



رادیو، ایده‌های نو و تحول در ارائه محتوا

گفتاری از دکتر محمد حسین صوفی
معاون محترم صدا در جمع مدیران رادیو

سازمان‌های ارتباطی در محیطی پویا و به‌سرعت تغییرپذیر به سر می‌برند. آنها در قلب تحولات رنگارنگ اجتماعی، و در بستر نوآوری‌های مستمر و بی‌وقفه تکنولوژیک، ناکزیرند همواره به رویکردهای تازه بیندیشند و محصولات و شیوه‌های کاری خویش را نوسازی کنند. اگر رسانه‌ها در نوآوری لازم برای کار خویش اندکی کوتاهی ورزند، ناچارند عرصه را به سرعت به رقیبان خویش واگذارند و از مخاطبان و حیطه نفوذ خویش چشم‌پوشند. از همین روست که خلاقیت، نواندیشی و نوپردازی در پیام‌رسانی را باید رگ حیات رسانه‌ها در دنیای پرقاب‌ت امروزه دانست.

رادیو نیز در مقام رسانه‌ای تأثیرگذار در محیط اجتماعی، برای حضور اثربخش در صحنه رقابت رسانه‌ای، باید بیشترین تأکید را بر خلاقیت و نوآوری داشته باشد. نوآوری در رسانه، محصول همراهی و همگرایی یکپارچه سیاستگذاران و مدیران سازمان و یکایک برنامه‌سازان و اعضای خانواده بزرگ رادیوست. از یک سو لازم است راهبردهای رسانه‌ای مناسب و اثرگذار فراهم شوند و از سوی دیگر همین راهبردها به برنامه‌هایی جذاب و رضایت‌آفرین بینجامند. از رهگذر کار خلاقانه و نوآوری مستمر، هم دستیابی به سیاست‌ها و راهبردهای مطلوب تضمین بهتری می‌یابد و هم فرایند ساخت و پخش برنامه‌ها از قوت و قدرت لازم برخوردار می‌شود تا به مقصود ارزشمند اثربخشی رسانه‌ها منجر شود.

آنچه در این مجموعه گردآوری شده، گزیده‌ای از بیانات دکتر محمدحسین صوفی معاون محترم صدای رسانه ملی است. ایشان با تأکید بر توجه به ایده‌های نو و خلاق، نتایج آن را تولید برنامه‌های رادیویی با کیفیت مطلوب برشمردند. این نکات راهنمایی مناسب برای مدیران و برنامه‌سازان رادیویی است تا از این طریق موجب ارتقای سطح کیفی برنامه‌ها و جلب رضایت هر چه بیشتر شنوندگان رادیو بشوند.

مدیر مسئول

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

مرکز علم انسانی

ایده چیست؟

«ایده» را می‌توان معادل «پندار» دانست که گونه‌ای تصویر ذهنی از امور واقعی یا انتزاعی یا حتی تخیلی است. وقتی در مباحث تولید و مدیریت فعالیت‌ها از ایده صحبت می‌کنیم، به مفهومی ذهنی اشاره داریم که طرح و چارچوب کلی محصول مورد نظر را با قابلیت پرداخت بیشتر تا تبدیل شدن به محصول نهایی ارائه می‌دهد. در برنامه‌سازی رادیویی، وقتی از ایده صحبت می‌کنیم، به تصویری اشاره داریم که چارچوب محتوایی و ساختاری اثر را معین می‌کند.

در واقع برنامه‌سازی رادیویی تلاشی چندجانبه برای پرورش ایده‌ها و طرح‌های رادیویی و تبدیل آن به محصولات برنامه‌ای قابل پخش از رسانه است.

ایده نوآورانه چیست؟

ایده نوآورانه محصول نگرش متفاوت به مسائل و عبور از کلیشه‌های رایج است که ابعاد تازه‌ای از واقعیت را آشکار می‌کند و چشم‌اندازهای سنتی را به چالش می‌کشد. از آثار و نتایج توجه به ایده‌های نو نوآوری و ابداع است که ظرفیت‌های جدیدی را در برابر انسان و سازمان قرار می‌دهند. ایده مبتکرانه می‌تواند از نظر فردی، در

شخص نوآور، اعتماد به نفس بیشتری به وجود آورد و از این طریق، سطح انگیزش و کارآفرینی او را توسعه دهد. از منظر سازمانی، نوآوری، به خلق فرصت‌ها و راهکارهای جدید در سازمان منجر شده، به ارتقای کارآمدی آن می‌انجامد. نوآوری در مقیاس سازمانی می‌تواند به کاهش مصرف منابع، افزایش سود و منفعت و ارتقای بهره‌وری و کارآمدی سازمان منجر شود. در جهان پررقابت امروز، نوآوری یکی از کلیدی‌ترین وجوه موفقیت سازمان‌ها محسوب می‌شود.



در یک برنامه ترکیبی) صاحب ذخیره‌ای ارزشمند از ایده‌ها محسوب می‌شود، باید شرایطی را پدید آورد که همگان بتوانند نظر خویش را اظهار کنند و از طرح افکار خود ولو غلط بیمی نداشته باشند. فردی که جریان توفان فکری را هدایت می‌کند، موظف است شرایط را برای طرح نظرات مختلف و متفاوت ایجاد کند و با مشاوره جمعی پیشنهادهای بهتر و کارآمدتر را برجسته کرده، آنها را به دستور کاری برای تفکر جمعی تبدیل کند. تکنیک توفان فکری راهکاری مناسب برای دستیابی به آرا و نظرات جدید در گروه است. توفان فکری همچنانکه از اسم آن هم برمی‌آید، جریانی قوی از ایده‌پردازی توفان را در یک جمع موجب می‌شود و افراد به کمک یکدیگر سعی می‌کنند وجوه مختلف امور را شناخته و ابعاد تازه‌ای از آن را بشناسند.

تکنیک دلفی

تکنیک دلفی شیوه‌ای برای شناخت دیدگاه‌های جدید افراد و اشاعه آن در میان دیگر اعضا برای خلق ایده‌های تازه و تعمیق آگاهی جمعی است. در این تکنیک فرد بر پایه دریافت خویش از تفکرات دیگر اعضای

اقدام برای خلق اثر تازه (مثلاً ساخت اولین نمونه‌های یک اختراع)، در باره آن اثر و مختصات ظاهری و کارکردی آن تصویری را فراهم آورده، سپس به اجرایی نمودن آن اقدام کرده‌اند. فرد در این تکنیک در ذهن خود پیامدهای وقوع یک اقدام را تصور می‌کند و نتایج آن را در زمینه‌های مختلف ارزیابی می‌کند. به طور خلاصه می‌توان گفت در تکنیک تصور خلاق فرد زمان آینده را در حال، تصور می‌کند و خود را در موقعیت آینده قرار می‌دهد.

تکنیک توفان فکری

از آنجا که گروه (مثلاً گروه برنامه‌سازان

خلاقیت، پیش‌نیاز ایده‌پردازی

خلاقیت، قابلیت انسانی است که به‌واسطه آن تولید ایده‌های جدید در ذهن ممکن می‌شود. خلاقیت همچنانکه از عنوان آن برمی‌آید، به معنای خلق و آفرینش روش‌هایی جدید برای اندیشیدن درباره مسائل و رویدادها و کشف روابط تازه است که مستلزم عبور از عادات معمول فکر کردن و تبیین و تحلیل مسائل به شیوه‌ای متفاوت، و توجه به زوایای پنهان و نامکشوف امور است.

خلاقیت می‌تواند برگرفته از دانش و آگاهی انسان درباره محیط یا حاصل تجربیات او باشد.

تکنیک تصور خلاق

در ایده‌پردازی تکنیک‌های مختلفی را می‌توان به کار گرفت. هدف تمامی این تکنیک‌ها، گسترش فضای فکری و دستیابی به ایده‌های جدید است. اولین راهکار در مقیاس فردی، تصور خلاق است. همه ما قادریم به امور مختلف بیندیشیم و در ذهن خویش مفاهیم گوناگون را تصور و آنها را با هم ترکیب کنیم. بدون تردید همه هنرمندان، مخترعان و افراد نوآور پیش از

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات
رتال جامع علوم انسانی

**خلاقیت، قابلیت انسانی
است که به‌واسطه آن
تولید ایده‌های جدید در
ذهن ممکن می‌شود.**

گروه، خود نیز می‌اندیشد و یافته‌های جدید را مجدداً به اطلاع دیگران می‌رساند. در این فرایند کسی نمی‌داند صاحب اصلی ایده کیست و مستقل از صاحبان افکار، آنها را نقد کرده، در باره ایده‌های قابل اجرا بر درستی و کارآمدی آنها صحنه می‌گذارد. این چرخه مکرر ایده‌پردازی به نوآوری‌ها امکان بروز می‌دهد. در چرخه‌های مکرر رفت و برگشت افکار بین اعضای یک گروه، به تدریج، افراد ابعاد متفاوت مسائل را شناخته و با صحنه‌گذاری بر تبیین‌های درست، به سمت همگرایی فکری نزدیک می‌شوند. در این تکنیک، اعضای گروه قادرند نظرات مختلف را بدون پیشداوری درباره صاحبانشان دریافت کنند و آنها را نقد کرده، ارتقا بخشند.

ویژگی‌های یک ایده خوب

- یک ایده خوب باید بخوبی قابل درک بوده و افراد بتوانند آن را دریابند و با آن رابطه برقرار کنند.
- یک ایده خوب نمی‌تواند فقط در سطح نظری خوب باشد، بلکه باید قابلیت اجرایی داشته باشد و بتوان آن را پیاده کرد.
- یک ایده خوب باید با آرمان‌ها و مقاصد سازمان هماهنگ و همراستا باشد. ما نمی‌توانیم پیگیر ایده‌هایی باشیم که ارزش‌های سازمانی و هدف‌های ما را مخدوش می‌کنند.
- یک ایده خوب باید متضمن تأثیر مناسب بر مخاطبان باشد. ایده‌ای که نتواند مخاطبان هدف را جذب کرده و آنها را به نحو مطلوب متأثر نماید، فاقد کارآمدی است.
- یک ایده خوب باید منافع جدیدی را برای سازمان دربرداشته باشد و پیشبرد هدف‌های آن را تسهیل کند.

منابع ایده‌پردازی

ایده‌ها محصول تفکر جهت‌یافته و هماهنگ سازمانی‌اند، بنابراین باید از منابع سیاستگذاری سازمان که برگرفته از رهنمودهای امام راحل (ره) و مقام معظم رهبری (مدظله) و سیاست‌ها و خطوط‌مشی بالادستی است الهام بگیرند.

مطالعات و بررسی‌های حرفه‌ای در حوزه رسانه و مخاطبان، و جمع‌بندی و مرور تجارب قبلی برنامه‌سازان هم می‌توانند مبدأ دستیابی به ایده‌های تازه باشند.

روش‌های حفظ ایده نو

ایده‌ها در بسیاری موارد در یک لحظه به ذهن وارد شده و به سرعت محو می‌شوند. بسیاری از آنها عمر کوتاه و موقت دارند و ممکن است چندان در ذهن ماندگار نباشند. به همین دلیل باید ایده‌ها را در لحظه تولد آنها بر روی کاغذ آورد و یا به هر شیوه مناسب دیگری ثبت و ضبط کرد. شاعران، نقاشان، آهنگسازان و دیگر هنرمندان و حتی مخترعان اگر نتوانند اثر مورد نظر خود را به صورت کامل تولید کنند، نمایه‌ای از آن را که نشان‌دهنده کلیات ایده مورد نظر است فراهم می‌کنند تا در فرصت مناسب آن را گسترش دهند. در حوزه رسانه هم باید ایده‌ها را ثبت و ضبط کرد و بدانها ماندگاری بخشید. ثبت ایده‌ها در ضمن امکانی ایجاد می‌کند که دیگران هم بتوانند به مضمون ایده جدید دست یافته، در باره آن اظهار نظر کرده و آن را ارتقا و تکامل بخشند.

موانع تحقق ایده‌ها

در برابر ایده‌پردازی و گسترش نوآوری‌ها موانعی مختلف قد علم می‌کنند که برخی از آنها در زمره عوامل بازدارنده فردی‌اند، مانند: تنبلی و خمودگی فکری، محدودیت دانش و تجارب حرفه‌ای، خودداری از مطالعه هدفمند و همه‌جانبه در مسیر کسب آگاهی‌های لازم درباره موضوع و ابعاد گوناگون آن، وابستگی افراطی به کلیشه‌های شناخته شده و مرسوم و عادت‌های غلط رسوب کرده در ذهن، و ترس از پذیرش ریسک و مخاطره. در یک سازمان نیز محیط کار و مناسبات حرفه‌ای باید تسهیل‌کننده ایده‌پردازی و نوآوری باشد. در این زمینه می‌توان به پشتیبانی مدیران از افکار نو و حمایت‌های آنان از ایجاد زمینه برای تحقق طرح‌های تازه اشاره نمود و می‌توان آن را در زمره

عوامل مهم مدیریتی در دستیابی به یک سازمان نوآور محسوب کرد.

ویژگی‌های برنامه‌ساز خلاق و ایده‌پرداز

ایده‌پردازان و نوآوران، به خصوص در حیطه رسانه و پیام‌رسانی باید برخی ویژگی‌ها را در خویش پرورش دهند:

- علاقه‌مند به فعالیت حرفه‌ای خویش باشند،
- سختکوش و پرتلاش باشند،
- نگاه کنجکاو و پرسشگر داشته باشند،
- به گونه‌ای متفاوت به مسائل نگاه کنند،
- جامع‌نگر باشند و به ابعاد گسترده و متنوع امور توجه کنند،
- اعتماد به نفس داشته و اجازه دهند اندیشه‌هایشان توسط دیگران به چالش کشیده شوند،
- از آخرین تحولات روز و محیط اجتماعی و روش‌های حرفه‌ای آگاهی داشته و به خصوص اقتضائات جامعه و مخاطبان آن را به درستی بشناسند.
- هر چه برنامه‌سازان از رسانه و ظرفیت‌ها و توانمندی‌های آن آگاهی بیشتری داشته باشند، به همان اندازه در ارائه ایده‌های تازه موفق‌تر خواهند بود.

برخی از بایسته‌هایی که تحقق برنامه مطلوب را ممکن می‌سازند:

- سیاست‌های سازمانی توسط برنامه پشتیبانی شوند.
- در مسیر هدف‌های رسانه باشند.
- باعث گسترش اخلاق و معنویات، شادی‌افزایی و نشاط‌آفرینی شوند.
- با ارزش‌های حرفه‌ای رسانه سازگاری داشته باشند.
- از جذابیت مطلوب برخوردار باشند.
- منطبق با نیازها و خواسته‌های مخاطب باشند.
- باعث ارتقای سطح دانش و آگاهی مخاطب شوند.
- واقع‌گرا بوده، به امکانات موجود توجه کنند.
- بر پایه دانش و مهارت و تجربیات قبلی بنا شوند.