

پخش زنده

در برنامه‌های رادیویی

● محمد مهدی لیبی
مدیر طرح و برنامه شبکه تهران



روز دیگری آغاز شده است و او از این که مجبور است، هر روز یک مسیر خاص را طی کند و در ساعت مشخص خود را به اداره برساند، راضی به نظر نمی‌رسد. مثل هر صبح به مشکلات مالی و خانوادگی و طرح‌های آینده‌اش فکر می‌کند و شاید به دنبال بهانه‌ای است که قدری از آنها فاصله بگیرد.

اتومبیل به سختی روشن می‌شود و دود غلیظی از اگزوز آن برمی‌خیزد و مرد در هیاهوی ترافیک شهر گم می‌شود. در ماشین احساس تنهایی می‌کند و مثل همیشه به صورتی ناخودآگاه رادیو را روشن می‌کند: «خوب، شنوندگان عزیز، در خدمت یکی از شهروندان خوبمان هستیم که در حال رفتن به محل کارشون هستن. اجازه بدین از ایشان سوال کنم که نظرشون راجع به خوشبختی چیه؟» و مرد بلافاصله موج را عوض می‌کند: موضوع برنامه یک بحث ادبی است... از چهار راه که می‌گذرد احساس می‌کند چیزی از برنامه نمی‌فهمد. دوباره موج عوض می‌شود: بحث از حادثه سقوط یک خودرو از پل هوایی است که لحظاتی پیش اتفاق افتاده. اگر چه موضوع تا حدی تکراری است، اما او به دقت گوش می‌کند تا ببیند حادثه در چه محلی روی داده تا آن را به عنوان یک خبر جدید برای همکاران اداره نقل کند. کلام آرام بخش مجری که شنوندگان را به متانت و صبر فرامی‌خواند بایک سرود زیبا همراه می‌شود. مرد لحظه‌ای جابه‌جا می‌شود و پاهایش را آرام‌تر بر پدال گاز می‌فشارد و کلام مجری را در دل تکرار می‌کند. امروز روز خوبی است، زیرا با توکل به خدا و امید به آینده‌ای بهتر آغاز شده است.

نگاهی گذرا به تاریخچه شکل‌گیری رادیو در جهان، نشان‌دهنده نوعی بازگشت در نحوه پخش برنامه‌ها است، به طوری که در ابتدای شروع به کار رادیو، با پخش زنده و البته ابتدایی برنامه‌ها روبه‌رو بوده‌ایم. در آن زمان نفس سخن گفتن از یک سو و شنیدن سخنان یک انسان از سوی دیگر، امری عجیب و باورنکردنی بود، اما به مرور زمان و با ایجاد استودیو، برنامه‌ها به سمت تولیدی شدن پیش رفتند، چراکه امکانات موجود در استودیوها کیفیت ضبط برنامه‌ها

در دنیای امروز حرکت از برنامه‌های تولیدی به سمت برنامه‌های زنده شتابی فزاینده یافته است و کشور ما نیز از این روند مستثنی نیست. در اغلب شبکه‌های رادیویی، برنامه‌های تولیدی در حال حذف شدن هستند و به سرعت جای خود را به برنامه‌های زنده می‌دهند.

را بهبود بخشید و قابلیت بهره‌گیری از نمایش‌های رادیویی یا ضبط موسیقی و انجام مصاحبه و گزارش و ضبط تلفن‌ها فراهم گردید، اما در دوره‌ای که هم‌اینک در آن به سر می‌بریم، دوباره رجعتی به گذشته روی داده است، استودیوها ارزش و اعتبار گذشته خود را از دست داده‌اند و رویکرد اطلاع‌رسانی سریع رادیو را به سمت برنامه‌های زنده سوق داده است. در این مرحله تجربیات گذشته و امکانات نوین فناوری و پیشرفت عظیم در دانش ارتباطات، همه و همه به کمک هم آمده‌اند تا مطلوبیت بیشتر و جذابیت افزون‌تر را

فراهم سازند.

هم‌اینک بخش عمده‌ای از برنامه‌های رادیویی جهان به برنامه‌های زنده اختصاص یافته است و درصد این برنامه‌ها در کل تولیدات رادیویی یک شبکه، به‌عنوان یک شاخص مهم، مورد توجه است، به طوری که برخی از شبکه‌های رادیویی تقریباً تمامی برنامه‌های خود را به صورت زنده پخش می‌کنند و برخی دیگر نیز زمان‌های خاصی را به این برنامه‌ها اختصاص داده‌اند. در این مرحله ما نتوانسته‌ایم از مزیت‌های منحصربه‌فرد برنامه‌های تولیدی چشم‌پوشی کنیم، زیرا در موارد بسیاری، تولیدی بودن برنامه‌ها امکان استفاده از قابلیت‌هایی را فراهم می‌سازد که در حالت پخش زنده نمی‌توان از آنها بهره برد.

در پخش زنده رادیویی مزیت‌هایی چون اطلاع‌رسانی سریع و به‌موقع و به‌روز بودن برنامه‌ها مطرح است و این ویژگی می‌تواند تعداد مخاطبان یک برنامه را به حداکثر خود برساند، در حالی که تولیدی بودن برنامه‌ها نیز این امکان را فراهم می‌سازد که از اشتباهات معمول یا تصادفی در برنامه‌ها جلوگیری شود و در کنار آن امکان ضبط گزارش‌های جالب یا تلفن‌های جذاب و مفید یا بخش‌های کارشناسی ارزنده فراهم گردد و بتوانیم از نمایش‌های رادیویی یا مسابقات حضوری حداکثر استفاده را ببریم.

در دنیای امروز حرکت از برنامه‌های تولیدی به سمت برنامه‌های زنده، شتابی فزاینده یافته است و کشور ما نیز از این روند مستثنا نیست. در اغلب شبکه‌های رادیویی، برنامه‌های تولیدی در حال حذف شدن هستند و به سرعت جای خود را به برنامه‌های زنده می‌دهند، اما سؤال مهم این است که آیا این روند از دیدگاه مخاطبان مطلوب بوده است؟ آیا برنامه‌های زنده توانسته‌اند انتظارات و توقعات روزافزون مخاطبان را برآورده سازند؟ آیا رادیو در وضعیت جدید به کارکرد واقعی خود

نزدیک‌تر شده است؟ پاسخ به این سؤالات چندان ساده نیست. در بسیاری موارد، برنامه‌های زنده قابلیت‌های منحصربه‌فردی را از خود نشان داده‌اند، به طوری که در فاصله زمانی کوتاهی مخاطبان انبوهی را جذب کرده‌اند، اما در بسیاری موارد وضعیت این‌گونه نبوده است و حتی مخاطبان برنامه‌های تولیدی نیز در شکل زنده از دست رفته‌اند. بدین ترتیب باید به سؤالات فوق این‌گونه پاسخ داد که در مواردی با موفقیت زیاد و در مواردی با شکست کامل روبه‌رو بوده‌ایم و این نتایج بستگی به موضوع برنامه، اهداف و ساختار آن و شناخت و توانایی عوامل برنامه‌ساز و بسیاری مسائل دیگر داشته است.

هنوز هم افراد زیادی هستند که داستان‌های پلیسی کارآگاه جانی دالر را به‌خاطر می‌آورند و در گذشته‌ای که به زمان ما بسیار نزدیک است، برنامه‌هایی چون: «قصه ظهر جمعه»، «صبح جمعه با شما»، «علم و زندگی» و بسیاری از برنامه‌های دیگر را باید از نمونه‌های موفق برنامه‌های تولیدی در زمینه جذب بیشتر شنوندگان دانست، اما گذشت زمان و تکراری شدن موضوعات و یکنواخت بودن برنامه‌ها از اهمیت آنها کاست و آنها را مجبور به حذف یا ایجاد تغییرات اساسی در اهداف و ماهیت نمود و در نهایت هم امکان جذب انبوه شنوندگان روزهای نخست فراهم نگردید. پرواضح است که در طی دهه گذشته آنچنان تحولات سریعی در عرصه رادیو و تلویزیون در جهان و کشور ما روی داده است که در هیچ دورانی شاهد آن نبوده‌ایم. نباید انتظار داشته باشیم شنوندگان دهه ۶۰ که تنها با یک یا دو شبکه رادیویی روبه‌رو بودند، در دهه ۸۰ نیز چنین وضعیتی داشته باشند. ما به‌صورتی آگاهانه و با صرف هزینه، تعدد شبکه‌ها را ضرورتی انکارناپذیر دانستیم و به‌صورتی متعمدانه شنوندگان را براساس سلاقی و خواسته‌هایشان در شبکه‌های گوناگون تقسیم کردیم و این در حالی بود که رسانه‌های جمعی جهان نیز



پس از دورانی نسبتاً طولانی که ما بر ارتقاء محتوای برنامه‌های رادیویی تأکید نمودیم خلا «شنیدن موسیقی» و «دریافت خبرهای کوتاه» و «آشنایان شدت یافت که با ایجاد رادیو پیام تقریباً اکثریت شنوندگان رادیو ناگهان به سمت این فرستنده متمایل شدند.

خود نشان داده بودند که نیازهای مرتبط با رسانه را می‌توان در گروه‌هایی طبقه‌بندی کرد که یکی از آنها «نیاز به تحکیم شناخت و درک جامعه است»^(۴) و می‌توان به زبانی ساده‌تر آن را نیاز به اطلاع یافتن از حوادث و وقایع روز تلقی نمود. برنامه‌های تولیدی هرگز نمی‌توانستند در جهت برآورده-ساختن این نیاز عمل کنند، لذا توجه به زنده بودن برنامه‌ها، نه به عنوان یک شکل جدید در برنامه‌سازی، بلکه ضرورتی برای پاسخگویی به یک نیاز روزافزون، اهمیت یافت. شبکه‌های رادیویی به سرعت از این قابلیت استفاده کردند و اطلاع‌رسانی سریع به کمک تحکیم هر یک از سه رویکرد ذکر-شده آمد تا بار دیگر شنونده از دست رفته را با قدرت واقعی رادیو آشنا سازد، اما در این مرحله تلویزیون نیز به میدان آمده بود. همزمان با پخش زنده رادیویی اغلب شبکه‌های تلویزیونی نیز از این امکان بهره بردند. واژه‌هایی چون «live» یا به قول عرب‌ها، «مباشراً» و یا به قول همسایگان ترک ما، «جان لی» (can li) اهمیت

اصولی مصلحت‌گرا یا تجویزی، نیاز محور و نیاز مصلحت تقسیم شدند.^(۲) گروهی از کشورها تنها به نیازهای مخاطبان توجه کردند و برنامه‌های بی‌محتوای مخاطب‌پسند به سرعت گسترش یافت و گروهی دیگر نیز علی‌رغم از دست دادن شنوندگان خود همچنان بر رویکرد مصلحت‌گرا پافشاری کردند و در این میان رویکرد نیاز مصلحت به عنوان کلید طلایی نجات، خود را نمایان ساخت. «در این رویکرد گذر به مصالح مخاطبان از طریق نیازهای آنها مطرح است و شاید از جهت سختی، تامین محتوا و شرایط آن قابل مقایسه با دو رویکرد دیگر نباشد، به طوری که زحمت و تلاش دو-چندان می‌طلبد، اما از آن جهت که به نیازها توجه دارد مطلوب مخاطب است و از آن جهت که خود را به مصالح مخاطب متصل می‌کند موجب تعالی او می‌شود.»^(۳) این رویکرد برنامه‌سازان را به تامل در ابزارهای لازم برای تحقق اهداف آن واداشت. کارشناسان علوم اجتماعی در تحقیقات

دچار تحولی عظیم شدند و ماهواره‌ها و شبکه اینترنت به درون خانه‌ها نفوذ کردند و در یک کلام، دنیای دیگری آغاز گردید. در این میان رادیو که با محدودیت بیشتری روبه‌رو بود، در برهه‌ای از زمان حتی از رسانه‌های مکتوب نیز عقب افتاد، زیرا «رادیو ناچار بود اخبار را به صورت خلاصه و کوتاه پخش کند و از سوی دیگر، قادر نبود احساس اهمیت نسبی مطالب بیان شده را به وجود بیاورد. علاوه بر آن زبان روزنامه‌ها به گونه‌ای بود که خواننده می‌توانست نوشته را با سرعت خواندن خود تطبیق دهد و اگر چیزی را نفهمید دوباره بخواند، در حالی که در رادیو چنین امکانی وجود نداشت.»^(۱) این احساس ضعف، برنامه‌سازان رادیویی را وادار ساخت تا تمامی قابلیت‌های ممکن را بررسی کنند و عقب-ماندگی موجود را به شیوه‌ای دیگر جبران نمایند.

بحث‌های علمی آغاز گشت و به صورتی کارشناسانه ابعاد موضوع بررسی شد. «رویکردهای برنامه‌سازی به سه گروه

فوق العاده ای یافت، به طوری که «زنده- بودن» به خودی خود یک ارزش تلقی می شد، زیرا در مخاطب احساس نزدیکی و همدلی بیشتری ایجاد می کرد. شبکه هایی چون CNN یا BBC بخش عمده ای از برنامه های خود را به پخش گزارش های زنده اختصاص دادند و هر یک برای عقب راندن حریف در این مسابقه مهیج تلاش کردند. شعار معروف شبکه CNN تعیین گردید: «اولین فردی باش که می دانی!» (Be the first to know). در این میان خبرنگاران و گزارشگران نیز خود را با شرایط جدید تطبیق دادند، خانم «کریستین امان پور» در یک دوره زمانی ۲۰ روزه به پنج کشور جهان مسافرت کرد و از هر نقطه گزارش های مستقیمی را ارسال نمود. دنیای اطلاع رسانی سریع تنها با پخش زنده تحقق یافته بود.

شبکه تلویزیونی الجزیره پس از واقعه یازده سپتامبر شهر نیویورک و در جریان نبردهای داخلی افغانستان برای سرنگونی رژیم طالبان نقش ویژه ای ایفا کرد، به طوری که نام و آوازه این شبکه تلویزیونی بیش از هر زمان دیگری بر سر زبان ها افتاد و شاید برای اولین بار در طی تاریخ CNN، این شبکه تلویزیونی پرمدها، گزارش ها و اخبار خود را به نقل از گزارش های شبکه الجزیره پخش می کرد. گزارشگر این شبکه در جریان بمباران های کابل به صورت مستقیم از این شهر گزارش می داد و لحظه به لحظه از میزان خسارت های به وجود آمده در شهرهای قندهار و جلال آباد گزارش زنده تصویری ارسال می کرد. «رادیو به سبب ویژگی هایی چون: در دسترس بودن، کم هزینه بودن و برقراری ارتباط مستقیم در مقایسه با تلویزیون قابلیت بیشتری داشت. اگرچه نمی توانست جذابیت تصویری تلویزیون را ایجاد کند، اما می توانست در سرعت انتقال اطلاعات از آن پیشی بگیرد، لذا رادیو کارکرد جدیدی یافت، به طوری که آن را رسانه روشنفکری تلقی نمودند، زیرا برخلاف تلویزیون بیشتر به کارکرد

اطلاع رسانی آموزشی به جای کارکرد تفریحی روی آورد»^(۵) در این مرحله عوامل برنامه ساز رادیویی به نکات دیگری نیز پی بردند. آنها دریافتند در برنامه هایی که به صورت زنده پخش می گردد، نباید تنها به صدای خوب و پخته گوینده اکتفا کنند، بلکه حتی شخصیت او نیز باید مطمح نظر قرار گیرد، زیرا نویسنده هر قدر که با آگاهی و علم دست به قلم برده باشد، جذابیت نداشتن کاراکتر گوینده می تواند برنامه را از توجه و اعتبار ساقط کند. «گوینده چنین برنامه هایی باید نیک- محضر و نکته سنج باشد و مهم تر آن که از

به اجرا گذاشته شد. رادیو BBC چنین دستورالعملی را در این بخش به اجرا گذارد: «اخبار مربوط به جرایم باید به گونه ای پخش شوند که نه تنها جزئیات حوادث مهم را به اطلاع مخاطب برسانند، بلکه اصل موضوع را هم روشن کنند. معنای این سخن آن نیست که ما باید با توضیح دادن جنایت آن را محو کنیم. جرم، واقعی است و برای برخی افراد، بسیار ترسناک است، ولی ما باید حد تعادل را در گزارش جرایم حفظ کنیم»^(۸) حتی در این بخش نیز آنان اطلاع رسانی افسارگسیخته را مردود

در پخش زنده رادیویی مزیت هایی چون اطلاع رسانی سریع و به موقع و به روز بودن برنامه ها مطرح است و این ویژگی می تواند تعداد مخاطبان یک برنامه را به حداکثر خود برساند

شمردند و بر این اصل پافشاری شد که «هنر یک برنامه ساز خوب آن است که بین خواسته های مخاطبان و مصالح و نیازهای آنان، پیوند معقول و صحیحی برقرار کند و گرنه تسلیم مطلق در برابر خواسته های مخاطبان هیچ امتیازی محسوب نمی شود و در درازمدت موجب سطحی شدن هر چه بیشتر برنامه ها خواهد شد»^(۹) بدین ترتیب برنامه های زنده به صورتی منطقی و هدفمند از اطلاع رسانی سریع به عنوان ابزاری برای رسیدن به هدفی متعالی تر بهره بردند.

بررسی وضعیت برنامه های زنده رادیویی در شبکه های مختلف جهان نشان دهنده آن است که این برنامه ها بیش از هر چیز تحت تاثیر ویژگی های فرهنگی و مسائل سیاسی- اجتماعی جوامع است. این که افراد در هر جامعه چگونه با رسانه ها ارتباط برقرار می کنند و چه انتظاراتی از آن دارند از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است. برای مثال پس از دورانی نسبتاً

پرگویی هایی که به طرز ناخوش آیندی معمول و شایع شده بود بر حذر بماند. موضع گیری های به موقع و هماهنگ با هیجان و فضاهای متفاوت در برنامه، به طرز شگفت آوری بر اقبال عامه از برنامه ها افزود»^(۶) اینک «برنامه سازان رادیو هر یک بر حسب ذوق و سلیقه و جایگاه و نقشی که در پخش برنامه ها داشتند، برای خود مخاطب فرضی می ساختند که غالباً با مخاطب واقعی تناسب چندانی نداشت»^(۷) زمان چندانی نگذشت که آنها به واقعیات بیشتری توجه کردند و سوژه یابی در دستور کار قرار گرفت. آنها تنها به انتظار حوادث ننشستند، بلکه خود پدیده های جذاب را شناسایی کردند و برای هر یک از آنها ضریبی از ارزش و اعتبار دانستند. حوادث روزمره ای چون جنایات شهری از جمله این جذابیت ها بود، اما لازم بود برای جلوگیری از عوارض منفی خبررسانی در- باب این موضوعات حد و مرزها روشن گردد، لذا دستورالعمل های دقیقی تنظیم و

طولانی که مابرا تقای محتوای برنامه‌های رادیویی تاکید کردیم، خلاء «شنیدن موسیقی» و «دریافت خبرهای کوتاه» آنچنان شدت یافت که با ایجاد رادیو پیام تقریباً اکثریت شنوندگان رادیو ناگهان به سمت

است و می‌توان برای اثبات آن مثال‌های زیادی را ذکر کرد. در کشور ما نیز برخی از برنامه‌های زنده اجتماعی و اقتصادی در مقاطع زمانی خاصی توانستند نقش مهم و تعیین‌کننده‌ای ایفا کنند و به عبارتی ساده‌تر

فوری با شنوندگان است که علاوه بر ذهنی خلاق به امکاناتی مناسب نیز نیازمند است. در میان این دستورات عمل‌های روشن و دور از ابهام بسیاری از نکات ریز و لطیف وجود دارد که گاه برآیند آنها از اصلی‌ترین



یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های گزارش‌های زنده باید توجه به اولویت آنها نزد مخاطبان باشد. یک خبر جالب، سوژه مهمی برای جذب شنونده است، اما گاهی اوقات این خبر در آخرین بخش یک مجموعه قرار می‌گیرد، به طوری که مخاطب را به شدت عصبی می‌کند و حتی او را وادار به واکنش‌های خاصی می‌نماید.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

این فرستنده متمایل شدند. حال وضعیت این رادیو را با رادیوی محلی شهر کویت و یا برخی دیگر از کشورهای عربی حوزه خلیج فارس مقایسه کنید. اگرچه در آنجا نیز موسیقی همچنان به عنوان یک عامل مهم مطرح است، اما اطلاع‌رسانی شکل دیگری یافته است؛ مثلاً بخش خاصی از برنامه‌های رادیویی کشورهای عربی (و حتی برنامه‌های تلویزیونی بعضی از آنها) به اعلام مراسم ختم درگذشتگان هر روز اختصاص یافته است و بیشترین شنونده را دارد.

این تنوع که به شدت از ویژگی‌های فرهنگی جوامع تاثیر می‌پذیرد، امری طبیعی

در همان جایگاهی که برایشان آرزو داشتیم واقع شدند.^(۱۰) نکته مهم در ادامه این بحث، راهکارهای لازم برای موفقیت یک برنامه زنده رادیویی است. یقیناً بخشی از این موفقیت را باید به حساب تهیه‌کنندگان برنامه گذاشت. آنان در زمینه انتخاب موسیقی و تلفیق متن و بسیاری از مسائل دیگر مهم به حساب می‌آیند. نویسنده برنامه و گویندگان آن نیز از عوامل بسیار مؤثرند که البته ضریب تاثیر هر یک از آنها را می‌توان به شکل دقیق‌تری محاسبه کرد و بالاخره آنچه که بیش از همه چیز در برنامه‌های زنده خودنمایی می‌کند، سوژه‌یابی و توانایی برقراری ارتباط سریع و

عوامل نیز مؤثرتر است؛ مثلاً در غالب ارتباطات مستقیم رادیویی و تلویزیونی در سطح جهان، قاعده‌ای پذیرفته شده وجود دارد که در کشور ما هنوز مورد قبول قرار نگرفته است. معمولاً مجری تلویزیون یا رادیو، گزارشگر برنامه را با اسم کوچک صدا می‌کند، بدون آن که حتی یک کلمه سلام یا احوالپرسی داشته باشد و یا از احوال او و خانواده‌اش پرسد و مناسب خاصی را تبریک یا تسلیت بگوید و تعارفات بی‌مزه را تکرار کند. مجری تلویزیونی با گفتن نام جان یا ادوارد یا هر اسم دیگری بلافاصله میکروفون را به او واگذار می‌کند و شما در چند دقیقه آنچه را

که می‌خواهید بدانید (و یا باید بدانید)، در- می‌یابید. در گزارش‌های تولیدی نیز

در برنامه‌هایی که به صورت زنده پخش می‌گردد، نباید تنها به صدای خوب و پخته گوینده اکتفا کنند، بلکه حتی شخصیت او نیز باید مطمح نظر قرار گیرد، زیرا نویسندگان هر قدر که با آگاهی و علم دست به قلم برده باشد، جذابیت‌ناداشتن کاراکتر گوینده می‌تواند برنامه را از توجه و اعتبار ساقط کند.

وضعیت مشابهی وجود دارد و گزارشگران تلویزیونی تنها در پایان گزارش نام خود و نام محل را بیان می‌کنند. در گزارش‌های رادیویی به سبب نبودن تصویر، ممکن است مجری برنامه یا خود گزارشگر چند ثانیه‌ای آن محیط را توصیف کند و آنچه را که می‌بیند برای دیگران بیان نماید یا از نظر نوع بیان از لطایف خاصی بهره ببرد (به عنوان مثال سردی یا گرمی هوا را بتوان از بیان گزارشگر تشخیص داد). جای تاسف بسیار است که هنوز هم بعضی از عوامل اجرایی برنامه، رادیو را با مجالس ترحیم در یک ردیف قرار داده‌اند. در مجالس ترحیم معمولاً علاوه بر ذکر پاره‌ای از ویژگی‌های خاص اخلاقی که ممکن است هیچ‌گاه در آن مرحوم یا مرحومه وجود نداشته است بخشی از وقت نیز به تعاریف و بازارگرمی عوامل گرداننده مجلس می‌گذرد و آنان به نوبت از یکدیگر تقدیر و تشکر می‌کنند و تطابق آن با برخی تعارفات و معرفی‌های آنچنانی، با خواننده محترم است.

شاید نکته دیگری از «ظرایف» مورد بحث ما به اولویت‌های خبری نیز مربوط باشد. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های گزارش‌های زنده باید توجه به اولویت آنها نزد مخاطبان باشد. یک خبر جالب، سوژه مهمی برای جذب شنونده است، اما گاهی اوقات این خبر در آخرین بخش یک مجموعه قرار می‌گیرد، به طوری که مخاطب را به شدت عصبی می‌کند و حتی او را وادار به واکنش‌های خاصی می‌نماید. بنابراین:

- زنده بودن برنامه‌های رادیویی یک مزیت نسبی است که ویژگی‌های برنامه آن را به حد اکثر یا حداقل مطلوبیت می‌رساند و در این میان عوامل برنامه نقش مهم و اساسی در میزان جذابیت آن دارند. «سوژه‌یابی» یک اصل مهم در برنامه‌های زنده است و بدون توجه به انتخاب مناسب آن هرگز نمی‌توان برنامه را به معنای واقعی «زنده» دانست.

«اختصار» یک واژه کلیدی در برنامه‌های زنده است که شامل آیت‌ها، میزان سخن گفتن عوامل و حتی شیوه طرح موضوع برنامه است.

«اولویت‌ها» یک اصل مهم در برنامه‌های زنده‌اند. ترتیب اولویت‌ها را باید با فهم نیازهای درونی جامعه و با استفاده از شیوه‌های گوناگون علمی معین ساخت. «امکانات» اگرچه جایگاهی همانند سایر عوامل ندارد، اما اثر آن در تمامی فضای برنامه احساس می‌شود. استفاده از فناوری روز و بهره‌گیری از متخصصان در آماده‌ساختن مخاطب برای برقراری ارتباط با برنامه و تداوم مشارکت آن، نقش مهمی دارد.

«ضرورت» یک قاعده کلی در برنامه‌های زنده است و باید قبل از هر چیز دیگری به اثبات برسد، در غیر این صورت ما «ارزش زنده بوده» را از بین برده‌ایم. این ویژگی با «مزیت نسبی زنده بودن» در یک تعامل ظریف و حساس قرار می‌گیرد. «جذابیت» اگرچه در برنامه‌های

رادیویی تعریف دشواری دارد، اما در برنامه‌های زنده به «زنده بودن» آن مربوط می‌شود، تنها در صورتی که در ایجاد جذابیت عوامل دیگر ناتوان باشیم، می‌توانیم از آن حداکثر بهره را ببریم. تهیه‌کنندگان رادیویی بهترین نقش را در کاهش نواقص بخش‌های دیگر دارند.

و «نکات ناگفتنی و ناشنیدنی» هم نقش مهمی دارند. اینها ظرایف برنامه‌سازی هستند و در هیچ مقاله یا دستورالعملی نیامده‌اند. این نکات و ظرایف به فهم افراد، میزان درک آنها از محیط و سرعت دریافت و انتقال پیام توسط آنها و به مسائل ناشناخته دیگر مربوط می‌شوند و می‌توانند تمامی عوامل دیگر را تحت تاثیر قرار دهند. اینها همان دلایل مبهمی هستند که شنونده را در کنار یک برنامه رادیویی می‌نشانند و گاهی اوقات او را برای همیشه از شنیدن یک برنامه رادیویی منصرف می‌سازند.

منابع:

- ۱- کرایسل، اندرو. **پخش اخبار و وقایع روز از رادیو**؛ ترجمه، معصومه عصام. (۱۳۸۰). اداره کل تحقیق و توسعه صدا، پژوهش شماره ۳۱۲.
- ۲- حسن، خجسته. (۱۳۸۰). **درآمدی بر جامعه‌شناسی رادیو**. اداره کل تحقیق و توسعه صدا، پژوهش شماره ۳۳۲.
- ۳- منبع ۲.
- ۴- کاظمی پور، شهلا. (۱۳۸۰). **خواست و مصلحت مخاطبان**. فصلنامه پژوهش و سنجش: شماره ۲۶.
- ۵- منبع ۲.
- ۶- هاشمی، طاهره‌سادات. (۱۳۸۰). **اصول سه‌گانه ارسطو و برنامه‌سازی رادیو**. اداره کل تحقیق و توسعه صدا، پژوهش شماره ۳۰۷.
- ۷- منبع ۲.
- ۸- **دستورالعمل برنامه‌سازی در رادیو و تلویزیون انگلستان**. ترجمه دکتر ناصر بلیغ. (۱۳۸۰). اداره کل تحقیق و توسعه صدا، پژوهش شماره ۳۰۳.
- ۹- منبع ۲.
- ۱۰- خجسته، حسن. (۱۳۸۰). **رادیوهای محلی**. **مجله رادیو شماره ۷**

