

گام اول!

آموزش طرح نویسی در رادیو

(قسمت دوم)

❖ گردآوری و تدوین: اکبر محمدی‌خانی
مدیر پژوهش اداره کل پژوهش‌های رادیو

قسمت‌های مختلف در پیکره برنامه را به هم متصل می‌کند و به آنها جان می‌دهد و وظایف و کارکردهای بخش‌های مختلف را تنظیم می‌کند، در هر صورت مدل انتزاعی برنامه‌ای است که می‌خواهد برای دومین بار متولد شود؛ چه اینکه طرح اولین بار در ذهن طراح متولد می‌شود و بار دوم به هنگام عینیت‌یافتن ذهنیات یا همان طرح‌نویسی. در تولد سوم است که مکتوبات طرح به مواد گفتاری (اثری با قابلیت شنیداری) تبدیل می‌شود.

بدین ترتیب می‌توان گفت: سیر تکوینی «ایده» تا «شنیده» یک تولد سه‌باره، ذهنی، عینی و واقعی است که هر یک از این مراحل ویژگی خاص خود را دارند. به‌عنوان مثال، مرحله ذهنی در بیشتر اوقات، شخصی و فردی است یا در مرحله

طراح کیست؟

طرح یک برنامه اولین قدم طراح در تبدیل ذهنیت به عینیت است. این فرایند بر مبنای فرم طرح برنامه صورت می‌گیرد که یکی از اصولی‌ترین و بهترین روش‌ها، به‌شمار می‌رود. برای انجام هر کار اصول و روش‌هایی وجود دارد که به‌کارگیری آنها دستیابی به هدف را تسهیل می‌کند و کیفیت آن را به‌سوی کمال می‌برد. در نتیجه شناخت، رعایت و به‌کارگیری این اصول موفقیت کار را تضمین می‌کند. طرح برنامه را چه به مثابه نقشه یک ساختمان، یا یک روش تحقیق علمی، یا جدول زمان‌بندی شده فعالیت‌های یک برنامه، یا پاسخی تفسیری به شش عنصر خبری (چه؟ چرا؟ چگونه؟ چه کسی؟ چه زمانی؟ و کجا؟) و چه به مثابه روحی بدانیم که



عینی، واحد دریافت و سطح تحلیل به گروه ارتقا می‌یابد و در مرحله سوم این امر به دلیل تبدیل شدن به واقعیت، بیش از یک گروه (افراد اجتماع) آن را می‌شنوند. البته می‌توان این امر را از نگاه مکتب اثبات‌گرایان مبنی بر اینکه «هیچ چیزی مطلق نیست و همه چیز نسبی است»، نگرینست و گفت این مراحل سه‌گانه تولد یک طرح نیز، مطلق نیست و تابعی از شرایط فردی و اجتماعی طراح است. تعقیب خط فکری هربرت اسپنسر در پرورش نظریه تکاملی داروین با موضوع جوامع بشری در اینجا نیز کاربرد دارد؛ آنجا که اسپنسر معتقد بود جوامع انسانی، از طریق یک تکامل تدریجی، از ابتدایی به صنعتی تکامل می‌یابند؛ اینجا نیز ایده (یک مقوله ذهنی و شخصی) در یک

فراگرد تکامل تدریجی، به اثری شنیداری (واقعیت اجتماعی) تبدیل می‌شود. یا آنجا که اسپنسر نظریه رشد و تمایز خود را بر این اصل استوار می‌کند که «جوامع نیز مانند اندام‌های زنده، از نطفه آغاز می‌کنند و از توده‌هایی پدید می‌آیند که در مقایسه با توده‌هایی که برخی از آنها در آینده به آن خواهند رسید، بسیار کوچکند»، اینجا نیز بسیاری از ایده‌ها در نطفه نسبت به برنامه‌ای که در آینده با الهام از آن ساخته می‌شوند، کوچک خواهند بود؛ چرا که در هر مرحله از رشد «ایده» تا تبدیل شدن به «شنیده» بخش یا بخش‌هایی به آن افزوده می‌شود و این همان فرایند «رفت و برگشت» در نوشتن طرح است که پیشتر گفته و بر آن تأکید شد که طراح محترم نباید به آن به‌عنوان یک نکته منفی نگاه کند؛ چون نتیجه برآیند این فرایند پرورش‌یافتن ایده اولیه است که این پرورش ایده ممکن است از سوی طراح یا گروه برنامه‌ساز و یا شورای طرح و برنامه صورت گیرد. البته ایده‌پردازی، کشف سوژه و مسئله، هم می‌تواند استنباطی باشد و هم استدراکی. وقتی استنباطی است منبعش به‌طور عمده تجارب فردی و وقایع روزمره زندگی و در واقع بازتاب امور واقع و قابل مشاهده زندگی است، و یا وقتی استدراکی است، منبعش می‌تواند از برآیند مطالعه و پژوهش، آموزش، اهداف و اسناد کلان حاکم بر سیاست‌های سازمانی، و یا نتیجه یک بحث گروهی مبتنی بر توفان فکری یا مهندسی معکوس باشد. پرسش این است که طرح برنامه با این ویژگی‌ها ساخته و پرداخته چه کس یا کسانی می‌تواند باشد؟ که البته پاسخش بسیط‌تر از کلمه و جمله خواهد بود. به باور من طراح می‌تواند یک جامعه‌شناس باشد یا دست‌کم یک نگاه جامعه‌شناسانه داشته باشد، چون جامعه‌شناس است که دانش بررسی جامعه را دارد و مسائل اجتماعی جامعه‌ای را که در آن زیست می‌کند می‌شناسد. جامعه‌شناسی رشته‌ای

علمی است که به بررسی جوامع بشری، برهم‌کنش‌های آنها، و فرایندهایی که جوامع را در وضعیت جاری‌شان نگاه داشته یا تغییر می‌دهد، می‌پردازد. نگارنده بر جامعه‌شناس بودن یا نگاه جامعه‌شناسانه داشتن طراحان برنامه‌ها به آن دلیل تأکید دارد که جامعه‌شناسی مطالعه زندگی اجتماعی گروه‌ها و جوامع انسانی است. انسان‌ها بیشتر عمرشان را در گروه‌ها سپری می‌کنند. آنها به‌عنوان اعضای خانواده، ساکنان یک محله یا شهر، اعضای یک گروه خاص اجتماعی یا اقتصادی و یا مذهبی و قومی نیز به‌عنوان شهروندان یک ملت با یکدیگر رابطه دارند. انسان‌ها حتی اگر خودشان هم آگاه نباشند که اعضای یک گروه هستند، باز به شیوه‌هایی فکر و عمل می‌کنند که دست‌کم بخشی از آنها را عضویت در گروه تعیین می‌کند.

نوع لباسی که آدم‌ها می‌پوشند، نوع خوراک و نحوه خوردن آنها، عقاید و ارزش‌هایشان و رسومی که رعایت می‌کنند، همگی تحت‌تأثیر عضویت آنها در گروه‌های گوناگون است.

بدین ترتیب می‌بینیم که فرهنگ، رسانه‌های ارتباط جمعی، توسعه، دین، هنر، صنعت، خانواده، شهر، روستا، نابرابری‌ها، جنگ، سازمان‌ها، کار، آموزش و پرورش، تغییرات اجتماعی، انحرافات، ارتباطات، انقلاب و... از یک طرف حوزه‌های تخصصی جامعه‌شناسی هستند و از طرف دیگر می‌توانند خاستگاه ایده‌ها برای پرورش در چارچوب‌های علمی (نظریه‌ها) در جریان تبدیل شدن ایده به شنیده بوده و در این راه کمک‌حال طراح برنامه باشند. با وجود این، طراح برنامه می‌تواند روان‌شناس هم باشد؛ می‌تواند مردم‌شناس و یا مهندس و یا پزشک هم باشد. مهم این است که در کشف مسئله موفق عمل کند و چون کشف مسائل اجتماعی در حوزه جامعه‌شناسی است، بر جامعه‌شناس بودن یا نگاه جامعه‌شناسانه داشتن طراح تأکید می‌شود.

آنچه گفته شد، به این دلیل مهم قلمداد می‌شود که کار طراح برنامه، استراتژیک است؛ چون اوست که می‌خواهد در چارچوب میل، نیاز و مصلحت مسائلی را از رسانه طرح کند که در نهایت به بهبودی وضع موجود و حرکت به سوی وضع مطلوب بینجامد. اوست که «خشت اول» را می‌نهد و چون کج باشد، برنامه تا آخرین لحظه‌اش از هدف دور خواهد شد. گرچه گفته شد طراح برنامه می‌تواند نه جامعه‌شناس باشد، نه مردم‌شناس، نه روان‌شناس و نه مهندس، اما باید یک کار را بتواند خوب انجام دهد و آن «تشخیص درست مسئله» و «تشخیص مسئله درست» است.

نکته کانونی این است که مسئله چیست؟ آیا مسئله یک فاصله و شکاف است؟ آیا مسئله فاصله میان آنچه داریم و آنچه می‌خواهیم است و به عبارت دیگر، شکافی است میان وضع موجود نامطلوب و وضع مطلوب ناموجود؟ آیا مسئله همان مانعی است که بر سر راه تحقق اهدافمان قرار گرفته و در مسیر حرکت ما ظاهر شده و میان ما و هدفمان مانع ایجاد کرده است؟ اگر این تعاریف را بپذیریم، یافتن راه‌حل نیز آسان خواهد بود، چون اصلی وجود دارد مبنی بر اینکه: «تعریفی که ما از مسئله داریم راه‌حلش در همان تعریف نهفته است!» به عبارت دیگر، روشی که برای تعریف مسئله خود انتخاب می‌کنیم و چارچوبی که برای آن برمی‌گزینیم، در واقع ندانسته برای حل مسئله نیز مسیرها را تعریف و معین می‌کنیم. حتی گفته می‌شود طرح درست مسئله نقطه شروع حل درست مسئله است! به‌عنوان مثال، همه ما می‌دانیم که ترافیک در تهران امروز یک مسئله است. مسئله است؛ چون هم خود از نظم و ترتیب عادی خود خارج شده و هم دیگر پدیده‌ها را متأثر از خود کرده است. تعریف دورکیمی از مسئله اجتماعی این است که هر پدیده و موضوع اجتماعی که از نظم و ترتیب عادی خود خارج شده باشد، مسئله اجتماعی است.

می‌بینیم که تأکید امیل دورکیم این است که هرگاه که مسیر عادی یک پدیده به صورتی مشخص دستخوش آشفتگی شود، ما دستخوش مسئله شده‌ایم. حال که پذیرفتیم ترافیک یک مسئله شهری و اجتماعی است، اگر برنامه‌سازی، مسئله ترافیک را اینگونه طرح کند که عامل شلوغی پایتخت، ازدیاد وسیله نقلیه و فراوانی آمد و شد آنهاست، آیا این نگاه، مسئله ترافیک در تهران را درست طرح کرده است؟ یا برنامه‌ساز دیگری این مسئله را اینگونه طرح کند: پایتخت‌بودن موجب تمرکز جمعیتی و تمرکز جمعیتی سبب شلوغی و ازدحام آمد و شد وسایل نقلیه شده است. حال می‌توان دآوری کرد که کدام یک از این دو مسئله را درست طرح کرده است. شاید بیراه نباشد که دلیل تأکید بر کشف و طرح درست مسائل را تأکید دوباره کنیم؛ چون می‌دانیم که طرح درست مسئله نقطه شروع حل درست مسئله است. به عنوان مثال، برگردیم به تعریف اول از مسئله که فاصله میان وضع موجود نامطلوب و وضع مطلوب ناموجود را مسئله تعریف کردیم و گفتیم که راه‌حل مسئله تابعی از شیوه طرح مسئله است. با توجه به این تعریف، یعنی اگر این شکاف و فاصله از بین برود، مسئله ما حل شده است. حال این شکاف و فاصله چگونه پر می‌شود؟ در اینجا مسیرهای حل مسئله پیش می‌آید که باید بهترین مسیر را انتخاب کرد و در انتخاب بهترین مسیر به این اصل توجه کرد که اولین مسیر بهترین مسیر و راه‌حل نیست. راه‌حل شماره یک ما می‌تواند اینگونه طراحی شود که برای از بین بردن فاصله میان وضع موجود نامطلوب و وضع مطلوب ناموجود، وضع موجودمان را تغییر دهیم و این تغییر در راستای وضع مطلوب باشد. راه‌حل دوم این است که تصورات و توقعات خود را از وضع مطلوب کاهش دهیم؛ یعنی سطح انتظارها را پایین بیاوریم تا وضع موجودمان قابل تحمل و رضایت‌بخش تر

به نظر برسد.

اما راه‌حل سومی هم وجود دارد و آن اینکه دو کار را همزمان انجام دهیم؛ ضمن اینکه جهت حرکت‌مان به طرف وضع مطلوب است، توقعات و تصورات خود از وضع مطلوب را هم اصلاح می‌کنیم. در این حالت هم وضع موجود را در جهت بهبودی و کمال تغییر می‌دهیم و هم وضع مطلوب را با دست‌اندازی اصلاح می‌کنیم و در حد توان حرکتی خود پایین می‌آوریم (جایگزینی دیدگاه رئالیستی با ایده‌نالیستی) تا نتیجه رضایت‌بخش حاصل شود.

یک طراح باهوش راه‌حل سوم را برمی‌گزیند و در برنامه‌اش به سیاق یک کار علمی و پژوهشی پس از کشف مسئله و طرح درست آن، واشکافی موضوع، در طرح راهکارها به واقعیات اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی و در یک کلام مصلحت‌های عمومی جامعه نیز توجه می‌کند. هر گاه در یک ایستگاه رادیویی هر آنچه شنیده می‌شود، محصول طرح و برنامه‌ریزی باشد و طرح و برنامه‌ریزی بر روی همه اجزا و عناصر آن تأثیر بگذارد، آن ایستگاه رادیویی به احتمال خیلی زیاد موفق خواهد بود. با توجه به این اهمیت به نظر می‌رسد طراحان برنامه‌ها باید دارای ویژگی‌هایی متمایزتر باشند.

طراح برنامه، فرصت‌ساز است

یکی از ویژگی‌های طراحان برنامه آن است که از مسائل اجتماعی پیرامون خود، یک فرصت طلایی برای رادیو می‌سازند. آنها در برخورد با مسائل و موقعیت‌های ناخوشایند، به دنبال مسائل و موقعیت‌های خوشایند هستند؛ بی‌کاری، تنهایی، سالمندی، جدایی و طلاق، بی‌عدالتی، ناسازگاری، دزدی، بی‌اعتمادی، فاصله طبقاتی، بی‌توجهی به سرنوشت هم‌نوع، رعایت‌نشدن وظیفه شهروندی و... اینها همه مسائل سیاه و تلخ یک جامعه هستند. باوجوداین، به قول آلبرت اینشتین، در دل مشکلات، فرصت‌هایی نهفته است که یک طراح زیرک به دنبال یافتن فرصت‌های

هر گاه در یک ایستگاه

رادیویی هر آنچه

شنیده می‌شود

محصول طرح و

برنامه‌ریزی باشد و

طرح و برنامه‌ریزی

بر روی همه اجزا

و عناصر آن تأثیر

بگذارد، آن ایستگاه

به احتمال خیلی زیاد

موفق خواهد بود.



و با وجود اینکه دیگر آن ایده برد ندارد و از حیز انتفاع افتاده است اما همچنان برای دست‌یافتن به خروجی احتمالی، مسیل و مسیر تولید را در پیش گرفته‌اند. این گروه از ایده‌ها، با وجود ازدست‌دادن خاصیت‌شان و به تبع سیر نزولی شنوندگان خود به‌عنوان بازار مصرف هدف، به اعتبار اینکه روزگاری این برنامه شنونده داشته، ولی حالا ممکن است اشکال به‌عنوان مثال از اجرا باشد و با تعویض تیم برنامه‌ساز دوباره دکان‌مان رونق خواهد گرفت و مشتری این طرف بازار هم خواهد آمد، برای ادامه حیات آن ایده تلاش می‌کنند و... در مقابل این گروه از ایده‌ها، ایده‌هایی هم هستند که همچنان ظرفیت ارائه‌شدن را دارند و طراحانی هم هستند که ایده‌های تازه را صید می‌کنند و با پایش محیط پیرامونی خود، به‌طور دائم در حال هدف‌گذاری و صید جدید هستند.

گروه اخیر کسانی هستند که خودپرسشگری را رعایت می‌کنند و از خود می‌پرسند کدام مسئله و ایده محرک طراحی این برنامه بود؟ آیا آن مسئله و ایده هنوز به قوت خود باقی است؟ اصلاً چرا این ایده به ذهن رسید؟ آیا علت وجودی و دلیل اصلی پیدایش این ایده وجود خارجی دارد؟ پاسخ این پرسش‌ها به این دلیل اهمیت دارد که گفتیم نحوه طرح ایده و مسئله، نقطه آغاز راه‌ها و مسیرهای حل مسئله است. یعنی نقطه پیوند ما با مسئله. به‌عنوان مثال، آیا امروز هم برنامه **چهار راه جوانی** رادیو **جوان** همان قدر برد دارد که در زمان خود داشت؟ آیا تداوم این ایده که مسئله جوان امروز یکی از چهار راه خدمت‌سربازی، شغل، تحصیل و ازدواج است؟ آیا فراوانی جمعیتی گروه‌های سنی موسوم به جوانان در ترکیب جمعیتی امروز همان نسبت را دارد؟ آیا امروز کنکور مانند ده سال پیش یک دغدغه بزرگ است که راه‌حل ندارد؟ آیا گسترش دانشگاه‌ها و افزایش استعداد نیروی انسانی تحصیل‌کرده و

نهفته در دل این مشکلات است. به‌عنوان مثال، طراح می‌بیند که جامعه ایران رو به سالمندی می‌رود و سالمندان متأثر از مقتضیات زمانه، تنهاتر از همیشه دنبال تکیه‌گاه، همدم و همسخن می‌گردند. او با ارائه طرحی با نام «یاس‌های سپید» این فرصت را به جامعه سالمندان می‌دهد تا حرف و دردل‌هایشان با صدایی بلندتر به مخاطبشان - که ممکن است فرزندان، اقوام، مسئولان اداره یا مسئولان کلان نظام باشند - برسد و یا دست‌کم اینکه این گروه جمعیتی همین که حس می‌کنند آن قدر مهم هستند که رسانه برایشان وقت گذاشته احساس رضایت به آنها دست می‌دهد. این برای رسانه یعنی اقبال، یعنی رادیو رسانه زندگی، و یعنی رادیو و جامعه. دیگر مسائل هم همین‌طور. رسانه همه این مسائل را طرح می‌کند برای اینکه از دل آنها فرصت‌هایی را معرفی کند برای زندگی بهتر و وضعیتی مطلوب‌تر.

طراح برنامه در دام ایده نمی‌افتد

هر ایده در یک ایستگاه رادیویی به‌عنوان بن‌مایه یک برنامه هر چه با مطالعه و کار کارشناسی انتخاب شود، به همان اندازه نیز می‌توان به طول عمر شکوهمند طرح امیدوار بود. علت امر را می‌توان در این جمله یافت که «علم، پیش‌نگری به‌بار می‌آورد و پیش‌نگری، کنش». ضمن اینکه آن ایده باید نسبتی از مسائل اساسی جامعه‌ای باشد که مخاطب هدف آن ایستگاه رادیویی است. یک طراح هوشمند همیشه مراقب است در طرح مسائل اساسی جامعه به‌عنوان ایده طراحی یک برنامه در دام آن مسائل نیفتد، چون نیک می‌داند برخی مسائل مانند باتلاقی است که تلاش و تقلای زیاد، باعث فنا و نابودی بیشتر می‌شود و کار را سخت‌تر می‌کند. طراح باهوش ایده را صید خود می‌کند نه اینکه اجازه دهد او صید ایده شود. برای قربت ذهن کافی است در برنامه‌های ایستگاه‌های رادیویی سیر و تفحص کنید، از هر دو دسته خواهید دید. هم آنان که در دام ایده گرفتار آمده‌اند

اساتید دانشگاهی موجب نشده است که دانشگاه‌ها برای جذب دانشجو با هم رقابت کنند. یا مسئله ازدواج با بررسی شرایط جامعه امروز می‌شود به این نتیجه رسید که سن ازدواج در میان پسران و دختران بالا رفته است و این افزایش سن ازدواج در میان تحصیل‌کردگان هر دو گروه، افزایش مضاعفی داشته است. در این صورت آیا هنوز هم ازدواج یکی از مسائل اساسی گروه‌های سنی منتهی به بیست و نه ساله‌هاست؟ آیا هنوز هم بچه‌دیرستانی‌ها دغدغه بلافصل فارغ‌التحصیلی‌شان و یا دست‌کم یکی از دغدغه‌هایشان ازدواج است؟ و... به این دلیل است که تأکید می‌شود طراح زیرک مدام به نقطه آغاز نگاه کند و نقطه پایان را نیز مد نظر دارد تا از خط فکری و ایده‌اش، منحرف و در تله گرفتار نشود و همیشه به این بیندیشد که بالاخره یک روزی، روز و تاریخ انقضای ایده‌اش خواهد بود، چون تاریخ در حرکت است و جامعه نیز از حرکت باز نمی‌ماند. آنکه از این حرکت جا می‌ماند، ایده‌ها و مسائل کهنه خواهند بود، مگر اینکه طراح محترم نیز این تغییر را درک کند. از این‌رو در ایده‌هایش و کشف مسائل جدید تجدید نظر کند، وگرنه مسائل بشر در طول تاریخ دست‌نخورده و ثابت نخواهد بود. از این‌رو، او نباید در یک مسیر بی‌پایان گام بگذارد.

طراح برنامه ذهن عملی و عملیاتی دارد

بارزترین ویژگی برای یک طراح برنامه، ذهن علمی و عملیاتی اوست. چنین طراحی پس از کشف درست مسئله که بر اساس چارچوب‌های نظری و نظریه‌های علمی صورت گرفته است، آن را به شیوه درست و البته در قالب نمادها و مفاهیم علمی در چارچوب طرح برنامه منتقل می‌کند.

او می‌داند که طرح برنامه درست مانند یک پیش‌نویس است که باید در آن به معرفی موضوع و ایده انتخابی خود بپردازد، اهمیت آن را توضیح دهد؛ آن‌قدر

شفاف که هیچ نکته مبهمی باقی نمانده باشد و به گونه‌ای که اگر در جلسه دفاع از طرح هم حضور نداشت، خللی در فهم و اهمیت موضوع ایجاد نشود. به پشتوانه پژوهشی که ایده انتخابی‌اش و نتایجی که فکر می‌کند از برنامه خواهد گرفت، اشاره می‌کند و تکنیک و روشی که می‌خواهد هدف برنامه را به‌وسیله آن محقق سازد و نیز منابعی که در این راه از آنها بهره می‌گیرد معین کند.

جملات کلیدی

- هنوز هم شکل‌گیری برنامه بر مبنای فرم طرح برنامه، یکی از بهترین و اصولی‌ترین روش‌های برنامه‌سازی به‌شمار می‌آید.

- طرح برنامه، الگوی انتزاعی آن چیزی است که در ذهن طراح است و او می‌خواهد از طریق مفاهیم، منظور خود را بیان کند.

- می‌توان گفت: سیر تکوینی ایده تا شنیده یک تولد سه‌باره است: تولد سه‌گانه ذهنی، عینی و واقعی.

- طرح برنامه در مرحله ذهنی بیشتر شخصی و فردی، در مرحله عینی، گروهی، و در نهایت امری جمعی و اجتماعی است.

- در هر مرحله از رشد «ایده» تا تبدیل شدن به «شنیده» بخش یا بخش‌هایی به آن افزوده می‌شود تا تبدیل به برنامه شود و این همان فرایند «رفت و برگشت» در طرح‌نگاری است.

- به باور من، طراح می‌تواند یک جامعه‌شناس باشد یا دست‌کم یک نگاه جامعه‌شناسانه داشته باشد؛ چون جامعه‌شناس است که دانش بررسی جامعه را دارد.

- کار طراح برنامه، استراتژیک است، چون اوست که می‌خواهد در چارچوب میل، نیاز و مصلحت مسائلی را از رسانه طرح کند که در نهایت به بهبودی وضع موجود بینجامد.

- می‌توان گفت: طراح برنامه می‌تواند نه جامعه‌شناس باشد، نه مردم‌شناس، نه

روان‌شناس و نه مهندس، اما باید بتواند وظیفه‌ای را به‌خوبی انجام دهد و آن «تشخیص درست مسئله» و «تشخیص مسئله درست» است.

- مسئله، فاصله میان آنچه داریم و آنچه می‌خواهیم است؛ به عبارت دیگر، شکافی است میان وضع موجود و وضع مطلوب.

- یکی از تعاریف جامعه‌شناسان از مسئله اجتماعی آن است که هر پدیده و موضوع اجتماعی که از نظم و ترتیب عادی خود خارج شده باشد، مسئله اجتماعی است.

- طرح درست مسئله نقطه شروع حل درست مسئله است.

- به قول آلبرت اینشتین، در دل مشکلات، فرصت‌هایی نهفته است و یک طراح زیرک رادیویی دنبال یافتن فرصت‌های نهفته در دل این مشکلات است.

- طراح باهوش ایده را صید خود می‌کند نه اینکه اجازه دهد او صید ایده شود.

- طراح زیرک مدام به نقطه آغاز نگاه می‌کند و نقطه پایان را نیز می‌پاید تا مبدا خط فکری و ایده‌اش از مسیر اصلی منحرف و او در تله ایده گرفتار شود.

- طراح باهوش همیشه برای ایده‌اش نقطه پایان می‌گذارد تا در یک مسیر بی‌پایان گام نگذارد، چون می‌داند تاریخ در حرکت است و جامعه نیز از حرکت باز نمی‌ماند. آنان که از این حرکت جا می‌مانند، ایده‌ها و مسائل کهنه‌اند.

- طراح برنامه دارای ذهنی علمی و عملی است.