

فرهنگ برنامه‌سازی در رادیو

● ابراهیم صایری نژاد

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه

اگر بخواهیم نظریه اخیر را صاحب فرض کنیم، در این صورت در رادیو فرهنگ اولویت با چه مسائلی خواهد بود؟ بی‌گمان ارضیات بیشتر برنامه‌سازان با مدیران و برنامه‌ریزان، هماهنگی بیشتری به دنبال خواهد داشت. تعریفی دقیق از شبکه و گروه‌های برنامه‌ساز به تهیه‌کننده کمک می‌کند تا طرح‌ها و ایده‌های خود را بجا و دقیق مطرح کند.

تقریباً عموم مردم، به موضوعات و مباحث فرهنگی علاقه‌مند هستند. بنابراین رادیو فرهنگ نباید برنامه‌های خود را صرفاً برای فشر تخصصی کرده و دانشگاهی تهیه و تولید کند. تجربه نشان داده برنامه‌هایی چون فرهنگ مردم از رادیو سراسری صدا

خاص صاحب‌نظران و فرهنگ پژوهان دانشگاهی و حوزوی است. یا عموم مردم علاقه‌مند به مقوله‌های فرهنگی، می‌توانند شنونده آن باشند؟

پرسش دیگر اینکه محدوده فرهنگ تا کجا است؟ آیا دستاوردهای علمی و فناوری‌های جدید را شامل می‌شود یا صرفاً به مطالعات علوم انسانی محدود است؟ از فرهنگ تعاریف متعددی ارائه شده است. به اندازه هر کدام از این تعریف‌ها که اغلب متأثر از پژوهش‌ها، مطالعات و همچنین فضای پرامون صاحب‌نظر است. محدوده و گستره فرهنگ وسیع و نامحدود می‌شود. با این همه امروزه برخی بر این باورند که هر چه هست، فرهنگ است.

تهیه‌کننده‌های رادیو فرهنگ باید به موضوعات و مسائل فرهنگی علاقه‌مند باشند آن چنان که در دیگر شبکه‌ها نیز وضع باید به همین صورت باشد. کسی که به رشته‌ها و فنون ورزشی آشنا است، در برنامه‌سازی رادیو ورزش موفق است. همچنان‌که علاقه‌مندان به مباحث پزشکی و تندرستی در رادیو سلامت تهیه‌کننده در شرایط این تقسیم‌بندی با معیارهایی چون مراحل زندگی رادیو جوان و نامحدوده جغرافیایی خاص رادیو تهران باید مطالعات و بررسی‌هایش را معطوف آن جامعه آماری کند.

دریازده رادیو فرهنگ این سوال مطرح است که آیا برنامه‌های تولیدی این رادیو،

با گویش‌ها و لهجه‌ها از رادیو فرهنگ با اقبال و توجه زیادی از سوی مخاطبان مواجه بوده است.

پس ما وقتی به خوبی می‌توانیم با مردم در ارتباط باشیم که آنها با دقت مخاطب برنامه‌هایمان باشند. در این خصوص

باید هم وضع به همین صورت است. در واقع سازمان‌ها نیازمند مدیری اخلاق و پویا هستند. از زوایای مختلفی چون روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و ارتباطات می‌توان به مدیریت پرداخت که در این مقاله مختصر نخواهد گنجید.

در بخش نیروی انسانی مسائلی چون جذب صحیح عوامل تولید، آموزش حین خدمت و ایجاد عوامل به‌طور معمول ثمره کار خود را ناپیچ می‌شمرد. برنامه‌ساز در مقایسه رسانه رادیو را کم مخاطب‌تر از دیگر رسانه‌ها فرض کرده، در نهایت آن را بی‌تأثیر و مهجور معرفی می‌کند

بهره‌گیری صحیح از کلام، موسیقی، افکت و حتی سکوت ضروری است. این قاعده درباره مخاطبان تحصیل‌کرده نیز صادق است؛ آنها هم برنامه‌های به اصطلاح «تخت» را کمتر می‌پسندند و از شنیدن آن خیلی زود خسته می‌شوند.

به‌طور حتم ایده نو و پرداخت مناسب، پتانسیل جدیدی به وجود خواهد آورد؛ برای نمونه، برنامه تلویزیونی مشاوه که در سیما مرکز سمنان تهیه و تولید و یکشنبه‌های هر هفته از شبکه اول سیما پخش می‌شده، مشتاقان زیادی داشت.

اما چگونه می‌توان در جذب مخاطب موفق‌تر عمل کرد؟ صاحب‌نظران و برنامه‌سازان پیش‌گسوت توجه به این عامل از ضمانت تولید یک برنامه خوب دانسته‌اند. این سه عامل عبارتند از: نیروی انسانی ماهر، تجهیزات و ابزار به روز با کارایی مناسب و بودجه کافی. امروزه در هر بخش نکته‌های متعددی قابل طرح و بررسی است؛ برای مثال: در بخش نیروی انسانی مسائلی چون جذب صحیح عوامل تولید، آموزش حین خدمت و ایجاد عوامل انگیزشی ضروری است. درباره دو عامل

روحیات و انگیزه‌های برنامه‌ساز رادیو به‌طور اعم و رادیو فرهنگ به‌طور اخص، از هر جهت قابل بررسی است؛ انگیزه و متونیایی که در برنامه تولید شده تأثیر مثبت و باطنی از خود بجای می‌گذارد. همه این موارد در فرهنگ سازمانی رادیو مطرح بوده، لازم است به آن پرداخته شود؛ مواردی چون اعتقاد برنامه‌ساز به

رادیو به واسطه امتیازات انکارناپذیر خود، می‌تواند در شرایط و موقعیت‌های گوناگون بهتر از دیگر رسانه‌ها عمل کند. شاهد مدعا عملکرد خوب برنامه‌های رادیویی در کشورهای غربی است. به خاطر داشته باشیم که در آنجا هم رسانه‌های دیگر فعال هستند.

برنامه‌های تولیدی خود را با پایگاه اجتماعی در میان دیگر همکاران سازمانی، از جمله مواردی هستند که با اطلاع از آنها می‌توان برنامه‌ریزی دقیق و کارشناسانه‌ای ارائه داد. واقعیت این است که برنامه‌ساز رادیو به‌طور معمول ثمره کار خود را ناپیچ

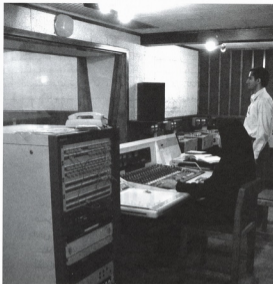
می‌شمرد. او در مقایسه رسانه رادیو را کم مخاطب‌تر از دیگر رسانه‌ها فرض کرده، در نهایت آن را بی‌تأثیر و مهجور معرفی می‌کند!

ناگفته پیداست، با چنین قضاوتی، محصول فرهنگی حرفی برای گفتن نخواهد داشت. نگارنده بر این باور است که رادیو به واسطه امتیازات انکارناپذیر خود، می‌تواند در شرایط و موقعیت‌های گوناگون بهتر از دیگر رسانه‌ها عمل کند. شاهد مدعا عملکرد خوب برنامه‌های رادیویی در کشورهای غربی است. به خاطر داشته باشیم که در آنجا هم رسانه‌های دیگر فعال هستند.

اما برنامه‌ساز تعامل دارد محصول فرهنگی‌اش مورد توجه قرار گیرد. عرصه رقابت‌ها و ارزیابی‌های متعدد و توجه مدیران به عوامل انگیزشی و تشویق‌کننده در این خصوص تا حدود زیادی تأثیرگذار است. از موارد قابل طرح، یکی اختلاف برآورد برنامه‌های رادیویی نسبت به برنامه‌های تلویزیونی است. این نکته بارها از سوی برنامه‌سازان رادیو مطرح شده است، با این حال یادآوری آن یک ضرورت

رادیو به واسطه امتیازات انکارناپذیر خود، می‌تواند در شرایط و موقعیت‌های گوناگون بهتر از دیگر رسانه‌ها عمل کند. شاهد مدعا عملکرد خوب برنامه‌های رادیویی در کشورهای غربی است. به خاطر داشته باشیم که در آنجا هم رسانه‌های دیگر فعال هستند.

است. برنامه‌ساز رادیو ضمن باور به فرایند طولانی و پیچیده تولید برنامه تلویزیونی، انتظار دارد اختلاف برآورد برنامه‌ها معقول و منطقی باشد تا این مسئله موجب نشود عوامل برنامه‌ساز رادیو از جمله نویسنده به سمت شبکه‌های تلویزیونی متمایل شوند. دیگر اینکه شبهه اختلاف پرداخت در



شبکه‌های مختلف رادیو تأثیر نامطلوبی در بین برنامه‌سازان رادیو فرهنگ بر جای گذاشته است.

علاوه بر عوامل انسانی بودجه که هر کدام تأثیر انکارناپذیری در تولید کیفی برنامه دارند، بهره‌گیری از تجهیزات، ابزار و مهارت در استفاده از فناوری‌های جدید ضروری است. در این میان، لازم است برنامه‌سازان رادیو فرهنگ بیش از همکاران خود در دیگر شبکه‌ها از وسایل ارتباط جمعی متعدد بهره‌مند شوند.

بهره‌گیری از فضای سایر و وسایل ارتباطی الکترونیکی، برنامه‌های تولیدی را دقیق، سریع و تأثیرگذار خواهد کرد. همچنین ضروری است همه عوامل تولید، تهیه‌کننده‌ها در زمینه علم، فرهنگ و جامعه مطالعات عمومی و حتی تخصصی داشته باشند. آنها باید با جامعه‌شناسی دقیق، مخاطب برنامه‌های خود را به خوبی بشناسند و از ایده‌ها و آرای آنها مطلع شوند. توجه به امکاناتی چون کتابخانه تخصصی و بهره‌گیری آسان از اینترنت و ماعواره نتیجه‌های مطلوب در پی خواهد داشت.

درباره ویژگی‌ها و کیفیت برنامه رادیویی در رادیو فرهنگ مطالب زیادی قابل طرح است، اما نگارنده بر این باور

موسیقی در برنامه رادیویی

فقدان موسیقی کار را بسیار دشوار خواهد کرد. موسیقی، به خصوص در برنامه‌های اجتماعی و فرهنگی نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. برنامه‌ساز باید با بهره‌گیری از دانش موسیقایی خود قطعات متنوع موسیقی را به کار گیرد تا برنامه تولیدی جذاب و شنیدنی شود.

موسیقی کاربردی رادیو انواع گوناگونی دارد؛ از جمله موسیقی حالت به عنوان تکمیل‌کننده مطلب، موسیقی به عنوان ربط دهنده و همین‌طور موسیقی به عنوان خط فاصل و جداکننده بخش‌های مختلف برنامه. علاوه بر این، موسیقی در بخش‌هایی موجب اتساع خاطر خواهد شد. آگاهی برنامه‌ساز از انواع موسیقی سنتی، مقامی، ملی، پاپ و یا موسیقی ملل ضروری است و به کارگیری هر کدام در رادیو فرهنگ باید دقیق و کارشناسانه انجام گیرد. در مواردی سهل‌انگاری، کم‌توجهی و یا کم‌اطلاعی برنامه‌ساز از این موارد

ویژگی‌ها و یا فرورارد کرد، از این رو لازم است برنامه رادیویی با یک بار شنیده شدن، پیام را به خوبی انتقال دهد. به یاد داشته باشیم شنونده رادیو در موقعیت‌ها و شرایط گوناگون، مخاطب برنامه می‌شود. پس مطلب باید در عین پر محتوا بودن، ساده و روان خواننده شود. اگر مطلب رادیویی شنیداری نگاشته شود، گوینده هم با

بارها شنیده و خوانده‌ایم که برنامه رادیو را فقط یک‌بار

می‌توان شنید؛ به این معنی که نمی‌توان مانند نوار کاست آن

را ریواند و یافورارد کرد، از این رو لازم است برنامه رادیویی

با یک‌بار شنیده شدن، پیام رابه خوبی انتقال دهد.

است که عمده‌ترین عامل، بهره‌گیری از متن شنیداری برای تولید برنامه‌هاست.

بارها شنیده و خوانده‌ایم که برنامه رادیو را فقط یک‌بار می‌توان شنید؛ به این معنی که نمی‌توان مانند نوار کاست آن را

موجب شد تا نظم و ترتیب موسیقی رعایت نشود. استفاده غلط از تکنیک Fade out هم در مواردی شنونده خاص را رنجیده خاطر کرده است. نکته‌ای که درباره موسیقی باید یادآوری کرد این است که متأسفانه قطعات موزیک‌های کاربردی محدودند. نگارنده ضمن لحاظ کردن ذوق و سلیقه برنامه‌ساز و توجه به شناخت موسیقیایی او، اعتقاد

میهمانان و نقش اساسی در تولید برنامه خواهند داشت. افرادی که مسئول هماهنگی برنامه هستند با خدمات خوب و به موقع خود موجب می‌شوند تهیه‌کننده و سردبیر تمام وقت خود را متوجه کیفیت تولید و ارتباط مناسب با مخاطب کنند، به طوری که محصول تولید شده حداقلتر تطابق را با سیاست‌ها و اهداف شبکه داشته باشد.

کار تهیه‌کننده پس از تولید و پخش پایان نمی‌پذیرد؛ او باید ضمن برنامه‌ریزی برای برنامه‌های آتی نتیجه برنامه تولید و پخش شده خود را بررسی و تحلیل کند. در این باره استخراج نظر مخاطبان از طریق تماس تلفنی آنها با برنامه و درج آن نظرها در پرسشنامه‌های مرکز تحقیقات و همچنین اطلاع از نظر کارشناسان خبره، به او کمک خواهند کرد.

دارد آثار موسیقی سنتی اغلب بداهه نوازی و کلی است. از این روست که هر کس از ظن خود پار ما می‌شود برای مثال، برنامه‌ساز برای موضوع کتابخوانی و مطالعه، دقیقاً نمی‌داند به سراغ چه قطعاتی برود و یا اگر برنامه از فلسفه و عرفان سخن می‌گوید، کدام قطعات موسیقی تکمیل‌کننده مطالبش خواهند بود. البته همان‌گونه که ذکر شد با شناخت از موسیقی و فرهنگ مردم تا حدودی می‌توان به هدف نزدیک شد. ولی این عوامل، خیلی دقیق نیستند.

هماهنگی برنامه

شاید هماهنگی، در نگاه اول خیلی مهم و تعیین‌کننده نباشد، اما با کمی دقت و بررسی برنامه‌های موفق و توجه در امتیازات آنها نسبت به دیگر برنامه‌ها متوجه خواهیم شد که نظم و ترتیب در موضوع برنامه، فرایند سیستماتیک تولید، دعوت از

در برنامه‌های وادبی فرهنگ به طور معمول کارشناسان و صاحب‌نظران زیادی حضور می‌یابند. توجه به جایگاه و منزلت این افراد، دقت و ظرافت زیبایی می‌طلبد. به وجود آوردن خاطره‌ای خوب برای کارشناسانی که برای اولین بار به برنامه دعوت می‌شوند موجب انگیزه و علاقه خواهد شد. به طوری که در مراحل بعد با اشتیاق حضور خواهند یافت. برآوردن خواست‌های آنان، اهدای هدایای ارزشمند معنوی، پذیرایی و خدمات ایاب و ذهاب مناسب از جمله مواردی هستند که توجه به آنها نتیجه مطلوب دذیبی خواهد داشت. به تهیه‌کننده و با هر کس که او را به عنوان مسئول برنامه می‌شناسیم باید اختیاراتی داده اختیاراتی چون ارائه طرح، پیشنهاد برآورد و دفاع آزادانه از طرح و برآورد پیشنهادی و همین‌طور انتخاب عوامل انسانی مورد نیاز. تقویض این‌گونه اختیارات در نهایت به نفع گروه و شبکه

خواهد بود. تهیه‌کننده با این اختیارات به طور حتم پاسخ‌گو خواهد شد.

از جمله اساسی‌ترین مسئولیت‌های تهیه‌کننده، مدیریت گروه برنامه‌ساز است. او با رهبری و هدایت افراد و همچنین بهره‌گیری صحیح از امکانات و بودجه، گامی در جهت هدف ارائه شده بر می‌دارد. این مدیریت راحت و بی‌دغدغه نیست. با پذیرش این مدیریت، تهیه‌کننده در همه فرایند تولید، از جمله فعالیت عوامل برنامه‌ساز، پاسخ‌گو خواهد بود؛ به این معنی که اگر برنامه در قسمت‌های فنی - که صاحب‌بردار عهده‌دار آن است - هم دچار مشکلی شد، باز تهیه‌کننده باید پاسخ‌گو باشد.

تاکنون تعریف‌های گوناگونی از شغل تهیه‌کنندگی رادیو بیان شده است؛ عده‌ای گفته‌اند تهیه‌کننده همچون آشپز مواد مورد نیاز را با اندازه و با اضافه کردن چاشنی‌های مختلف ترکیب کرده، در نهایت غذای مطبوع و بایب میل مخاطب طبع می‌کند. برخی دیگر او را به عنوان رهبر ارکستر فرض کرده‌اند که هارمونی و هماهنگی سازها و نوازنده‌ها را موجب می‌شود و در پایان آهنگی گوش‌نواز پدید می‌آورد.

کار تهیه‌کننده پس از تولید و پخش پایان نمی‌پذیرد او باید ضمن برنامه‌ریزی برای برنامه‌های آتی نتیجه برنامه تولید و پخش شده خود را بررسی و تحلیل کند. در این باره استخراج نظر مخاطبان از طریق تماس تلفنی آنها با برنامه و درج آن نظرها در پرسش‌نامه‌های مرکز تحقیقات و همچنین اطلاع از نظر کارشناسان خبره، به او کمک خواهند کرد.

پاورقی

- ۱- بررسی بیشتر درباره مخاطب در مقاله‌ای با عنوان «امواج فراموزی، شبکه‌های رادیویی و بحران مخاطب» به قلم نگارنده در شماره ۱۹ مجله تخصصی رادیو درج شده است.

