



## برنامه‌سازی در رادیو

کوتاهی، حامل پیام‌های سیاسی، اخلاقی و اجتماعی است. مبنای طنز، گرچه شوخی و خنده است، اما این خنده، خنده شادمانی نیست. خنده‌ای است تلخ، همراه با سرزنش که عیب و نقص‌ها را برملا می‌کند. خنده‌ای از روی دلسوزی

مشکلی از وقایع و حوادث دنیای خویش باخبر شود.

برنامه‌های رادیویی را به لحاظ قالب و محتوا می‌توان در سطوح و اشکال متفاوت تقسیم‌بندی کرد: یکی از این قالب‌ها، قالب طنز است که در عین

دنیای ما، دنیای ارتباطات است و رادیو ساده‌ترین و پرشنونده‌ترین وسیله ارتباطی آن، که هیچ رسانه‌ای را یارای برابری با آن نیست، زیرا هر کس در هر کجا و با هر میزان از آگاهی، به راحتی می‌تواند مخاطب آن باشد و بدون هیچ

که مخاطب را آزار می‌دهد و او را به اندیشیدن وادار می‌کند و در حقیقت، این خود نوعی تنبیه است. بنابراین طنز علاوه بر این که شیوه‌ای است مؤثر در بیان حقایقی که فسادهای فرد و جامعه را به قصد اصلاح با بیانی خوش و شیرین بازمی‌نماید، یکی از جذاب‌ترین قالب‌های برنامه‌سازی نیز در رادیوست.

یکی دیگر از قالب‌های پیچیده و در عین حال تأثیر گذار که بسیار مورد توجه شنوندگان رادیو است، قالب نمایش است. اگرچه امروزه سینما، تلویزیون و دیگر رسانه‌های تصویری تأثیر زیادی بر مقبولیت نمایش‌های رادیویی گذاشته، اما تحقیقات نشان داده است برنامه‌هایی که از قطعات نمایش استفاده می‌کنند، همچنان موفق‌ترند. یکی از عوامل مؤثر در کیفیت یک نمایش رادیویی، افکت‌ها هستند. افکت یا صدای مورد نیاز در نمایش‌های رادیویی - که برای تجسم بخشیدن به صحنه‌های نمایش و به تخیل واداشتن شنونده مورد استفاده قرار می‌گیرد - از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و افکتور - که مسئول ساخت و پرداخت آن است - باید ذهنی هوشیار و علاقه‌مند داشته باشد، زیرا ضبط افکت کاری بسیار مشکل و حساس است.

گزارش، قالب دیگری از برنامه‌های رادیویی است. گزارش که در رادیو معانی و مفاهیم مختلفی را در ذهن شنونده تداعی می‌کند، از یک سو به تعریف و تشریح همه وقایع خارج از استودیو اطلاق می‌شود و از سوی دیگر به هر نوع گفتگوی رادیویی با مردم در معابر عمومی یا حتی مصاحبه با صاحب‌نظران در یک مورد خاص.

گزارشگر باید ضمن داشتن بیانی مناسب و بهره‌مندی از تلفظ دقیق حروف و اصطلاحات، از بیان هرگونه اظهارنظر غیرمربوط که موجب آشفتگی و تشنج افکار عمومی شود، پرهیز کند. گاهی

گزارشگر برای تکمیل اطلاعات شنوندگان رادیو، با اشخاص حاضر در صحنه به عنوان کارشناس، مطلع و یا ناظر گفتگو می‌کند که در این زمینه مصاحبه نقش فرعی را بر عهده دارد.

مصاحبه یکی از گفتارهای رادیویی است که در اشکال مختلف انجام و پخش می‌شود. گاهی از مصاحبه به عنوان یک برنامه ساده استفاده می‌شود و زمانی هم در ترکیب یک برنامه مرکب جای می‌گیرد و به عنوان تجدید خاطر یا بیان یک موضوع علمی، فرهنگی یا سیاسی کاربرد دارد.

در یک مصاحبه رادیویی، صدای طرف گفتگو و نوع بیان، حالت صدا، لهجه، استفاده از تعابیر و تکیه کلام‌های رایج در زبان فارسی و... در جذب شنونده تأثیر دارد. به طور خلاصه می‌توان گفت که در یک مصاحبه، مصاحبه‌گر باید به چند موضوع توجه کند: ۱- بیان مناسب و گیرا ۲- حفظ متانت در حین گفتگو ۳- رعایت حیثیت فردی، اجتماعی و سنی مصاحبه‌شونده ۴- فراهم کردن زمینه مناسب جهت انجام یک گفتگوی مفید ۵- مطالعه و آمادگی سنی برای آغاز گفتگو و تسلط بر انجام مصاحبه و هدایت منطقی آن.

چگونگی بیان مطالب، در هر قالبی که باشد و انتقال آن به مخاطب، از امور مهمی است که باید مورد توجه متصدیان و گردانندگان رادیو واقع شود. گردانندگان رادیو که با نام تهیه‌کننده به ساختن برنامه‌های پردازند، باید بدانند زبان رادیو، همان زبان شیرین و ساده توده مردم باسواد است که در کوچه و بازار با آن صحبت می‌کنند؛ راحت و روان، اما درست. با استفاده از این واژه‌های زیبا و همچنین جملات کوتاه و صمیمی و در کنار یکدیگر قرار دادن آنها به نحوی که با اصول درست نویسی منافاتی نداشته باشد، می‌توان یک برنامه خوب رادیویی

را اجرا کرد.

گردانندگان رادیو می‌بایست از افراد هنرمند، خلاق، باسواد استفاده کنند و به ابزار لازم برای تهیه برنامه مجهز باشند. مهم‌ترین این ابزار آگاهی از انواع موسیقی و فهم و درک آن است. امروزه ثابت شده که هر قدر سهم موسیقی در برنامه‌های رادیویی زیادتر باشد، توجه و رغبت مردم به شنیدن آن بیشتر می‌شود. گردانندگان رادیویی باید با انواع موسیقی، به خصوص موسیقی کشور خود، آشنایی کامل داشته باشند؛ آهنگسازان و هنرمندان معروف جهان را به خوبی بشناسند و با شنیدن مکرر آثارشان، نحوه استفاده از آنها را در فواصل برنامه‌ها و انطباق آنها را با موضوع برنامه در نظر بگیرند.

یکی دیگر از عوامل مهمی که در ساختار برنامه‌های رادیویی بسیار مؤثر است و تهیه‌کننده باید در انتخاب آن دقت داشته باشد، گوینده مطلع و تواناست. بیشترین امتیاز یک گوینده، داشتن سواد و درک درست از مفاهیم فرهنگی‌ای است که در مورد آن با مخاطب خود سخن می‌گوید. اگر گوینده دارای این امتیاز باشد، به راحتی می‌تواند اهداف برنامه را به شنونده منتقل سازد. منظور از داشتن سواد، صرفاً کسب مدرک تحصیلی نیست، بلکه داشتن ذهن جستجوگری است که از تحقیق و مطالعه و نیز از اخبار و احوال پیرامون خود غافل نباشد؛ مخاطبان را بشناسد؛ با ادبیات و مفاهیم ادبی آشنایی داشته باشد؛ دستور زبان را در گفتار خود به درستی رعایت کند؛ با دانش و فنون صدا و صدابرداری آشنا باشد و در ادای مفاهیم، دقتی نزدیک به وسواس داشته باشد.

این مقاله، خلاصه‌ای است از مجموعه «برنامه‌سازی در رادیو» که آقای محمود مختاری آن را تألیف و اداره کل تحقیق و توسعه صدا در مهر ماه ۱۳۷۸ منتشر کرده است.



ارتباطات - علوم اجتماعی - اقتصاد  
حمیده هاتفی

امروزه علی‌رغم گسترش وسیع و همه‌جانبه وسایل ارتباطی جدید، رادیو به سبب ویژگی‌های منحصر به فردش، هم‌چنان مورد توجه بخش عظیمی از افراد جامعه است. اما صرفاً با تکیه بر ویژگی‌های ذاتی این رسانه نمی‌توان به اقبال آن در آینده دل خوش داشت، چرا که مخاطبان امروز ملاک‌های جدیدی را برای استفاده از رادیو در نظر دارند و ما همه روزه شاهد سیر فزاینده انتظارات و توقعات آنان در خصوص محتوای این رسانه نظیر انعکاس نیازهای جامعه، تعمیق بیشتر وسایل با توجه به تکرر آراء در جامعه و صداقت در بیان و... هستیم. به بیان دیگر، مخاطبان امروز، خواهان دریافت اطلاعات جدیدی در باب زوایای گوناگون پدیده‌های اجتماعی هستند.

از سوی دیگر، به نظر می‌رسد که این امر، یعنی توجه به موضوعات جدید و ابعاد مختلف آنها مورد غفلت قرار گرفته و انتخاب سوژه در برنامه‌های تولیدی کمتر تابع قاعده خاصی است و اغلب سوژه‌ها در برنامه‌های کلی و سطحی بوده و به همین سبب نیز قادر به بررسی جوانب مختلف مسایل نیستند.

در راستای رفع مشکلات موجود، تحقیق و توسعه صدا، بر آن شد تا با تهیه و تدوین مجموعه‌ای تحت عنوان بانک اطلاعاتی سوژه، که حاوی موضوعات و مسایل جاری منعکس شده در مطبوعات (روزنامه و مجلات تخصصی)، پژوهش‌ها و کتب موجود در حوزه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، ارتباطات است، توجه و تمرکز عوامل تولیدی را بر ابعاد مختلف مسایل اجتماعی، معطوف نماید. هدف از تهیه این مجموعه تعمق در مسایل و هدایت برنامه‌سازان به سمت انتخاب موضوعات متنوع بوده و بر آن است تا بستر مناسبی را جهت پربارتر کردن موضوعات برنامه و کنکاش در زوایای نامکشوف و پنهان پدیده‌های مختلف اجتماعی را فراهم نماید. و در نهایت کاربرد بیشتر پژوهش در برنامه‌سازی و وسعت دید برنامه‌سازان و احاطه آنها را بر جدیدترین موضوعات میسر گرداند.

از این مجموعه تا کنون ۷ شماره از بانک سوژه اقتصاد، ۴ شماره بانک سوژه علوم اجتماعی و ۱ شماره بانک سوژه ارتباطات منتشر شده است.

## رسانه‌های آموزشی

شناسائی، انتخاب، تولید و کاربرد  
تألیف: محمدحسین امیر تیموری  
نشر ساسان

چاپ اول: زمستان ۱۳۷۷

در نگرش سیستمی به فرایند ارتباط، ارتباط متشکل است از عناصری مرتبط و دارای تأثیر و تأثر. یکی از عناصر مهم فرایندهای ارتباطی، عنصر رسانه است که پیام به کمک آن بین فرستنده و گیرنده مبادله می‌شود. در یک موقعیت ارتباطی خاص، از جمله در موقعیت‌های آموزشی، انتخاب رسانه مناسب با توجه به سایر عوامل، می‌تواند نقش مهمی در دستیابی موثرتر به اهداف مورد نظر داشته باشد، و موقعیت‌های یاددهی - یادگیری با نگرشی نظام‌دار (سیستماتیک) طراحی، اجرا و ارزشیابی گردد.

نویسنده در این کتاب سعی کرده است درباره رسانه‌های آموزشی، ویژگی‌ها، مزیت‌ها و محدودیت‌های هر یک از انواع آن، شناخت کاملی به خواننده ارائه دهد. این کتاب برای آشنا کردن خوانندگان با مفهوم رسانه‌های آموزشی و توانمندی‌های آنها در شکل‌دهی جریان‌های ارتباطی آموزشی موفق‌تر، در هفت فصل تدوین شده است. از آنجا که لازمه درک مفهوم رسانه، آشنایی با فرایند ارتباط است، مطالب اولین فصل کتاب به بررسی مختصر جنبه‌های گوناگون فرایند ارتباط و نقش رسانه‌ها در تسهیل آن اختصاص دارد. در فصل دوم درباره جنبه‌های عام مفهومی رسانه‌های آموزشی بحث می‌شود و در فصول بعدی، ویژگی‌های کلی یکی از طبقه‌های رسانه‌های آموزشی، توانمندی‌ها و محدودیت‌های آموزشی و روش‌های استفاده اعضای آن طبقه معرفی می‌شوند.

در نهایت پس از شرح نکاتی در زمینه مراحل، اصول و فنون کلی و عام تولید رسانه‌های آموزشی، روش‌های تولید انواعی از این رسانه بیان می‌گردد. مطالعه این کتاب به تمام کسانی که نیازمند طرح‌ها و روش‌هایی برای افزایش بهره‌وری آموزشی خود هستند و به عنوان یک عامل تسهیل‌کننده ارتباط بین معلمان و شاگردان توصیه می‌شود.

