در لغت به معنی زنگوله است و در واقع یکی از قالب‌های موسیقی کوتاه رادیویی است. برای متمایز کردن یک شبکه یا برنامه استفاده می‌شود تا به آن هویت بدهد و می‌تواند شامل مواد گفتاری، آواز و موسیقی تا مدت ۱۰ ثانیه است. جینگل‌ها در آغاز میانه یا پایان هر بخش از یک برنامه پخش می‌شود.</p>	<p>جینگل</p>
<p>قابلیت صداها (مردمی و بازشنوایی تعزیه‌ها) نیز می‌تواند در تولید آن بهره برد.</p>	<p>آگهی خدمات عمومی که منافع عمومی جامعه با محتوای آموزشی را در نظر می‌گیرد و با موضوع اجتماعی، فرهنگی و گاه اقتصادی با هدف آموزش به مخاطب تولید می‌شود. آگهی خدمات عمومی با زمان حداکثر ۹۰ ثانیه، برنامه کوتاه برای انتقال پیام‌های عام‌المنفعه است.</p>	<p>پی اس ای</p>
<p>بیت استوری ضمن</p>	<p>به صداها شاهد تدوین شده کولاژ می‌گویند.</p>	<p>کولاژ</p>
<p>پرسش و پاسخ</p>	<p>به معنای صدای مردم است (صدای توده مردم)؛</p>	<p>وکس‌پاپ</p>

<p>درون‌روایتی نسخه‌ها، می‌تواند این پرسش و پاسخ را در ذهن مخاطب شنونده که روایت‌شنوی خارج از متن است، ایجاد کند.</p>	<p>نوعی مصاحبه پرسش و پاسخی، بر مبنای طرح یک پرسش واحد از چندین نفر در یک زمان و مکان است. سقف زمانی وُکس پاپ ۱/۳۰ دقیقه است که باید کوتاه‌تر باشد.</p>	
	<p>تبلیغ رادیو از طریق رادیو است. یکی از انواع اعلان‌های رادیویی با هدف معرفی یک برنامه خاص در میان برنامه‌های یک ایستگاه رادیویی است. پرومو قطعه صوتی کوتاه در حد ۳۰ ثانیه که مانند یک آگهی در لابه‌لای برنامه‌های دیگر پخش می‌شود.</p>	<p>پرومو</p>
<p>بیت استوری می‌تواند تبلیغ تعزیه رادیویی باشد که هدفش معرفی و بیان روایت تعزیه عاشورایی به صورت موجز و مفید است.</p>		

چگونگی تبدیل متون (نسخ) اصلی تعزیه عاشورایی برای تولید قالب کوتاه پیشنهادی بیت‌استوری

یک قالب تازه ابداعی با توجه به مخاطب هدف رادیو، می‌تواند برگرفته از انواع قالب‌ها و پیام‌های کوتاه رادیویی در فرم و ساختاری موجز برای تعزیه عاشورایی باشد. قالبی که در نتیجه این پژوهش با توجه به مراحل انتخابی روش تحلیل روایت، قصد ارائه و پیشنهاد آن را داریم، در ادامه با عنوان بیت‌استوری یاد می‌کنیم. گیل‌آبادی می‌گوید: «در باره پیدایش و شکل‌گیری قالب بیت‌استوری می‌توان بیان کرد بیت‌استوری قالبی داستانی و کوتاه است که از عناصر رادیویی، با بهره‌گیری از زیبایی‌شناسی و ساختار نمایشی، جهت انتقال پیامی موجز و مفید به مخاطب خود، ساخته می‌شود.

«بیت» در ادبیات فنی کامپیوتر، کوچکترین واحد شکل‌گیری سلول هوشمند و «استوری» به معنای داستان است. ترکیب واژه «بیت‌استوری» به معنی «داستانی کوچک و موجز» است. در راستای تحقق تعریف قالب کوتاه بیت‌استوری در کشور ما نخستین بار مجموعه‌ای با عنوان ۶۱، در مرکز هنرهای نمایشی رادیو ساخته شد. به این معنا که زمان هر برنامه از ۶۰ ثانیه بیشتر نشود. پس از آن این قالب در شبکه‌های رادیویی جوان، نمایش، تهران و ... مورد استفاده قرار گرفت.»

لازم به ذکر است برای معرفی جهانی این قالب، نمی‌توانیم از معادل فارسی مشخصی استفاده کنیم، زیرا با نگاه و فکر جهانی ارائه شده است، اما اگر بخواهیم به ذکر نامی فارسی بر آن اصرار بورزیم، شاید عنوان «داستانی کوتاه» تا حدودی بتواند به اصل آن نزدیک باشد. بر این اساس در برنامه‌های رادیویی، برای انتقال پیام به مخاطب در فرصت و زمانی کوتاه و مفید (در اینجا درباره تعزیه عاشورایی و داستان‌های الهام‌گرفته از آن) قالب‌های گوناگونی تهیه می‌شود. از آنجا که رادیو در جایگاه خود توانسته با استفاده از قالب‌های کوتاه متنوع، در سراسر دنیا انواع مختلف فرم و قالب برنامه‌سازی ارائه دهد، ما نیز با ارائه بیت‌استوری می‌خواهیم به صورت دغدغه‌مندتر به روایت‌های کوتاهی پردازیم که برای مخاطب به یادماندنی‌تر و آموزنده‌تر (تأثیرگذار) شود. ضمن پرداختن به چگونگی انتخاب شاه‌بیت‌ها، لازم است تعریف مختصری از بیت‌استوری در اینجا ارائه شود.

همان‌طور که بیان شد، «بیت‌استوری» قالب کوتاه رادیویی در بازه زمانی ۶۰ ثانیه است که ضمن دارا بودن سواد روایت توسط تهیه‌کننده، به‌طور مختصر و مفید به‌طور مستقیم به اصل روایت واقعه عاشورا می‌پردازد. به همین دلیل می‌تواند شامل مجموعه‌ای از روایت‌های اصلی تعزیه عاشورایی باشد که در بازه زمانی مشخص (دهه اول محرم) از سایر شبکه‌های رادیویی تهیه، تولید و پخش شود. به عبارت دیگر بیت‌استوری قالبی کوتاه و داستانی است که از عناصر رادیویی به‌منظور انتقال پیامی موجز و مفید به مخاطب خود، روایت و ساخته می‌شود.

«بیت» در ادبیات کامپیوتری، کوچکترین واحد و «استوری» به معنی داستان است. ترکیب این دو واژه «داستان کوچک» و موجز است که همان «بیت‌استوری» می‌باشد. زمان

برگزیده این قالب به دلیل کم هزینه بودن و تأثیرگذاری سریع بر مخاطب، از زمان قابلیت استوری نرم افزار (شبکه اجتماعی) اینستاگرام توسط پژوهشگر الهام گرفته شده است. در اینستاگرام این قابلیت با صوت و تصویر همراه است که در این پژوهش (با توجه به گرایش رشته تحصیلی پژوهشگر) سعی بر تبدیل این قابلیت به عنوان پیشنهادی برای تولید قالب کوتاه رادیویی به صورت شنیداری شده است. بعد از شناخت و آشنایی با قالب کوتاه بیت استوری برای تبدیل متون تعزیه عاشورایی به قالب کوتاه پیشنهادی مذکور ابتدا با بررسی مجدد نسخه هر مجلس به طور جداگانه، آن دسته از بیت ها و مصرع هایی که خود به تنهایی بازگوکننده روایت رویدادهای اصلی هستند، انتخاب می شوند. هدف از این کار کوتاه کردن روایت چندساعته تعزیه عاشورایی است که در اجرای میدانی به نمایش گذاشته می شود. به طوری که در اینجا مخاطب شنونده رادیو (مسلمان و غیرمسلمان)، در بطن موقعیت قرار می گیرد و از اضافه گویی (شاخ و برگ) حوادث توسط اشخاص فرعی تعزیه کاسته می شود؛ به شرطی که به اصل ساختار و داستان تعزیه لطمه ای وارد نشود و در زمان مشخص شده قالب کوتاه پیشنهادی بیت استوری بگنجد.

به عبارتی دیگر یک متن مجلس از تعزیه با تعدد اشخاص و روایت داستان آن ها همراه است که برای استفاده در قالب بیت استوری، روایت مجزای داستان هر شخصیت عاشورایی مدنظر است. در کار عملی پژوهش پیش رو؛ از همه ی عناصری که پیش تر با عنوان "اشتراکی" مابین تعزیه، رادیو و همچنین بیت استوری با سایر قالب های کوتاه رادیویی، نام برده شد استفاده می شود. در واقع به طور مختصر می توان گفت؛ بیت استوری از لحاظ برنامه سازی رادیویی قالبی است که مابین برنامه ی رادیویی و نمایش رادیویی قرار می گیرد و وام گرفته از هر دو ی اینها است.

الگوی پیشنهادی قالب کوتاه بیت استوری

الگوی پیشنهادی قالب ابداعی بیت استوری به شرح ذیل است (این قالب قابل پیشرفت



نمودار ۲: طراحی الگو

استفاده از عناصر مشترک دیگر قالب‌ها نظیر کولاژ (صدای شاهد مردم و یا بخشی از فیلم و صوت اجرا) که به آن اشاره شد، منوط به انتخاب تهیه‌کننده یا برنامه‌ساز است تا به راحتی در زمان استفاده از قابلیت کیوآر کد برای اپلیکیشن‌ها و بستر فضای مجازی (اینترنت) در دسترس مخاطبان و مخاطبان کم‌بینا و کم‌شنوا نیز قرار گیرد. (حاجی احمدی و دیگران، ۱۴۰۱: ۱۸۸-۱۸۴)

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با دستیابی به تعزیه عاشورایی و مناسک‌سازی در رسانه‌های شنیداری و همچنین تشریح چگونگی استفاده از تعزیه عاشورایی در تولید قالب‌های کوتاه رادیویی با توجه به برخی نظریه‌های رسانه‌ای نظیر تزریقی، استحکام یا تأثیر محدود، استفاده و رضامندی به بررسی آثار نمایشی تعزیه پرداخت که نشان دهد تعزیه عاشورایی قابلیت تبدیل به برنامه‌های رادیویی را دارد.

دانستیم که ساختار برنامه‌های رادیویی را می‌توان با چند قاعده ساده و آشکار توضیح داد. قواعدی که آن‌ها را می‌توان در قالب فرمول‌ها و دستورات تولید ارائه داد. آشکار شد میزان

قابلیت شنیدن و روایت‌مندی یک اثر رادیویی به چند عنصر مشخص و زمینه‌ای بستگی دارد. با این قواعد و عناصر می‌توان ویژگی خاص هر برنامه رادیویی را تعریف کرد، زیرا این نوع برنامه‌ها ناشی از عناصر موجود، قواعد مورداستفاده و شیوه بهره‌برداری از آنهاست. علاوه بر این، با این قواعد و عناصر می‌توان دو اثر رادیویی را مقایسه کرد. همچنین می‌توان بر پایه ویژگی‌های مربوط به روایت و نظریه‌ای رسانه، آثار متنوع رادیویی را بررسی کرد. از دیدگاهی کلی‌تر، روایت‌شناسی هم درباره اصول حاکم بر نظام نشانه‌ها و کنش‌های دلالت‌گر و هم درباره تفسیر مخاطب از آنها، به مخاطب بینش می‌بخشد. بررسی ماهیت همه روایت‌های ممکن، توضیح شکل و کارکرد آنها، بررسی اینکه چگونه و چرا می‌توان با استفاده از روایت و نظریه تزریقی رسانه تولیدات رادیویی را ساخت، آنها را توضیح داد، خلاصه یا گسترده کرد یا آنها را بر پایه عناصری همچون گفته‌پردازی، راوی، روایت‌شنو، کنشگر، مخاطب، زمان و مکان سازمان‌دهی کرد.

در بخش کاربردی، کارکردهای روایت مشترک تعزیه و رادیو را در چند قالب رادیویی و چند تعزیه گوناگون به‌عنوان پیکره مطالعاتی پیاده کرده و به این نتیجه رسیدیم که استفاده از این کارکردها در این آثار روایی مشترک است. از این رو تعزیه قابلیت تبدیل به برنامه‌های رادیویی را دارد. باید بپذیریم که این الگوها مشترک هستند، زیرا در بسیاری از آثار موردبررسی این پژوهش یکسانی الگوها قابل مشاهده بود.

برای دستیابی به الگوهای مشترک آثار نمایشی روایی در تولید برنامه‌های رادیویی باید آنها را با رویکردی درون‌متنی و اجرایی بررسی کرد. این پژوهش تنها به تحلیل و بررسی چند اثر تعزیه و قالب رادیویی از منظر روایت‌شناسی و نظریه تزریقی رسانه پرداخت و در تمام مراحل پژوهش سعی شده از اجرا خارج نشود و تنها خود اجرا و ساختار روایی آن را مورد بررسی و تحلیل قرار دهد.

برنامه و قالب رادیویی باید ارزش شنیدن را داشته باشد. باید چیزی را بازنمایی یا ترسیم یا توصیف کند که مسئله‌ساز است، چیزی که در نظر مخاطب مهم جلوه کند، باید مخاطب را به ادای اظهاراتی وادار سازد که تعجب او از آگاهی‌اش را نسبت به رویدادهایی که در سیر

زمان در اثر رادیویی رخ می دهند، نشان دهد. اگر این میل برآورده نشود، هیچ نکته‌ای نخواهد داشت. روایت مندی و ارزش مندی برنامه و قالب رادیویی به مخاطب آن بستگی دارد. با توجه به نکات ذکر شده، در جدول زیر به عناصر و ظرفیت‌های اجرایی مشترک تعزیه و رادیو (برآمده از مطالعه و نتایج پژوهش در بخش نظری و عملی) می‌پردازیم:

جدول ۳: عناصر و ظرفیت‌های مشترک تعزیه و رادیو

عناصر و ظرفیت‌های مشترک اجرایی تعزیه و رادیو			
عناصر (کمی) / ظرفیت‌ها (کیفی)			
کلام	روایت	گفته‌پردازی	زمان
موسیقی	رویداد	گفتاشنود	مکان
افکت	راوی	آکسسوار	مخاطب
سکوت	روایتگری	حرکت	تخیل

نداشتن تصویر ما را به سمت خیال می‌برد، حرکت ایجاد پرسپکتیو (دوری و نزدیکی از میکروفن) می‌کند و هر آنچه روی صحنه و جلوی میکروفن از افکت‌های آرشیوی و تولیدی پخش می‌کنیم، فضا را می‌سازیم. به عبارتی فضا تحت تأثیر میزانشن است و فاصله ارزش آدم‌ها را نشان می‌دهد و همین فاصله تولید معنا می‌کند. نحوه قرارگیری کنشگران در تعزیه همان توضیح صحنه است. از آنجایی که تعزیه یک آیین است و برای رسیدن به منطق آیینی، ناظم‌الباکا و معین‌الباکا هستند که فاصله ایجاد می‌کنند و در ورود و خروج تعزیه‌خوان‌ها دخیل هستند، می‌توانیم از این قاعده در رادیو نیز استفاده کنیم. موقعیت‌هایی ایجاد کنیم که فقط احساسی و منطق‌گریز نباشند، بلکه منطق‌گرایی (منطق و فلسفه دراماتیک) ایجاد کنیم. با توجه به تمامی بررسی‌ها و داده‌های پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که با استفاده از نظریه روایت‌شناسی جرالده پیرینس و نظریه‌ی تزریقی رسانه، بهترین نوع راوی-کنشگر مرتبط با این پژوهش روایت‌شنو و در نظر گرفتن او قبل از هر روایت است. به طوری که روایت‌شنو (مخاطب) به وسیله تخیل خود روایات را تصویرسازی می‌کند. در اینجا می‌توان گفت

روایت‌شنوی جدیدی به انواع روایت‌شنوها (داخل متن و خارج از متن) اضافه خواهد شد که خود مخاطب شنونده رادیو است. این روایت‌شنو، از پیش داستان روایت را می‌داند و با توجه به سابقه دیداری (چه تصویری و چه اجرایی) گذشته‌اش به آن رجوع می‌کند یا به اصطلاح تعزیه «گریز می‌زند». پس روایت‌شنوی ما از داستان روایت آگاه است. حال با توجه به فعال بودن تنها یک حس (شنوایی)، زمان و مکان و حتی اشخاص و توضیح صحنه را با کمک تخیل خود تجسم می‌کند.

همچنین پژوهشگر به این نتیجه رسید که مخاطب غیرمسلمان نیز به دلیل جهانی بودن هنر آیینی تعزیه، از واقعیت ماجرا آگاه است و می‌تواند مخاطب این برنامه باشد. از آنجا که اغلب تعزیه، رجوعی به گذشته (واقعه عاشورا) است و در زبان حال اجرا و روایت می‌شود و بیشتر مخاطبان با ساختار آن آشنایی دارند، به جای روایتگری هر یک از شخصیت‌های خیر و شر به تنهایی، به روایتگری رویداد هر شخصیت پرداخته شد که مخاطب بتواند به راحتی با آن ارتباط برقرار کرده و همراه شود. به عبارت دیگر مخاطب را در وسط واقعه می‌اندازد.

بر همین اساس تنها سه عنصر حیاتی در این روند همچنان تا پایان حفظ می‌شود که در (نمودار ۱) قرار گرفت و عبارتند از: روایت (متن و کلام)، موسیقی (صورت و افکت) و روایت‌شنو (داخل متن، خارج متن و شنونده رادیو). در ادامه بیان نتیجه پژوهش شایسته است به سلیقه هم اشاره گذری داشته باشیم. با توجه به انتخاب و گزینشگری روایات متون شبیه‌خوانی توسط تهیه‌کننده یا برنامه‌ساز، می‌توان تا حدودی از نمود سلیقه را در این قالب شاهد بود. در ادامه با بررسی انواع قالب‌های کوتاه نزدیک به بیت‌استوری از نظر زمانی و کاربردی، قابلیت‌های قالب جدید و پیشنهادی بیت‌استوری مشخص شد که می‌تواند وام‌گرفته از چه قالب‌هایی باشد.

توالی رویدادها قصه‌ای را می‌گویند که از بیان این قصه «روایت» را دنبال می‌کنیم و به پیام نهفته در آن می‌رسیم که برگرفته از آن مناسک است. نحوه دیدن و بیان ما از قصه، همان روایت ما از آن است و می‌توانیم روایت جدید و تازه‌ای داشته باشیم که برگرفته از مناسک رسانه‌ای آن است. این روایت جدید و تازه از تقطیع کردن‌ها و حتی برداشت‌های ما شکل

می‌گیرد. حال چگونه می‌توانیم از پیوند این ظرفیت‌های تعزیه عاشورایی با فضای حال برای مناسب‌سازی در رسانه‌های شنیداری استفاده کنیم؟ این یکی از ظرفیت‌های بارز رسانه است که می‌توانیم تعزیه را در یک مذهب و تعریف و بستر تازه که همان مناسب‌سازی رسانه‌ای است، مطرح کنیم که یک ظرفیت بالقوه محسوب می‌شود.

منابع

۱. بیرو، آلن (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعی. ترجمه باقر ساروخانی، تهران: سازمان انتشارات کیهان.
۲. پرینس، جرالده (۱۳۹۱). روایت‌شناسی: شکل و کارکرد روایت. ترجمه محمد شهباء، تهران: انتشارات مینوی خرد.
۳. جوادى یگانه، محمدرضا؛ عبداللهیان، حمید (۱۳۸۶). دین و رسانه. تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو؛ نشر طرح آینده.
۴. حاجی احمدی، زهرا (۱۳۹۷). بررسی رابطه تئاتر و دین. تهران: دانشگاه تهران.
۵. حاجی احمدی، زهرا (۱۳۹۸). بررسی جایگاه سواد رسانه‌ای در رسانه‌ها. فصلنامه علمی-تخصصی هنرپژوه. ۷ (۲۳).
۶. حاجی احمدی، زهرا (۱۳۹۹). جایگاه ظرفیت‌های تعزیه عاشورایی در برنامه‌سازی رادیو. ماهنامه علمی-تخصصی مدیریت رسانه. ۸ (۴۹)، ۲۸-۳۶.
۷. حاجی احمدی، زهرا (۱۴۰۱). ظرفیت‌های تعزیه عاشورایی در تولید قالب‌های کوتاه رادیویی (با ارائه قالب نوین بیت‌استوری). تهران: زرنوشت.
۸. حاجی احمدی، زهرا؛ گیل‌آبادی، شهرام؛ همراز، ویدا (۱۴۰۱). تأثیر ظرفیت‌های تعزیه در تولید قالب یا برنامه‌های کوتاه رادیویی (با نگاهی گذرا به روایت و روایت‌شنو). فصلنامه علمی رسانه‌های دیداری و شنیداری. ۱۶ (۴۳)، ۱۸۴-۱۸۸.
۹. خجسته، حسن؛ کلاتری، عبدالحسین (۱۳۸۶). بررسی نسبت رسانه و دین، مطالعه موردی مناسک رسانه‌ای. تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو؛ نشر طرح آینده.
۱۰. دهخدا، علی‌اکبر. (۱۳۸۲). لغت‌نامه‌ی دهخدا. تهران: دانشگاه تهران.
۱۱. شاه‌محمدی، عبدالرضا (۱۳۸۲). عصر ارتباطات و اطلاعات و جهانی شدن دین. پژوهش و سنجش، ۱۰ (۳۵).
۱۲. فتحعلی‌بیگی، داوود (۱۳۹۶). آشنایی با مبانی شبیه‌خوانی. تهران: سوره مهر.
۱۳. فهمیمی‌فر، علی‌اصغر؛ پازوکی، شهاب (۱۳۹۵). پدیدارشناسی حضور اجراگر در شبیه‌خوانی. فصلنامه علمی-پژوهشی کیمیای هنر. ۵ (۲۰)، ۳۱-۴۳.
۱۴. گویننو، ژوزف. (۱۳۶۹). تئاتر در ایران. ترجمه جلال ستاری، فصلنامه تئاتر، (۱۱-۱۲).
۱۵. لاسول، هارولد (۱۳۸۳). ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه. ترجمه نادر درستی، فصلنامه رسانه، ۳۱ (۶۲-۶۹).
۱۶. محمدپور، احمد (۱۳۸۹). ضد روش. تهران: جامعه‌شناسان.

۱۷. مکاریک، ایرناریما (۱۳۸۵). دانشنامه نظریه‌های ادبی معاصر. ترجمه محمد نبوی و مهران مهاجر، تهران: آگه.
۱۸. مک‌کوایل، دنیس. (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. ترجمه پرویز اجلالی، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۱۹. ویندال، سون؛ سیگنایزر، بنو؛ اولسون، جین (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: انتشارات جامعه شناسان.
۲۰. هایدگر، مارتین (۱۳۸۶). پرسش از تکنولوژی. ترجمه شاپور اعتماد. تهران: نشر
21. Genette, Gerard (1980). *Narrative Discourse, An essay in method*. Trans. Jane E. Lewin. New York: Cornell University Press.
22. Prince, Gerald (1987). *A Dictionary of Narratology*, Lincoln: University of Nebraska Press.

The preferred method of ritualizing the Ta'ziyeh Ashuraie (Ashura mourning ceremonies) in audio media

Zahra Haji-Ahmadi*

Shahram Gil-Abadi (corresponding author)**

Vida Hamraz***

Abstract

Objective: Since Ashura rituals and their rich literature have significant semantic and formal capacities, this article aims to present a suitable model for ritualizing content produced for audio-visual media using the capacities of the Taziye ritual. It seeks to provide new practical formats for audiences.

Research Methodology: The research method is qualitative, using narrative analysis. Two versions of Ashura Taziye assemblies were reviewed for similarity or lack of coordination, considering categories such as music type, rhythm, performance type, and program format and function in audio-visual media.

Findings: Based on the findings of this research, radio has been able to use a spectrum of short programs to offer various forms and program formats worldwide.

Discussion and Conclusion: By introducing and proposing a format called "Beit-Story" for informing and educating users, it is possible to witness the preservation and introduction of an important part of Iranian-Islamic culture and its development in the growth and attraction of global audiences in this field.

Keywords: Ritualization, Ashura Taziye, Production, Audio-Visual Media, Beit-Story.

* PhD student, Department of Media Management, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran. zahra1991hajiahmadi@gmail.com

** Assistant Professor, Department of Radio, Faculty of Radio and Television Production, University of Broadcasting, Tehran, Iran. Gilabadi1@gmail.com

*** Assistant Professor, Department of Radio, Faculty of Radio and Television Production, University of Broadcasting, Tehran, Iran. hamraz_v@iribu.ac.ir