

اصول طراحی برنامه‌های تلویزیونی

تألیف: دکتر عذرا خزانلی

www.ketab.ir

۱۳۹۴

چاپ اول

عنوان و نام پدیدآور: اصول طراحی برنامه‌های تلویزیونی / تألیف: عذرا خزایی

مشخصات ظاهری: ۱۴۹ص: جدول، نمودار

یادداشت: کتابنامه. ص ۱۴۷.

موضوع: تلویزیون - تولید و کارگردانی

موضوع: تلویزیون - برنامه‌ها

رده بندی کنگره: ۱۳۹۴۷۵/۱۹۹۲ ۶ الف ۴ خ/PN

رده بندی دیویی: ۴۵۰.۲۳۲/۷۹۱

شماره کتابشناسی: ۳۹۶۹۴۰۵

اصول طراحی برنامه ریزی تلویزیونی

نویسنده: دکتر عذرا خزانلی	ناشر: بال
نوبت چاپ: اول ۱۳۹۴	طرح جلد: آتلیه بال
شابک: ۱-۵۵-۲۵۷۴-۹۶۴-۹۷۸	چاپ و صحافی: نگارش
شمارگان: ۱۱۰۰ نسخه	قیمت: ۹۰۰۰ تومان

حق چاپ محفوظ و مخصوص انتشارات بال است.

ISBN 978-964-2574-55-1

انتشارات یال تهران: صندوق پستی ۱۱۷-۱۳۱۴۵ تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۱۴۳۴۸

فهرست مطالب

صفحه

۹

مقدمه:

۱۲

فصل اول: تئوری عمومی سیستم‌ها

۱۲

۱- تعریف سیستم

۱۴

۲- تئوری عمومی سیستم‌ها یا استخوان بندی دانش بشری

۱۴

- چگونگی پیدایش تئوری عمومی سیستم‌ها

۱۷

- پایه گذاری تئوری عمومی سیستم‌ها

۱۸

روش اول

۲۱

روش دوم

۲۷

تجزیه و تحلیل نظریه بولدینگ

۲۹

- یادداشت‌ها و مآخذ فصل اول

۳۱

فصل دوم: اصول طراحی برای برنامه‌های تلویزیونی

۳۱

تعریف برنامه ریزی

۳۲

اصول طراحی برنامه در تلویزیون

۳۳

مرحله اول، تعیین نیازها

۳۴

انسان و نیازهایش

۳۷

مخاطبان به چه چیزی نیاز دارند؟

۳۸

نیاز مخاطبان بر خاسته چه کسانی است

۳۸

کاربرد تلویزیون و نیازهای مخاطبان

۴۰

ساختار برنامه و مخاطبان

۴۴

یادداشت‌ها و مآخذ فصل دوم

۴۵

فصل سوم: سیر تحول و شیوه‌های بیانی برنامه‌های تلویزیون

۴۵

۱- تاریخچه برنامه سازی در تلویزیون

- ۴۶ - گونه شناسی برنامه‌های تلویزیون
- ۴۷ برنامه‌های غیر نمایشی
- ۴۷ - برنامه‌های خبری
- ۵۰ - برنامه‌های ورزشی
- ۵۱ - برنامه‌های مستند و سیماهای گوناگون آن
- ۵۴ برنامه‌های نمایشی و سرگرم کننده
- ۵۴ - تاریخچه نمایش در تلویزیون
- ۵۵ - نمایش‌های تلویزیونی و سرگرم کننده
- ۵۹ - برنامه‌های سرگرم کننده
- ۶۱ برنامه‌های ترکیبی
- ۶۱ - برنامه‌های ترکیبی غیر نمایشی
- ۶۳ - برنامه‌های ترکیبی مستند و سرگرم کننده نمایشی
- ۶۴ برنامه‌های زنده
- ۶۴ - یادداشت‌ها و مأخذ فصل سوم
- ۶۶ فصل چهارم: انتخاب اجزای سیستم
- ۶۶ ۱- تعریف اجزای سیستم
- ۶۷ ۲- شیوه انتخاب اجزای سیستم
- ۶۹ - مأخذ فصل چهارم
- ۷۰ فصل پنجم: مشخص کردن سلسله فعالیت‌های برنامه سیستمی
- ۷۰ انواع فعالیت‌ها
- ۷۲ - فعالیت‌های شناختی و پیشنهادی
- ۷۳ - فعالیت‌های اجرایی
- ۷۳ - فعالیت‌های ارزشیابی
- ۷۴ - شیوه‌های ارزشیابی
- ۷۷ - مراحل ارزشیابی
- ۷۸ - معیار ارزشیابی یا مقیاس سنجش
- ۷۸ - یادداشت‌ها و مأخذ فصل پنجم

۷۹	فصل ششم: برآورد هزینه‌ها
۷۹	۱- واژه بودجه
۷۹	۲- تعاریف بودجه
۸۱	۳- انواع تنظیم بودجه
۸۱	- بودجه ریزی متداول یا سنتی
۸۲	- بودجه ریزی افزایشی
۸۲	- بودجه ریزی عملیاتی
۸۲	- مقایسه بودجه ریزی سنتی با بودجه ریزی عملیاتی
۸۵	۴- شیوه‌های هزینه یابی یا برآورد هزینه‌ها
۸۶	۵- تنظیم یا خلق یک طرح بودجه
۸۶	- تنظیم برآورد هزینه‌ها بر اساس برنامه‌های گذشته در ۸ گام
۸۹	- تنظیم بودجه برای یک پروژه
۹۲	۶- بودجه و کنترل
۹۴	۷- استفاده از رایانه در بودجه ریزی
۹۵	۸- مطالبی که لازم است، در هر طرح بودجه‌ای نوشته شود،
۹۵	۹- بودجه ریزی در تهیه برنامه تلویزیونی
۹۹	یادداشت‌ها و مآخذ فصل ششم،
۱۰۰	فصل هفتم: کاربرد تئوری‌ها در طراحی برنامه‌ها
۱۰۰	۱- تعریف تئوری‌ها
۱۰۱	۲- طبقه بندی تئوری‌ها و کاربرد آنها
۱۰۳	۳- تنگناها در کاربرد تئوری‌ها
۱۰۴	۴- تئوری‌های انگیزه و کاربرد آن در برنامه‌های تلویزیونی
۱۰۴	- عوامل مؤثر در ایجاد انگیزه
۱۰۵	- چند سیما از تئوری‌های انگیزه
۱۰۶	- کاربرد انگیزه در تلویزیون و تأثیر آن در شناخت
۱۰۸	۵- تئوری‌های رشد و کاربرد آن در برنامه‌های تلویزیون

- ۱۰۸ - رشد حرکتی
- ۱۰۹ - رشد ذهنی
- ۱۱۰ - رشد اجتماعی
- ۱۱۳ ۶- تئوری‌های یادگیری و کاربرد آن در برنامه‌ها
- ۱۱۳ - سازمان دهی دانش برای آموزش
- ۱۱۵ - یادگیری مفاهیم
- ۱۱۶ - به یاد گیرنده نتیجه یادگیری‌اش نشان داده شود
- ۱۱۷ - روش‌هایی که میزان فراموشی را کم می‌کند
- ۱۱۹ ۷- تئوری‌های ترغیب و کاربرد آن در برنامه‌ها
- ۱۲۰ - ترغیب و ارتباط جمعی در دوران قدیم
- ۱۲۳ - بازسازی تئوری‌های ترغیب در ارتباطات
- ۱۲۵ - تعریف ترغیب در جهان امروزی
- ۱۲۸ - ترغیب و ارتباطات
- ۱۲۹ ۸- تئوری‌های ارتباط ترغیبی
- ۱۳۰ - تئوری‌های یادگیری شرطی
- ۱۳۳ - تئوری‌های نگرش اجتماعی
- ۱۳۵ - زمینه‌های لازم جهت پذیرش ترغیب اجتماعی
- ۱۳۹ - یادداشت‌ها و مآخذ فصل هفتم،
- ۱۴۱ پیوست‌ها: واژه نامه
- ۱۴۷ فهرست منابع

انسان در کشاکش تلاش برای ادامه زندگی از یک سو با این واقعیت مواجه است، که نیازهایش را حدی نیست و از سوی دیگر ناگزیر این واقعیت را باید بپذیرد، که منابع محدودی در اختیار دارد. نامحدود بودن نیازها و محدود بودن امکانات انسان متفکر و اندیشمند را به چاره جویی می خواند، که چگونه و به چه شکل می توان این دو را با هم آشتی داد. انسانها به صورت منطقی در این مورد چنین نتیجه گیری می کنند، که از منابع محدود برای نیازهای نامحدود چنان یاری گیرند، که حد رضایت به دست آید و این نخستین مفهوم از برنامه ریزی در بین انسانها بوده است.

چه فرد صاحب خرد، چه جامعه و چه دولت هر یک می کوشند، تا منابع محدود خویش را آن چنان بکار بندند، که اگر بیشترین رضایت ممکن نباشد، حد متناسب آن تحقق یابد. امکان دارد، فرد در ذهن خود برنامه ای را بر اساس سلیقه شخصی ترسیم کند، که این سلیقه شخصی از عواملی چون کیفیت های روحی، گرایش های اجتماعی و اقتصادی تأثیر پذیر است. ولی برای انجام یک کار تولیدی و اجتماعی که نیاز به اهداف و امکانات است، نمی توان تابع ذوق شخصی شد. بلکه نیاز است، تابع اهداف و امکانات جامعه بود و این جا است، که مسئله برنامه ریزی ضرورت می یابد.

طراحی برنامه اولین وظیفه مدیریت در تولید است، که در آن مقاصد، اهداف، خط مشی ها و مسیر فعالیت تولید مشخص می شود. تولید برنامه برای رادیو و تلویزیون موضوعی جدا از این مسئله نیست.

در قرن بیست و یکم با گسترش ماهواره ها که قادرند پیامهای تلویزیونی را با سرعت به سمع و بصر مردم، در پنج قاره جهان برسانند، تولید برنامه جهت رادیو و تلویزیون از اهمیت بسیار برخوردار است. هرچند از جهت فیزیکی پیامهای تلویزیون تکثیر، تولید و به رمز در آوردن پیوند صدا و تصویر است، ولی هدف این رسانه تنها اطلاع رسانی، آموزش، سرگرمی و یا تقویت فرهنگ برای تعداد بیشمار از مخاطبان نیست، بلکه نفوذ آنها بر روی گروه های اجتماعی، چون سردمداران سیاسی و اقتصادی و زندگی خصوصی افراد جامعه از اهمیت بیشتر برخوردار است. محتوای پیامهای تلویزیون با محتوای نشریه های ادواری، کتابها، فیلم های

سینمایی و تاترهای صحنه‌ای، که توجه گروه خاصی از مخاطبان را در فضا و زمان محدود به خود جلب می‌نمایند، قابل مقایسه نیست. محتوا و پیامهای رادیو و تلویزیون انتشاری دایمی و فرامرزی دارند. چگونه می‌توان مطمئن بود که برنامه‌های تهیه شده برای رادیو و تلویزیون پاسخگوی نیازهای مخاطبان است؟ اطمینان کامل داشتن در واقع کاری بس دشوار است، ولی بکار گرفتن روشهای درست این امکان را فراهم می‌آورد، که فاصله بین آنچه انجام می‌گیرد و آنچه مورد نیاز است، کاهش یابد.

طراحی، ساخت برنامه‌های رادیو و تلویزیون، عبارت است از: فکر و پژوهش کردن در باره نیازها، مسائل، مشکلات مردم و یافتن راه حل برای آنها و ارائه این راه حل‌ها به مردم و دست اندرکاران جامعه در موقعیتی جلوتر از زمان یا به اقتضای زمان. برنامه‌ساز پس از دریافت نیازها، لازم است دریابد، گیرندگان پیامش دارای چه ویژگیهایی هستند و در رابطه با این شناخت در باره اجزاء و قالب مناسب برای رساندن پیام تصمیم بگیرد.

انسان در برخورد با مسائل جهت تصمیم‌گیری از یک مدل ذهنی که نتیجه تجارب و برداشت‌های او از زندگی است، بهره می‌گیرد. در بسیاری از موارد نتیجه حاصل از این مدل ذهنی که برای گروه زیاد تصمیم گرفته می‌شود، گاهی برای خود تصمیم‌گیرنده روشن نیست و چه بسا موجب تلف شدن نیروی انسانی، وقت و پول می‌شود و مشکلات ناخواسته‌ای به وجود می‌آورد که شرایط را از گذشته دشوارتر می‌کند. در حال حاضر به دلیل گسترش اهداف جامعه و محدودبودن منابع چهارگانه نیروی انسانی، پول، مواد و امکانات از یک سو و شدت ایجاد تغییرات و افزایش نیازهای اجتماعی از سوی دیگر، دست اندرکاران و تهیه کنندگان برنامه‌های تلویزیون لازم است از تصمیم‌گیری‌های عجولانه دوری جویند و با توجه به اهداف کل جامعه با استفاده از روش ارزشیابی ببینند، چه می‌کنند و از نقطه نظر تنوری عمومی سیستم‌ها در جهت گسترش فعالیت خود در راه دگرگون سازی ساخت‌های موجود و آفرینش ساخت‌های نوین در هم‌آهنگی و سازگاری با شرایط متغیر محیط چه باید انجام دهند؟ اینجاست، که مسئله طراحی که همان نقشه راه برای تهیه برنامه‌های رادیو و تلویزیون است، موجودیت خود را آشکار می‌سازد.

طراحی برای برنامه‌های تلویزیون یک دانش مجرد که تنها در محدوده دانش ارتباطات و شناخت تلویزیون جایگزین شده باشد، نیست. زیرا علاوه بر شناخت این وسیله ارتباط جمعی نیاز به دانش گسترده در زمینه فرهنگ مخاطبانی دارد، که پیام برای آنها فرستاده می‌شود. داشتن دانش در باره تئوریهای جامعه‌شناسی، روانشناسی، علوم تربیتی و اقتصاد می‌تواند در دریافت بهتر پیام مؤثر باشد. این دانش و آگاهی‌ها گرچه لازم است، ولی کافی نیست. آنچه به کار یک طراح و یا تهیه کننده برنامه ارزش والا می‌دهد، استفاده از نیروی ابتکار و خلاقیت است.

در جهان امروز با گسترش دامنه تأثیرپذیری وسایل ارتباط جمعی به ویژه تلویزیون کار طراحی برای تهیه برنامه‌های تلویزیون بسیار پیچیده است، برنامه ریز کار خویش را از دیدگاه سیستم‌ها که مجموعه‌ای از اجزای به هم پیوسته است و هر یک از اجزا تأثیر متقابل بر یکدیگر دارند، مورد توجه قرار دهد. شاید با چنین دیدگاهی بتواند مناسب‌ترین امکانات، وسیله و قالب را برای رساندن پیام خود به کار گیرد و از راه و روشی که برای رساندن پیام خود در مقایسه با دیگر راه‌ها برگزیده است، مطمئن تر باشد.

تهیه برنامه برای تلویزیون از طریق تبادل اطلاعات با محیط که منشأ انعطاف‌پذیر سیستم ارتباط جمعی است، آغاز می‌شود و طراحی برنامه برای تلویزیون چیزی نیست، جز ساختن نقشه جهت برقراری ارتباط باخرده سیستم‌های موجود در ابرسیستم جامعه براساس پیش فرض‌های ضمنی و ذهنی که امکان تطبیق آنها با واقعیت‌های عینی و تجربی میسر می‌باشد. این نقشه به‌طور روشن بیان می‌کند، اهداف سیستم چیست، اجزای سیستم کدامند و در ارتباط با هم چه کاری باید انجام دهند و میزان رسیدن به هدف‌ها در فرآیند سیستم در چه حدی خواهد بود؟ هر چند این مدل یا نقشه خالی از نقص نیست، ولی این حسن را دارد، که با آشکار شدن هدف‌ها، عملکردها و انتظارات از سیستم، این امکان برای تهیه کننده به وجود می‌آید، که عملکردهای برنامه در معرض قضاوت قرار گیرد. لذا لازم است، ابتدا دریابیم، که سیستم و تئوری عمومی سیستم‌ها چیست؟