



# راه‌نمای

## برنامه‌سازی در برنامه‌های

● محمد آذری ارغون

بدون شک هر برنامه‌ای دارای نقاط ضعف و قوتی است که شناخت این نقاط می‌تواند برنامه‌ساز را در تهیه و تولید برنامه بهتر یاری کند. در این بین برنامه‌هایی که زمان پخش‌شان طولانی‌تر است به دلیل ساختار متنوع‌تر، نیاز به توجه بیشتری دارند و پویایی و تداوم آنها بدون شناخت راهکارهای نوین برنامه‌سازی امکان‌پذیر نیست. از این رو شورای برنامه‌های راه شب طی برگزاری جلسات بحث، بررسی و ارزیابی برنامه‌ها، دستورالعملی را ابلاغ نموده که اجرای آن می‌تواند بر فرایند تولید تأثیر به‌سزایی بگذارد. راهبردهایی که این شورا تدوین کرده و در اختیار برنامه‌سازان قرار داده به شرح زیر است:

مناسب ادبیات و هنر به خوبی استفاده می‌کنند).  
- ورود به حیطه «روانشناسی» در زمینه پاره‌ای از مسائل فردی نیز می‌تواند برای برنامه‌های راه شب مناسب باشد، به شرط آنکه هدف آن ایجاد آرامش، امید و تحرک باشد تا تنش، یأس و رکود.  
- پرداختن به مسائل اجتماعی، مسائل سیاسی و به‌خصوص مسائل معیشتی و اقتصادی در برنامه‌های راه شب مناسب نیست. برنامه راه شب می‌تواند پاسخگوی نیازهای مبتنی بر کنجکاوی شنونده‌ها نیز باشد.  
- گنجاندن خبرهای خاص و دانستنی‌های عمومی می‌تواند مناسب باشد. البته باید توجه داشت که برای فضای نیمه‌شب

**طراحی، سردبیری و تهیه (رویکرد کلی)**  
لازم است محورهای موضوعی برنامه‌های راه شب از نظر محتوا به سوی مضامین نرم و از نظر شکل به طرف قالب‌های میانه سوق پیدا کند و هرچه زودتر شکل مطلوب خود را تثبیت کند. برای حصول چنین وضعیتی لازم است توجه شود که:  
**در زمینه محتوا:** پاسخگویی به نیازهای عاطفی و احساسی شنونده‌ها نسبت به نیازهای عقلانی و منطقی در فضای نیمه‌شب رجحان دارد.  
- روی آوردن به مواد متنوع و زیبای حوزه «ادبیات و هنر» اولین و مهم‌ترین گام است.  
(البته هم‌اکنون بعضی از برنامه‌های راه شب از مقوله‌های

خبرهای نرم مناسب است و از نقل خبرهای سخت به طور جدی باید پرهیز کرد. (خبرهای نرم مثل خبرهای علمی، هنری، تفریحی و... خبرهای سخت مثل خبرهای حوادث، جنگ‌ها، ناآرامی‌ها و...) - اطلاعات و دانستنی‌ها نیز باید در حد فهم عموم باشد و از دادن اطلاعات تخصصی پرهیز شود.

- بخشی دیگر از نیازهای شنونده‌ها که می‌تواند در برنامه‌های راه شب پاسخ داده شود نیازهای فوری لحظه‌ای یا به روز است.

- پاره‌ای از اطلاعات روزانه (یا به روز) مورد نیاز شنونده‌ها در بخش‌های ثابت و در زمان‌های مشخص منظور می‌شود. برای اینکه زمان ارائه اطلاعات روز برای شنونده‌ها شناخته شده و قابل مراجعه باشد، لازم است در کلیه برنامه‌های راه شب به این صورت عمل شود:

- رأس ساعت یک (۷:۰۰-) اعلام ساعت، تقویم روز، وضعیت هوا، اطلاعاتی خاص فصلی

- رأس ساعت دو (۲:۰۰-) اعلام ساعت، وضعیت راه‌ها، اطلاعاتی خاص فصلی

- رأس ساعت سه (۳:۰۰-) اعلام ساعت، تقویم روز، اطلاعاتی خاص فصلی.

**قالب‌ها و شکل‌های ارائه:** آنچه درباره شکل‌گیری برنامه یا رویکرد کلی برنامه در انتخاب قالب‌ها و به کارگیری آنها باید یادآوری شود از این قرار است.

## نوع پخش

- نوع پخش برنامه‌های راه شب زنده است. (البته گنجاندن بخش‌های کوتاه تولیدی در آن که ارتباط زنده با شنونده‌ها را مختل نکند یا معلق نکند مانعی ندارد)

- به طوری که از بررسی برنامه‌های راه شب برمی‌آید زنده بودن آن توفیق بیشتری دارد و بهتر است برنامه‌سازان از پتانسیل یا توان زنده بودن برنامه بیش از این استفاده کنند. در برنامه‌های زنده به سبب اینکه گوینده‌ها به طور طبیعی در فضای نیمه‌شب قرار دارند غالباً دارای لحن و ریتم مناسبند. (البته ویژگی لحن و ریتم مناسب برای این برنامه در بخش دستورالعمل گویندگی آمده است، اگر به صورت استثنایی در بعضی از برنامه‌ها انطباق با آن وجود ندارد لازم است تهیه‌کننده در جهت اصلاح یا تغییر آن اقدام کند).

- در برنامه‌های زنده ارتباط با شنونده‌ها سریع‌تر، صمیمی‌تر و دامنه‌دارتر است تا در برنامه‌های تولیدی. ضمناً در برنامه‌های راه شب گاه ارتباط اصولی و حرفه‌ای با یک شنونده به منزله ارتباط با تمام افراد مشابه بالقوه است.

## آرم برنامه

- آرم فعلی برای همه شب‌ها به صورت ثابت استفاده می‌شود. (البته در این باره دو نظرگاه مطرح است که یکی تکیه بر هویت،

سابقه و خاطره‌انگیز بودن آرم راه شب دارد و دیگری بر به روز کردن آن. برای این منظور می‌شود در آینده برای ساخت اثری مبتنی بر همان ملودی با اجرای ارکستری بزرگ اقدام کرد)

## تعداد گوینده‌ها

- با توجه به اینکه استفاده امروزی از رادیو (به صورت غالب) به‌خصوص در فضای نیمه‌شب، نوعی استفاده انفرادی از جانب شنونده‌هاست لذا برای ایجاد ارتباط حرفه‌ای (صمیمی‌تر، عاطفی‌تر و مؤثرتر) استفاده از یک گوینده متبحر و مناسب موفق‌تر خواهد بود تا استفاده از دو گوینده یا چند گوینده (که معمولاً فضا را شلوغ و در فرایند ارتباط اختلال ایجاد می‌کنند). برنامه‌هایی که با یک گوینده ارائه می‌شوند همچنان تک‌گویندگی برنامه را حفظ می‌کنند. (در برنامه‌های ارزیابی شده نیز این وضعیت موفق گزارش شده است).

- برنامه‌هایی که وضعیت دو گویندگی را حفظ می‌کنند توجه داشته باشند که باید گوینده‌ها با نقشی تعریف شده در برنامه ظاهر شوند.

- در برنامه راه شب گوینده یا انتقال‌دهنده اطلاعات و متون (به صورت مختلف) شنونده را مستقیماً مخاطب قرار می‌دهد و با او صحبت می‌کند، بنابراین گفت‌وگوی دو گوینده با هم و در حاشیه قرار دادن مخاطب برای برنامه‌های راه شب مناسب نیست. - اگر بعضی از برنامه‌ها ترکیب دو گوینده را حفظ می‌کنند، باید به طور جدی از حرافی دو گوینده و گفت‌وگوی سطحی آنها با یکدیگر جلوگیری کنند.

## قالب‌های مناسب

از کلیه قالب‌های برنامه‌سازی رادیویی که مناسب فضای آرام نیمه‌شب باشد با رعایت موازین دستورالعمل حاضر را می‌توان استفاده کرد. البته استفاده از قالب‌های گفتاری، موسیقی، گزارش و تلفن در هر برنامه راه شب الزامی است و باید توزیع آنها نیز براساس تنوع و تناسب صورت گیرد و در هر آیت سعی شود از تعداد بیشتری از قالب‌های یاد شده استفاده شود.

## کلام

- گفتار برنامه (چه از روی نوشته و چه بیان فی‌البداهه مجری) در عین فاخر و متشخص بودن، ساده و عامه فهم باشد. - وجه غالب مضامین کلام برنامه مثبت‌گرا، آرامش بخش، امیدآفرین و آگاهی‌دهنده باشد.

- ایجاد در کلام به صورت مختلف رعایت شود. - حد متوسط مطلوب برای گفتار برنامه‌های راه شب در هر مقطع دو دقیقه و بیشترین حد سه دقیقه است.

## موسیقی

- موسیقی باکلام و بی‌کلام انتخاب شده علاوه بر انطباق تناسب آن با موضوع - حتی‌المقدور- و ضمن بانشاط و امیدآفرین بودن باید از وقار، متانت و آرامش مورد انتظار این برنامه در فضای نیمه‌شب برخوردار باشد.

**باید توجه داشت که برای فضای نیمه‌شب خبرهای نرم مناسب است و از نقل خبرهای سخت به طور جدی باید پرهیز کرد. (خبرهای نرم مثل خبرهای علمی، هنری، تفریحی و... خبرهای سخت مثل خبرهای حوادث، جنگ‌ها، ناآرامی‌ها و...) فضای نیمه‌شب برای طرح ناراحتی‌ها، ناسازگاری‌ها و ناملایمات مناسب نیست**



تناسب ساختار مسابقه با فضای خاص برنامه راه شب و توزیع مناسب انواع آن در شب‌های مختلف وجود دارد.

#### طنز

- طنز با قالبی پرتحرک (آن‌گونه که در برنامه‌های جنگ‌گونه روزانه می‌آید) جایی در برنامه راه شب ندارد. اما مطالبی از قسم مطایبه که در آنها نوعی لطافت و ظرافت وجود داشته باشد در قالب نقل یا روایت نه تنها اشکالی ندارد بلکه می‌تواند فضای مطبوعی ایجاد کند.

#### گویندگی یا اجرا

- گرچه زنده بودن برنامه و تلقی گوینده یا مجری از این ساعات او را از نظر حفظ تناسب لحن، ریتم و ارتفاع صدا در فضای مناسب قرار می‌دهد، اما یکی از مهم‌ترین نکاتی که باید به آن توجه کرد در گویندگی راه شب این است که مجری یا گوینده، نقطه یا جای قرار گرفتن شنونده را نسبت به خود نزدیک‌تر از برنامه‌های ساعات دیگر شبانه‌روز بداند و بر همین اساس ویژگی‌های گفتار خود، به‌خصوص ارتفاع صدای خود را تنظیم کند.

#### صدابردار

در صدابرداری برنامه‌های راه شب به صورت خاص لازم است دو امر اساسی رعایت شود.  
- رعایت تناسب سطح گفتار و موسیقی، برای حصول سطح مناسب گفتار و موسیقی در برنامه‌های راه شب توجه به چند ویژگی لازم است؛ از جمله اینکه:  
- توجه شنونده به مضامین گفتار عمیق‌تر و متمرکزتر از توجه به موسیقی است. (به عبارت دیگر معمولاً به گفتار توجه می‌کنند، از موسیقی لذت می‌برند. به گفتار گوش می‌کنند، موسیقی را می‌شنوند)

- موسیقی بی‌کلام که به عنوان موسیقی فاصله استفاده می‌شود در بیشترین حد ۴۵ ثانیه باشد.

#### گزارش

- وجود گزارش در برنامه راه شب الزامی است. (درباره بعضی از ویژگی‌های تهیه گزارش و مصاحبه جداگانه توضیح داده شده‌است).

#### تلفن

- ایجاد ارتباط تلفنی و پخش تلفن‌های شنونده‌ها در برنامه راه شب الزامی است. (پاره‌ای از ویژگی‌های انعکاس ارتباط تلفنی شنونده‌ها در برنامه، در بخش مشارکت شنونده‌ها آمده است).

#### افکت

- استفاده از افکت (جلوه صوتی) مناسب در بعضی از مقاطع برنامه (در صورتی که مبالغه‌آمیز و بیجا نباشد) می‌تواند در فضاسازی و افزایش جذابیت برنامه موثر باشد.

#### کارشناسی

- از صحبت‌های کارشناسی در صورتی که دیگر قالب‌های برنامه‌سازی و ریتم برنامه را تحت‌الشعاع قرار ندهد، می‌توان استفاده کرد.

#### نمایش

- بنابر نظر اکثر کارشناسان قالب نمایش برای برنامه‌های راه شب مناسب نیست.

#### روایت

- استفاده از قالب روایت به شرط آنکه حالت نمایش پیدا نکند و در نقش گوینده دوگانگی ایجاد نکند اشکالی ندارد.

#### میزگرد

- بدیهی است که قالب‌های پرتحرک و شلوغ مثل میزگرد برای برنامه راه شب مناسب نیست.

#### مسابقه

- قالب مسابقه می‌تواند با تمهیداتی خاص در برنامه راه شب گنجانده شود. در این‌باره نیاز به بحث کارشناسی برای رعایت

- وجه غالب فرکانس‌های گفتار متوسط و وجه غالب فرکانس‌های موسیقی بالاست و فرکانس‌های بالا به صورت طبیعی برد بیشتری دارند.

- نیمه‌شب فضای خاصی دارد که با نوعی ملایمت مأنوس است و عموماً تلقی این است که دیگران خوابند و صدای رادیو نباید از محیط شنیداری مخاطب خارج شود. بنابراین لازم است صدابردار دقت کند نه تنها سطح موسیقی از نظر شنیداری بالاتر از گفتار نباشد بلکه بی‌آنکه تفاوت مبالغه‌آمیز وجود داشته باشد به صورت ظریف گفتار بر موسیقی سوار باشد. (البته این امر در جزئیات وابسته به ویژگی‌های نوع صدای گوینده‌ها و نوع فرکانس‌های غالب هر قطعه موسیقی و جای استفاده از آن است. مهم این است که صدابردار درک درستی از تناسب سطح گفتار و موسیقی در فضای نیمه‌شب را داشته باشد).

- نرمش نسبی در فید و میکس.

با توجه به فضای نیمه‌شب و حال و هوای برنامه **راه شب** بهتر است در این برنامه فیدها و میکس‌ها و نیز ورود و خروج موسیقی بی‌آنکه تأخیر یا بی‌رمقی را تداعی کند از نوعی نرمش و ملایمت نسبی برخوردار باشد. این نرمش در فیدها و میکس‌ها بسیار ظریف و هنرمندانه است و به‌هیچ‌وجه به معنای ملال، کشش و کندی نیست.

## گزارش

- گزارش‌های مرتبط با موضوعات و آیت‌های برنامه می‌تواند برنامه را پربارتر و متنوع‌تر کند.

- گزارشگرها از معرفی مفصل برنامه، سلام و احوال‌پرسی با گوینده و عوامل برنامه و مقدمات زائد پرهیز کنند. مقدمات گزارش در حد معرفی فرد، موقعیت و موضوع مورد بحث کفایت می‌کند. - اعلام حضور گزارشگر بدون ورود به موضوع و بدون ارائه

گزارش یا مصاحبه زائد است و به طور جدی باید از آن پرهیز شود.

- صحبت گزارشگر درباره همراه یا همراهان پشتیبانی مثل همکاران حمل و نقل زائد است. نام بردن از همراهان و تشکر از آنان در محل اعلام عوامل برنامه کفایت می‌کند. چند نکته دیگر:

### مشارکت شنونده‌ها

- ارتباط متقابل با شنونده‌ها یکی از ستون‌های اصلی برنامه‌های **راه شب** است، آن را حفظ و تقویت کنید. از مجموع برنامه‌های **راه شب** چنین برمی‌آید که یکی از جذاب‌ترین و لازم‌ترین بخش‌های آن ارتباط تلفنی و حتی مکتوب شنونده‌ها با این برنامه‌هاست. در تقویت بخش مشارکت شنونده‌ها توجه به چند هدف و رویکرد مشخص و تعیین‌کننده لازم است.

- برنامه سعی می‌کند نمونه‌های همه قشرهای بالقوه شنونده‌ها را به این بخش جذب کند و آنها را به صورت منطقی و متوازن در برنامه توزیع کند.

- ارتباطها ضمن صمیمی و گرم بودن حرفه‌ای باشد و همواره تشخیص رادیو را حفظ کند.

- گوینده، مجری، گزارشگر یا مسئول ارتباطات از ارائه طریق مستقیم، نصیحت یا توصیه‌های کارشناسانه پرهیزد، مگر کارشناس. (به این نکته توجه شود که گاه طرح مسئله از جانب شنونده کفایت می‌کند و لازم نیست درباره آن مفصل صحبت شود).

- پاره‌ای از گفت‌وگوهای تلفنی مجری یا کارشناس برنامه با شنونده‌ها (به صورت کوتاه) می‌تواند جذابیت برنامه را افزایش دهد. البته لازم است قبلاً ضبط شود تا حرفه‌ای‌ترین، مناسب‌ترین و موثرترین آنها از برنامه پخش شود.

- بهتر است تلفن‌ها و ارتباطها از نظر مضامین به درستی انتخاب و توزیع شود به طوری که مضامین مثبت، امیدبخش،

**یکی از مهم‌ترین وظایف برنامه‌های راه شب ایجاد آرامش، امید و نشاط درونی برای شنونده‌هاست**



آرامش‌بخش و برانگیزنده به صورت معنی‌دار غالب باشد.

### پرهیز از لفاظی

- از هر گونه لفاظی و صحبت‌های سبک پرهیز شود.

### ایجاز

- لازم است در کلیه مراحل، تدارک، نوشتن و اجرا ایجاز منظر باشد و بهتر است ایجاز در هر دو وجه درونی و ظاهری رعایت شود.

- ایجاز در درون، در کیفیت آنچه ارائه می‌شود تجلی پیدا می‌کند که یکی از راه‌های حصول آن پرهیز از لفاظی است.  
- ایجاز در ظاهر، در کمیت هر قالب خود را نشان می‌دهد. هر قالبی در هر نوبت هر قدر هم دلپذیر و گیرا باشد باید سقف مشخصی از نظر کمیت داشته باشد و برنامه‌ساز ملزم به رعایت آن باشد یا اینکه استانداردهای توصیه شده در مورد قالب‌های مختلف قدری متفاوت است، اما فعلاً به همین اندازه رعایت شود که بیشترین حد، مدت زمان استفاده از هر قالب در هر نوبت سه دقیقه است.

### پرهیز از تعارفات

- گزارشگر، گوینده، مسئول ارتباطات و دیگر عوامل برنامه وظایف حرفه‌ای خودشان را انجام می‌دهند و نیازی نیست از همدیگر تشکر کنند. اگر لازم شد باید بسیار کوتاه و حرفه‌ای باشد. البته تشکر از شنونده‌ها به صورت متعادل جای خود دارد.

### پرهیز از طرح مشکلات

- از طرح مسائل و مشکلات پرهیز کنید. (اگر فکر می‌کنید بعضی از مسائل لازم است از رسانه پخش شود آنها را به برنامه‌های روزانه واگذار کنید).

فضای نیمه‌شب برای طرح ناراحتی‌ها، ناسازگاری‌ها و ناملايمات مناسب نیست. متأسفانه بعضی از برنامه‌ها با طرح آنها و گاه تکثیر آنها شرایط ناگواری برای عموم شنونده‌ها ایجاد می‌کنند. یکی از مهم‌ترین وظایف برنامه‌های راه شب ایجاد آرامش، امید و نشاط درونی برای شنونده‌هاست.

### دقت در استفاده از لهجه‌ها

- استفاده از لهجه‌ها و گویش‌های محلی در قالب لطیفه‌ها و هرگونه پرداختن به قومیت‌ها «که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم اهانت، استهزاء یا خفیف شمردن تلقی شود» ممنوع است.

طبیعی است انتقال اطلاعات از زبان افراد محلی با گویش محلی و استفاده از قالب‌های ادبی مناطق مختلف به شرط مفهوم بودن آن برای عموم ارائه شود؛ نه تنها اشکالی ندارد بلکه موجب جذابیت بیشتر برنامه می‌شود.

### شاخص نکردن مبالغه‌آمیز یک شب

- از شاخص کردن شب خاص و عوامل هر شب به صورت مبالغه‌آمیز و مستقیم پرهیز کنید. بگذارید ویژگی‌های برجسته هر برنامه خود سخن بگویند و بپذیریم که توجه شنونده به اندازه کافی عمیق، دقیق و ظریف است.

- عوامل برنامه را به صورت منسجم در یک جای برنامه (ترجیحاً در انتهای هر برنامه) معرفی کنید.

### حفظ شأن رسانه

- مصادیق حفظ شأن رسانه (یا نادیده گرفتن آن) و نیز بستر بروز و نمود آنها بسیار زیاد است. از لحن گوینده، گزارشگر، مسئول ارتباطات گرفته تا انواع الفاظ، مفاهیم و مضامینی که در گفته‌ها جاری است و حتی به نظر عده‌ای از کارشناسان وقت‌کشی برنامه نیز از مصادیق نادیده گرفتن ارزش وقت شنونده محسوب می‌شود و دور از شأن رسانه است. و اما گاه (البته به ندرت) در بعضی از برنامه‌ها بی‌توجهی به شأن رسانه در مصادیقی بارز و کاملاً آشکار نمود پیدا می‌کند. از جمله استفاده از واژه‌های نامناسب کوچک بازاری، موهن و سخیف. بنابراین لازم است برنامه‌سازان به این معیار بسیار مهم توجه جدی داشته باشند.

## فضای ارتباط صمیمی در زبان

### رسانه با به کار بردن ضمیر «تو»

### ایجاد نمی‌شود بلکه در مضامین

### عاطفی و لحن محترمانه و دوستانه

### تجلی پیدا می‌کند

### احترام به مخاطب

- مخاطب همیشه محترم است در همه راه‌های شغلی، سنی، جنسی و موقعیت‌های اجتماعی. رعایت ادب و احترام نسبت به مخاطب برنامه، مصاحبه‌شونده و کسانی که ارتباط برقرار می‌کنند در تمام مصادیق آن لازم‌الاجراست. از جمله:

- در زبان رسانه‌ای کشورمان اصل بر اینست که مخاطب در صیغه جمع به کار برده شود (چه به صورت ضمیر متصل باشد چه منفصل).

- در بعضی از مصاحبه‌ها یا گفت‌وگوی تلفنی شنیده می‌شود که وقتی با مصاحبان مشاغل به ظاهر پایین یا کودکان صحبت می‌کنند آنان را با ضمیر مفرد مخاطب قرار می‌دهند و زمانی که با افرادی در رده‌های شغلی به ظاهر بالاتر گفت‌وگو می‌کنند با ضمیر جمع. و متأسفانه اولی را به حساب صمیمیت می‌گذارند.

- فضای ارتباط صمیمی در زبان رسانه با به کار بردن ضمیر «تو» ایجاد نمی‌شود بلکه در مضامین عاطفی و لحن محترمانه و دوستانه تجلی پیدا می‌کند.

