

صفحات ۲۱-۱۲

نشانه شناختی ارتباطات کلامی برنامه رادیویی ورزش در فارس

همتعلی حیدری^{۱*}

۱- دکتری جامعه شناسی گرایش بررسی مسایل اجتماعی ایران، گروه جامعه شناسی واحد جهرم، دانشگاه آزاد اسلامی و پژوهشگر ارشد صدا و سیمای مرکز فارس، شیراز، بلوار جمهوری.

چکیده:

هدف از پژوهش حاضر تحلیل نشانه شناختی ارتباطات کلامی برنامه رادیویی ورزش در فارس بوده است. با استفاده از روش کیفی (اسنادی و تحلیل برنامه رادیویی ورزش در فارس) و جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز با استفاده از الگوی نشانه شناسی دوسوسور مبنی بر رابطه بین دال و مدلول و برداشت ذهنی از مفاهیم در ارتباطات کلامی انجام شده است. یافته‌های پژوهش برداشت ذهنی و رابطه دال و مدلول در ارتباطات کلامی برنامه رادیویی ورزش در فارس از شبکه استانی صدای مرکز فارس را نشان می‌دهد. بر این اساس در ارتباطات کلامی گوینده با مخاطبان و مهمانان برنامه، بیشتر به مولفه‌های ۱- تشویق مردم به ورزش و حفظ شادابی و سلامت جسمانی ۲- زمینه سازی برای اصلاح فرهنگ ورزشی کشور ۳- زمینه سازی برای گسترش ورزش های قهرمانی ۴- گسترش ارزش های انقلاب اسلامی در جهان از طریق حضور در صحنه مسابقه‌های جهانی توجه شده است. لذا پرداختن گوینده‌های برنامه‌های رادیویی ورزش شبکه فارس به مولفه‌های فوق را پیشنهاد و توصیه می‌گردد.

واژگان کلیدی: نشانه شناختی، ارتباطات، کلامی، ورزشی، رادیویی.

* ایمیل نویسنده مسئول: H2heydari@yahoo.com

مقدمه:

ارتباطات به معنی به اشتراک گذاشتن معانی از مجرای تبادل اطلاعات است. فراگرد ارتباطات، به واسطه فناوری ارتباطات، ویژگی‌های فرستندگان و گیرندگان اطلاعات، رمزگان فرهنگی مرجع و پروتکل‌های ارتباطاتی آن و نیز دامنه فراگرد ارتباطاتی مورد نظر تعریف می‌شود. معنا، تنها در دریافت یا زمینه بروز روابط اجتماعی که اطلاعات و ارتباطات در آن به جریان افتاده باشند، قابل فهم است (کاستلز، ترجمه بصیریان جهرمی، ۱۴۰۲: ۸۴). در جامعه ما، پروتکل‌های ارتباطی بر مبنای «به اشتراک گذاری فرهنگ» ایجاد نشده، بلکه بر اساس «فرهنگ به اشتراک گذاری» بنا شده است؛ به همین دلیل در نهایت، پروتکل‌های ارتباطی، از فراگرد کنش ارتباطی خارج نیستند؛ آن‌ها، در ذهن مردم و از طریق تعامل میان نقاط ارتباطی چندگانه در نظام ارتباطات ایجاد می‌شوند و مردم در واقع، صاحب ساختمان ذهنی در «عملکرد چندگانه ارتباطی» خود هستند. این مساله از چیزی که به اصطلاح، مخاطب را خاستگاه فرایند تغییر فرهنگی می‌خواند، تبعیت می‌کند و وابستگی تاریخی آن را به رسانه‌های عصر ارتباط جمعی ملغا می‌داند (همان، ۲۰۲). گیرنده پیام با مشخص کردن دال در فراگرد دریافت مدلول پیام، معنای آن را برای خود تفسیر می‌کند و بر اساس اجزای پیام ارسال شده پیش می‌آید؛ اما در نهایت در یک حوزه معنایی متمایز، تفسیرها را با هم ترکیب می‌کند. به هر حال نمی‌توان گفت موضوع یا سوژه ارتباطی، به واسطه شکل و محتوای پیام، تحت تاثیر قرار نگرفته و حتی چارچوب بندی نشده است؛ اما با این همه، ساخت معنا پیچیدگی‌هایی دارد و به سازوکارهای فعال سازی وابسته است تا سطوح مختلف درگیری را در دریافت پیام تلفیق کند (همان، ۲۰۴).

رسانه‌ها فراگیرترین و موثرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع دانش و معرفت در مقایسه با سایر نهادهای آگاهی و شناخت در جهان جدید هستند و امکاناتی که آن‌ها در اختیار دارند، تاثیر عمده‌ای بر شکل‌گیری تصویر ذهنی مخاطبان به جا می‌گذارند؛ به طوری که گفته می‌شود، افکار و مفاهیمی که اعضای جامعه با آن‌ها دیدگاه‌های خود را در مورد واقعیت اجتماعی سازمان می‌دهند، تا حدود زیادی از رسانه‌ها دریافت شده است. به همین دلیل نقش رسانه‌ها در ساخت فرهنگ و سیاست، بطور عام و حفظ یا به چالش کشیدن روابط قدرت بطور اخص، از موضوعاتی است که پیوسته مورد بررسی قرار می‌گیرند. در بازنمایی‌های رسانه‌ای، همه گروه‌های اجتماعی با عینیت و بی طرفی به تصویر کشیده نمی‌شوند؛ بلکه رسانه‌ها گروه‌هایی را به حاشیه می‌برند تا گفتمان مسلط به عنوان شکل غالب فرهنگی، ترویج و بازتولید شود. رسانه‌ها می‌توانند با توجه به اهداف از پیش تعریف شده و با بهره‌گیری از فرایند گزینش‌گری و دخل و تصرف، تصویر خاصی از گروه‌های اجتماعی را ارائه دهند و آن‌ها را با تصاویر کلیشه‌ای به نمایش درآورند یا در یک گام فراتر، گروه‌هایی را حذف کنند (حیدری و همکاران، ۱۴۰۱). یکی از متون برنامه سازی که بازنمایی‌های رسانه‌ای از طریق آن صورت می‌گیرد، مجموعه‌های رادیویی است. این مجموعه‌ها با بهره‌گیری از روایت‌ها و سازوکارهای درگیرسازی مخاطب در حوادث، برخی از مفاهیم و درون مایه‌های مورد نظر سیاست گذاران ارتباطی را به همراه معانی اخلاقی، تبلیغاتی، الهام بخشی و تهییجی، به مخاطبان انتقال می‌دهند و از این رهگذر، به اهداف از پیش تعیین شده نایل می‌شوند. به این ترتیب زبان رسانه‌ای به عنوان فراگیرترین زبان ارتباطی در حوزه عمومی، همچون متنی در نظر گرفته می‌شود که با ترکیب دال‌ها و مدلول‌ها، به دنبال معنا سازی و انتقال معانی است. استخراج رمزها و قراردادهای استفاده شده در متن کمک می‌کند علاوه بر برقراری ارتباط با مخاطب، معنای ویژه‌ای، برساخته، کشف و افشا شود. در واقع از طریق رویکرد نشانه شناسی پژوهشگر هم معنای صریح و هم معنای ضمنی متون را بررسی می‌کند (بهمنی، ۱۳۹۵، به نقل از حیدری، ۱۴۰۱).

با توجه به مطالب یاد شده، در برنامه رادیویی ورزش در فارس، نوعی نظم معنایی نهفته شده است که در صدد القای مفاهیم خاص در چارچوب ارتباطات کلامی گوینده‌های برنامه برمی‌آید. این مسئله وقتی دو چندان می‌شود که بدانیم بیاناتی که از دریچه این قالب رسانه‌ای ارایه می‌شود، ترویج دهنده نظام ایدئولوژیکی است که در نهایت، هویت مخاطب و معانی پدیده‌های زندگی روزمره او، از طریق آن بازتعریف و برساخته می‌شود. چنین کشفی حاصل نمی‌شود؛ مگر با اتخاذ رویکردی هدفمند و علمی.

رویکرد نشانه‌شناسی گفتمانی، یکی از راه‌های بررسی و استخراج این گونه معانی مستتر، با توجه به ارتباطات کلامی است؛ این رویکرد ابزاری را در اختیار پژوهشگر قرار می‌دهد تا برنامه‌های گفتگو محور رادیویی، به منزله نظام نشانه‌ای، مورد بررسی و واکاوی علمی قرار گیرند. پژوهش حاضر با انتخاب نمونه علمی مجموعه برنامه‌های رادیویی گفتگو محور ورزش در فارس و تحلیل نشانه‌شناسی گفتگوهای گوینده با مخاطبان و مهمانان برنامه-سعی بر آن دارد تا ضمن روش نشانه‌شناسی به عنوان یکی از پرکاربردترین روش‌های کیفی و تمرکز بر رویکرد نشانه‌شناسی ارتباطات کلامی یا نشانه‌شناسی گفتمانی در کشف معانی ناپیدا در گفتگوها، به صورت کاربردی و عملی، ساز و کار استفاده از این روش و مراحل اجرای آن را تشریح کند. استفاده از این رویکرد و تبیین کاربرد این روش در محصولات رسانه‌ای، باعث می‌شود، برنامه سازان برنامه‌های ورزشی رادیویی با حساسیتی دو چندان، گام در عرصه تولید چنین برنامه‌هایی بگذارند.

فردینان دوسوسور نخستین کسی بود که علم نشانه‌شناسی را مطرح کرد و نشانه را ترکیبی از دال (امر حاضر) و مدلول (امر غایب) می‌دانست. نظر سوسور در باب نشانه‌ها از آن رو اهمیت دارد که وی قائل به درک معنای نشانه‌ها در نظامی است که در آن پدید آمده‌اند. بنابراین نشانه به خودی خود معنا ندارد؛ کالر می‌گوید، هر جا نشانه‌ها باشند، نظامی هم وجود دارد و این وجه مشترک همه کارکردهای دلالتی است. اگر قرار است ماهیت آنها شناخته شود باید آنها را در یک نظام و نه منفرد، در نظر بگیریم. پس از سوسور، نشانه‌شناس دیگری به نام پیرس، در باب نشانه، نظراتی را ابراز کرد که توجه زیادی به ویژه نزد دریدا و پسا ساختارگرایان یافت. پیرس به ویژگی دیگری در نشانه‌ها اشاره کرد که از نظر سوسور مغفول مانده بود و آن وجود مفسر برای تفسیر نشانه بود. نشانه مدنظر سوسور و ساختارگرایان، نشانه‌ای صلب و مکانیکی بود؛ گویی همه‌ی نشانه‌ها باید همیشه به یک شکل تفسیر شوند؛ اما پیرس نقش مفسران و مخاطبان نشانه‌ها را برجسته کرد. طبق نظر او ممکن است یک نشانه در یک نظام نشانه‌ای، به شیوه‌های متفاوتی تفسیر شود. پیرس همچنین نشانه‌ها را به سه دسته تقسیم کرد: شمایی، نمایه‌ای و نمادین (سازمند، اسحاق و همکاران، ۱۴۰۱).

نشانه‌شناسی از روش‌هایی به شمار می‌رود که با بکارگیری آن، خوانش انتقادی و توجه به لایه‌های زیرین برای سیاست‌گذاران ارتباطی، برنامه‌سازان و مخاطبان رسانه، عیان می‌شود از آن جا که این روش نظام مند است به مدد آن، از تحلیل‌های سلیقه‌ای و غیر علمی خوانش متن، فاصله گرفته می‌شود و پیوند بین حوزه تولید و پژوهش در رسانه برقرار می‌شود. طبق نظر سوسور مقوله‌های زبان واقعیات جهان را در تناظری یک به یک بین واژه‌ها و مدلولشان منعکس نمی‌کنند بلکه آن‌ها را بر می‌سازند و معنا، برساخته‌ی اجتماعی و تاریخی است. معنای هر شیء را گفتار و رفتار اجتماعی به وجود می‌آورد و رابطه دال با مدلول، حاصل عرف‌های اجتماعی و عرفی است.

بهره‌گیری از روش نشانه‌شناسی برای مطالعات مرتبط با رسانه‌های شنیداری، به گونه‌ای خاص رقم می‌خورد، پژوهشگر رسانه که دغدغه نحوه بازنمایی امور را در رسانه‌ها دارد، نمی‌تواند از رویکردهایی که نشانه‌شناسی یکی از آن‌هاست، غفلت کند. نشانه‌ها به کمک معانی ضمنی، امکان بازنمایی غیر مستقیم پیام را فراهم می‌کنند و از این طریق، سبب اثرگذاری عمیق‌تر

و طولانی تر پیام بر ذهن مخاطبان می شوند. رادیو به شکل کلامی معنا تولید می کند و طیف گسترده ای از علایم ترکیبی را در رمزها و قواعدی پیچیده به کار می برد. در اینجا آنچه به کمک پژوهشگر می آید تا چنین نظام های پیچیده و ترکیب شده ای را رمزگشایی کند، رویکرد نشانه شناسی است. این روش از نقش رسانه ای نشانه ها و نقشی که در بنا کردن حقایق در عالم خارج دارند افشاگری می کند و لایه ها و ساختار سازنده متن رسانه ای را بر مخاطب خود آشکار می سازد. با این رویکرد است که پژوهشگر بررسی می کند اطلاعات یا معناها در کجا قرار دارند؛ به تعبیر چندلر معنا برای ما ارسال نمی شود بلکه ما آن را فعالانه از طریق فعل و انفعال پیچیده ای از رمزگان یا قراردادهایی که بطور معمول از آن ها بی خبریم خلق می کنیم (پاینده، ۱۳۸۵، چندلر، ۱۳۸۷ به نقل از، حیدری، ۱۴۰۱).

با توجه به موارد مطرح شده در فوق، تحلیل نشانه شناختی ارتباطات کلامی برنامه رادیویی گفتگو محور «ورزش در فارس» به عنوان یک پژوهش رسانه ای ضرورت و لازم است. بنابراین و در نهایت، در این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال هستیم که آیا گفتگوهای گوینده با مخاطبان و مهمانان یا کارشناسان برنامه رادیویی ورزش در فارس، بر اساس شاخص های تعیین شده از سوی دبیرخانه شورای انقلاب فرهنگی (راهبری، ابعاد و مولفه های فرهنگی) انجام شده است؟

روش پژوهش:

نوع روش تحقیق: روش این پژوهش، تحلیل محتوی کیفی با رویکردی استقرایی است. بر این مبنا، نشانه های موجود در بیست و شش برنامه رادیویی ورزش در فارس از شبکه استانی صدای مرکز فارس در تابستان ۱۴۰۲ از منظر نشانه شناختی ارتباطات کلامی دو سوسور بررسی شده است. در این بررسی ابتدا گفت و گوهای مجری برنامه ورزش در فارس بررسی شده اند. بدین منظور ۴ مقوله یا مولفه یا شاخص، با استفاده از شگردهای دال و مدلولی حاصل از گفت و گوهای مجری با کارشناسان برنامه مورد تحلیل قرار گرفته اند که این مقوله های موجود در ارتباطات کلامی عبارتند از: ۱- ارتباطات کلامی با محوریت «تشویق مردم به ورزش و حفظ شادابی و سلامت جسمانی». ۲- ارتباطات کلامی با محوریت «زمینه سازی برای اصلاح فرهنگ ورزشی کشور». ۳- ارتباطات کلامی با محوریت «زمینه سازی برای گسترش ورزش های قهرمانی». ۴- ارتباطات کلامی با محوریت «گسترش ارزش های انقلاب اسلامی در جهان از طریق حضور در صحنه ی مسابقه های جهانی».

واحد بررسی، جامعه آماری و حجم نمونه: واحد بررسی در این تحقیق، آیتم های مربوط به گفت و گوهای مجری با کارشناسان و مهمانان برنامه می باشد. جامعه آماری این پژوهش برنامه های رادیویی ورزش در فارس از شبکه استانی صدای مرکز فارس در تابستان ۱۴۰۲ است که تعداد ۲۶ برنامه از میان جامعه آماری انتخاب و مورد تحلیل قرار گرفته اند.

روایی یا اعتبار داده ها یا اطلاعات: برای سنجش اعتبار و روایی مفاهیم از اعتبار صوری بدین شرح استفاده شده است: الف- توجه به اعمال نظر کارشناسان مرکز تحقیقات صدا و سیما و معاونت برنامه ریزی و نظارت و اساتید دانشگاه و کارشناسان اداره کل ورزش و جوانان استان فارس برای تصحیح و اعمال نظر ناظر تحقیق استفاده شده است. ب- استفاده از نظرات اعضای اتاق های فکر و جلسات اندیشه ورز و جلسات علمی پژوهشی برگزار شده در حوزه پژوهش صدا و سیما مرکز فارس. ج- استفاده از جدیدترین مقالات و پژوهش های مرتبط با موضوع برای پالایش مفاهیم و مولفه های توصیفی در پژوهش. د- حذف و اصلاح موارد محتوایی و خواسته شده در طرح پژوهشی.

یافته‌های پژوهش:

بدون تردید برنامه‌های رادیویی «ورزش در فارس» جزو موفق‌ترین و پرمخاطب‌ترین برنامه‌های شبکه استانی صدای مرکز فارس بوده که از لحاظ کیفیت تولید رادیویی، ساختار ترکیبی مجله‌ای، از کیفیت بالایی برخوردار است. این برنامه بخش‌های مختلفی از قبیل گفت و گوی مجری با مهمانان و کارشناسان، موسیقی با کلام و بی کلام، انعکاس اخبار ورزشی، گزارش فعالیت‌های ورزشی بانوان و آقایان به تفکیک، بررسی و بیان مشکلات ورزشی شهرستان‌ها در برنامه را داشته است. در این تحقیق به مطالعه و بررسی گفت و گوی مجری با مهمانان برنامه با توجه به اهداف تعیین شده پرداخته شده است که نتایج حاصله از برداشت‌های ذهنی و مفهومی در جدول زیر آمده است.

جدول ۱. شاخص استراتژیک، ابعاد و مولفه‌های سیاست‌های اجرایی افق رسانه در برنامه‌های ورزشی (دال و مدلول)	
(دال): شاخص هدف (بعد)	(مدلول یا برداشت ذهنی و مفهومی): شاخص عملیاتی (مولفه)
تشویق مردم به ورزش و حفظ شادابی و سلامت جسمانی	0 معرفی ورزش‌های مناسب برای اقشار مختلف، متناسب با جنس، سن، شرایط محیطی جغرافیایی و امکانات.
	0 تبیین جایگاه، کمیت و کیفیت ورزش در زندگی.
	0 تبیین نقش ورزش در کارایی فردی و اجتماعی
	0 دانش‌افزایی مفید درباره‌ی ورزش‌های مناسب.
	0 افزایش انگیزه برای ورزش، نرمش و تحرکات سالم جسمی.
	0 تبیین تأثیر ورزش در تعادل روحی و روانی.
	0 زمینه‌سازی برای رفع مشکلات همگانی شدن ورزش‌های مفید.
	0 زمینه‌سازی برای گسترش امکانات و فضاهای سالم برای ورزش.
	0 تبیین تأثیر ورزش در سلامت و زیبایی جسمی.
	0 طرح و تبیین دیدگاه بزرگان دینی در اهمیت ورزش و حفظ سلامت.
	لاقه و افتخار به خط و زبان فارسی
	0 علاقه‌مندی به آثار ادبیات فارسی
	0 معرفی و ترغیب به ورزش‌های همگانی، گروهی و ارتقای سطح همکاری‌های دسته‌جمعی.
	0 تأکید بر ابزار بودن ورزش به جای هدف بودن آن.
	0 ترویج تقدم روحیه‌ی پهلوانی بر قهرمانی.
	0 تأکید بر اصالت ارزش‌های انسانی در مقابل پیروزی.
	0 ترویج روحیه‌ی تعاون و دوستی در ورزش.
	0 مقابله با فرهنگ خشونت و آشوب در محیط‌های ورزشی.
	0 مقابله با قبیله‌گرایی، تعصبات قومی، هیجانات و حب و بغض‌های دروغین در محیط‌های ورزشی.
	0 زمینه‌سازی برای پاک‌سازی فضای ورزش کشور از مفاسد اخلاقی، رفتاری و لالابالی‌گری.
	0 نکوهش اهداف سوداگرانه و مادی در ورزش.

0 زمینه سازی برای شکل گیری هنجارهای ورزشی، بر اساس مفاهیم و ارزش های اخلاقی. 0 تجلیل از اسوه ها و پهلوانان برخوردار از اخلاق انسانی. 0 مذمت تک روی، غرور، خودمحوری و خودخواهی در ورزش. 0 معرفی و نقد نموده ها و نمادهای منفی و غیر صحیح فرهنگ مادی غرب در ورزش. 0 نقد مناسبات ناسالم فرهنگ ورزشی غرب. 0 معرفی آداب، اخلاق، سنن و امتیازات فرهنگ ورزش ایرانی اسلامی. 0 تشویق و ترغیب ورزشکاران و ورزش دوستان به رعایت نظم، قانون و انضباط ورزشی و اجتماعی. 0 معرفی و تشویق گروه ها و ورزشکاران برخوردار از امتیازات اخلاقی. 0 تشریح مسئولیت های اجتماعی فرهنگی قهرمانان از لحاظ الگو قرار گرفتن آنان. 0 ترغیب و ترویج ورزش های بومی و محلی که زمینه ساز سلامت جسمی و نشاط روحی باشد. 0 تبیین شاخص ها و آثار مثبت ورزش های بومی ایرانی و تلاش برای ترویج آن.	زمینه سازی برای اصلاح فرهنگ ورزشی کشور
0 زمینه سازی و کمک به ارتقای سطح فنی، تخصصی و علمی ورزش کشور. 0 تبیین علل و مصادیق نارسایی ها، شکست ها و ضعف های ورزش قهرمانی. 0 تجلیل از مربیان، ورزشکاران و مدیران خلاق، با استعداد و با اخلاق انسانی. 0 ارتقای سطح خودباوری، معرفی توانمندی های خودی و مقابله با اموری که موجب تحقیر روحیه ی ورزشی می شود. 0 تشریح نقش اراده، پشتکار، هوش و تمرکز در پیروزی قهرمانان. 0 ترویج ورزش هایی که زمینه ی مناسبی را برای مدال آوری فراهم می کنند.	زمینه سازی برای گسترش ورزش های قهرمانی
0 زمینه سازی برای ترویج و تعمیق آداب و اخلاق اسلامی در فعالیت های ورزشی. 0 ترویج عفاف و حجاب در ورزش بانوان. 0 معرفی کیفیت حضور سالم زنان در عرصه های متناسب ورزشی. 0 زمینه سازی برای نمایش اتحاد ملی، همبستگی اسلامی و پشتیبانی از مظلومان در صحنه های ورزشی. 0 ارتقای حساسیت قهرمانان در رعایت آداب و عادات اسلامی در صحنه ی مسابقه های جهانی. 0 معرفی نقش قهرمانان ورزشی به عنوان سفیران فرهنگ جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور.	گسترش ارزش های انقلاب اسلامی در جهان از طریق حضور در صحنه ی مسابقه های جهانی

بحث و نتیجه گیری و پیشنهادهای کاربردی و رسانه‌ای:

در برنامه های رادیویی از قبیل ورزش در فارس که بصورت گفت و گو محور و ضبطی و گاهی هم زنده اجرا می شود، عوامل برنامه بخصوص گوینده بایستی در ارتباطات کلامی خود به مولفه ها و شاخصه های تعریف شده توجه نمایند و به عبارتی سواد رسانه ای خود در ارتباط با اهداف برنامه را در خصوص مولفه ها زیر افزایش دهند و این مولفه ها عبارتند از: ۱- بالا بردن سواد رسانه ای در زمینه ۱- تشویق مردم به ورزش و حفظ شادابی و سلامت جسمانی، ۲- زمینه سازی برای اصلاح و توسعه و رشد فرهنگ ورزشی کشور، ۳- زمینه سازی برای گسترش ورزش های قهرمانی ۴- گسترش ارزش های انقلاب اسلامی در جهان از طریق حضور در صحنه ی مسابقه های جهانی.

تثویق مردم به ورزش و حفظ شادابی و سلامت جسمانی: با توجه به مولفه های ده گانه جدول فوق در خصوص تشویق مردم به ورزش و حفظ شادابی و سلامت جسمانی در برنامه رادیویی ورزش در فارس و تحلیل نشانه شناختی ارتباطات کلامی برنامه فوق در شش ماهه اول ۱۴۰۲ نشان از آن دارد که گوینده برنامه رادیویی ورزش در فارس از بین مولفه های ده گانه بیشتر به مولفه هایی از قبیل: « معرفی ورزش های مناسب برای گزوه های مختلف، متناسب با جنس، سن، شرایط محیطی و جغرافیایی و امکانات» و « تبیین جایگاه، کمیت و کیفیت ورزش در زندگی» و « تبیین نقش ورزش در کارایی فردی و اجتماعی» پرداخته است و لذا برای بالا بردن کیفیت محتوایی برنامه ورزش در فارس به گویندگان رادیو پیشنهاد می شود که به سایر مولفه های ده گانه در موضوع فوق نیز در گفت و گوهای خود با مخاطبان توجه و به آن ها پرداخته شود.

زمینه سازی برای اصلاح فرهنگ ورزشی کشور: با توجه به مولفه های بیست گانه مندرج در جدول فوق در خصوص زمینه سازی برای اصلاح فرهنگ ورزشی کشور در برنامه رادیویی ورزش در فارس و تحلیل نشانه شناختی ارتباطات کلامی برنامه فوق، نشان از آن دارد که گوینده برنامه رادیویی ورزش در فارس از بین مولفه های بیست گانه فوق بیشتر به مولفه های « معرفی و ترغیب به ورزش های همگانی، گروهی و ارتقای سطح همکاری های دسته جمعی»، « ترویج تقدم روحیه ی پهلوانی بر قهرمانی»، « زمینه سازی برای پاک سازی فضای ورزش کشور از مفاسد اخلاقی، رفتاری و لایبالی گری»، « تجلیل از اسوه ها و پهلوانان برخوردار از اخلاق انسانی»، « معرفی آداب، اخلاق، سنن و امتیازات فرهنگ ورزش ایرانی اسلامی»، « تشویق و ترغیب ورزشکاران و ورزش دوستان به رعایت نظم، قانون و انضباط ورزشی و اجتماعی»، « معرفی و تشویق گروه ها و ورزشکاران برخوردار از امتیازات اخلاقی» و « تبیین شاخص ها و آثار مثبت ورزش های بومی ایرانی و تلاش برای ترویج آن » پرداخته است و لذا برای بالا بردن کیفیت محتوایی برنامه به گویندگان برنامه پیشنهاد می شود که به سایر مولفه های بیست گانه در موضوع «زمینه سازی برای اصلاح فرهنگ ورزشی کشور» نیز در گفت و گوهای خود با مخاطبان توجه و به آن ها پرداخته شود.

زمینه سازی برای گسترش ورزش های قهرمانی: با توجه به مولفه های شش گانه مندرج در جدول فوق، در خصوص زمینه سازی برای گسترش ورزش های قهرمانی در برنامه رادیویی ورزش در فارس و تحلیل نشانه شناختی ارتباطات کلامی برنامه، نشان از آن دارد که گوینده برنامه رادیویی ورزش در فارس به همه ی مولفه های شش گانه فوق پرداخته است.

گسترش ارزش های انقلاب اسلامی در جهان از طریق حضور در صحنه ی مسابقه های جهانی: با توجه به مولفه های شش گانه تعریف شده در خصوص «گسترش ارزش های انقلاب اسلامی در جهان از طریق حضور در صحنه ی مسابقه های جهانی» در برنامه رادیویی ورزش در فارس و تحلیل نشانه شناختی ارتباطات کلامی برنامه نشان از آن دارد که گوینده

برنامه رادیویی ورزش در فارس از بین مولفه های شش گانه فوق بیشتر به مولفه های « زمینه سازی برای ترویج و تعمیق آداب و اخلاق اسلامی در فعالیت های ورزشی » و « معرفی نقش قهرمانان ورزشی به عنوان سفیران فرهنگ جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور » پرداخته است و لذا برای بالابردن کیفیت محتوایی برنامه به گویندگان برنامه پیشنهاد می شود که به سایر مولفه های شش گانه در مولفه « گسترش ارزش های انقلاب اسلامی در جهان از طریق حضور در صحنه ی مسابقه های جهانی » نیز در گفت و گوهای خود با مخاطبان توجه و به آن ها پرداخته شود.

بحث و نتیجه گیری و پیشنهادهای کاربردی و رسانه ای:

در برنامه های رادیویی از قبیل ورزش در فارس که بصورت گفت و گو محور و ضبطی و گاهی هم زنده اجرا می شود، عوامل برنامه بخصوص گوینده بایستی در ارتباطات کلامی خود به مولفه ها و شاخصه های تعریف شده توجه نمایند و به عبارتی سواد رسانه ای خود در ارتباط با اهداف برنامه را در خصوص مولفه ها زیر افزایش دهند و این مولفه ها عبارتند از: ۱- بالا بردن سواد رسانه ای در زمینه ۱- تشویق مردم به ورزش و حفظ شادابی و سلامت جسمانی، ۲- زمینه سازی برای اصلاح و توسعه و رشد فرهنگ ورزشی کشور، ۳- زمینه سازی برای گسترش ورزش های قهرمانی ۴- گسترش ارزش های انقلاب اسلامی در جهان از طریق حضور در صحنه ی مسابقه های جهانی.

در هر پژوهشی کمبودها و نواقص ها احساس می شود. در این پژوهش نیز کمبودهایی را احساس کردیم که مهمترین آن ها عبارتند از: ۱- نبود پیشینه های مطالعات داخلی و خارجی در خصوص نشانه شناختی ارتباطات کلامی. ۲- همکاری نکردن کتابخانه مرکز افکارسنجی صدا و سیما با پژوهشگران مراکز استان ها.

تشکر و قدردانی:

بدین وسیله، مراتب سپاس و قدردانی را از کلیه کسانی که در انجام این مطالعه همکاری نمودند، به عمل می آید. همتعلی حیدری نویسنده مقاله.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع:

- بهمنی، مهرزاد (۱۳۹۵)، نشانه شناسی و کاربرد آن در رسانه، بازنمایی هویت جنسیتی مردانه در سریال تلویزیونی ستایش ۱ و ۲، تهران، مرکز پژوهش و سنجش افکار صدا و سیما.
- سازمند، اسحاق و مصطفی دشتی آهنگر (۱۴۰۱)، چگونگی تاثیرگذاری آگهی های تلویزیونی با تکیه بر صناعات شبه بلاغی، مطالعه موردی: پوشش ایران من، فصلنامه علمی دیداری و شنیداری، دوره شانزدهم، شماره ۴، پیاپی ۴۴.
- پاینده، حسین (۱۳۸۵)، قرائتی نقادانه از آگهی های تجاری در تلویزیون ایران، تهران، روزنگار.
- حیدری، همتعلی و مجیدرضا کریمی (۱۴۰۱)، نشانه شناختی ارتباطات کلامی برنامه تلویزیونی خوشا شیراز، فصلنامه رهپویه ارتباطات و فرهنگ، دوره اول، شماره چهارم.
- چندلر، دانیل (۱۳۸۷)، مبانی نشانه شناسی، ترجمه ی مهدی پارسا، تهران، پژوهش گاه فرهنگ و هنر اسلامی.
- کاستلز، مانوئل (۱۴۰۲)، قدرت ارتباطات، ترجمه حسین بصیریان جهرمی، تهران، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ سوم.

Assessing and comparing the concentration and control skills of male Semiotics of verbal communication of sports radio program in Fars

Heydari Hemmat Ali^{1*}

1- PhD in Sociology, Department of Sociology, Jahrom Branch, Islamic Azad University, and Senior Researcher of Fars Center Broadcasting, Shiraz, Jomohri Blvd.

Abstract:

The aim of the present research was to analyze the semiotics of the verbal communication of sports radio program in Fars. Using the qualitative method (documents and analysis of the sports radio program in Fars) and collecting the required information using the semiotic pattern of bisaurus based on the relationship between the signifier and the signified and the subjective perception of concepts in verbal communication. The findings of the research show the subjective perception and the relationship between the signifier and the signified in the verbal communication of the sports radio program in Fars from the Fars Central Voice provincial network. Based on this, in the speaker's verbal communication with the audience and guests of the program, more on the components of 1- Encouraging people to exercise and maintaining vitality and physical health 2- Laying the groundwork for reforming the country's sports culture 3- Laying the groundwork for the expansion of championship sports 4- Expanding The values of the Islamic revolution have been noticed in the world through the participation in the world competitions. Therefore, it is suggested and recommended that the announcers of sports radio programs of Fars Network address the above components.

Keywords: *Semiotics, communication, verbal, sports, radio.*

* Correspondence: H2heydari@yahoo.com