

صبح بخیر تلویزیونی به بینندگان



تهیه برنامه‌های صبحگاهی جذاب و پرهیجان برای بسیاری از مردم که دوست دارند هر صبح را با امید به آینده و با نشاطی واقعی شروع کنند کار ساده‌ای نیست. یک برنامه صبحگاهی خوب، می‌تواند مردم را برای تمام روزی که در انتظارشان است، آماده کند و شرایطی به وجود بیاورد که با یک نگاه جدید و با روحیه عالی، تمام روز سرحال باشند.

جام جم آنلاین: تهیه برنامه‌های صبحگاهی جذاب و پرهیجان برای بسیاری از مردم که دوست دارند هر صبح را با امید به آینده و با نشاطی واقعی شروع کنند کار ساده‌ای نیست. یک برنامه صبحگاهی خوب، می‌تواند مردم را برای تمام روزی که در انتظارشان است، آماده کند و شرایطی به وجود بیاورد که با یک نگاه جدید و با روحیه عالی، تمام روز سرحال باشند. در حال حاضر تمامی شبکه‌های سیما با قرار دادن برنامه‌ای روتین در کنداکتور سعی دارند این اتفاق رخ بدهد اما این برنامه‌ها واقعا آرامش روحی و روانی و آماده شدن برای روزی پر کار را برای مخاطبان به ارمغان می‌آورند؟

پیشینه برنامه‌های صبحگاهی در تلویزیون به اوایل دهه 70 بازمی‌گردد که در آن دوره شبکه یک سیما سعی کرد #171؛ صبح بخیر ایران» را تهیه و پخش کند. تهیه برنامه‌های تلویزیونی بامدادی به دلیل ترکیبی بودن، از پیچیدگی‌های خاصی برخوردار بوده زیرا محتوای آن با برنامه‌های شبانه‌گاهی، عصرگاهی و حتی نیمروزی بسیار متفاوت است. معمولا در طراحی و ساخت این گونه برنامه‌ها به نیازهای جامعه توجه شده و تهیه‌کنندگان با اقشار مختلف به مشورت نشسته و براساس اطلاعات جمع‌آوری شده و با توجه به موضوع برنامه، نوع مخاطب و ساعت پخش را برنامه‌ریزی می‌کنند. در گفت‌وگویی با برخی از تهیه‌کنندگان و مجریان، عملکرد برنامه‌های صبحگاهی سیما را مورد بررسی قرار دادیم.

برنامه‌های صبحگاهی را جدي بگیریم

امیرعباس حدسنی، تهیه‌کننده برنامه صبح بخیر ایران که تجربه تهیه 1000 قسمت برنامه صبحگاهی در کارنامه‌اش را دارد معتقد است: برای شکل‌گیری یک برنامه صبحگاهی باید در چند حوزه مطالعه جدي صورت بگیرد؛ اول این‌که باید یک تقسیم‌بندی از ساعات بیداری مردم داشته باشیم که این مساله رابطه مستقیم با شروع کار در جامعه دارد. مثلا در کشور ما اگر فرض کنیم مردم از ساعت 5 یا 6 صبح از خواب بیدار می‌شوند، در هر لحظه ترکیب متفاوتی از نظر جنس و نوع مخاطب ایجاد می‌کند. در یک ساعتی کودکان و نوجوانان، در یک ساعتی کارمندان و در ساعتی دیگر تجار و کسبه مخاطب این برنامه‌ها هستند و در ساعتی دیگر فقط خانم‌های خانه‌دار در منزل باقی می‌مانند. البته نکته بسیار مهمی که در روان‌شناسی برنامه‌های صبحگاهی وجود دارد این است که هر کس در هر کجای دنیا وقتی صبح از خواب بیدار می‌شود، این نگرانی را دارد که در ساعتی که خواب بوده، در دنیای پیرامونش چه اتفاقی افتاده است. بنابراین برنامه صبحگاهی باید با اطلاع‌رسانی سریع و نافذ بتواند مخاطب خودش را از اتفاقاتی که در دنیا و پیرامون او افتاده است، مطلع کند. تهیه‌کننده برنامه صبح بخیر ایران ادامه می‌دهد: موضوعی که باید در نظر گرفته شود این است که مخاطب در آن ساعت با دیدن برنامه‌های صبحگاهی باید با انگیزه مضاعف و نیروی فزاینده و با امید به زندگی و عزم بهره‌وری بالا، خانه را ترک کند و وارد جامعه شود. یک برنامه صبحگاهی در نخستین ساعات روز مأموریت بسیج کردن اراده، احساسات، نیرو و تصمیم و توان افراد جامعه به منظور افزایش بهره‌وری و ایجاد فضای آرام و شاد را برعهده دارد. نتیجه این توجه را بدون شک در برطرف شدن بسیاری از مشکلات در جامعه مشاهده خواهیم کرد.

سعی می‌کنیم متفاوت باشیم

بهزاد کاویانی از جمله مجریانی که شمار می‌آید که سعی می‌کند در برنامه صبح آمد لحظات صبحگاهی را برای پر کردن اوقات مخاطب در ساعات صبح و مفرح ساختن این زمان ایجاد کند. وی می‌گوید ورزش و بخش‌های ورزشی، مقوله مناسبی است که در اغلب برنامه‌های صبحگاهی به درستی جایگاه خود را یافته است. ورزش صبحگاهی و تاکید بر آن و اجرای آن در چنین ساعاتی کاملا در راستای ساعت صبح به هوشیاری و شادابی مخاطب کمک می‌کند. باید در نظر داشت مخاطب برنامه‌های صبحگاهی نیاز به شادابی صبح و همچنین شتاب بخشیدن به کارهایش دارد، به همین دلیل فرصت تمرکز چندان و زمان زیادی ندارد تا مدت‌ها پای صحبت‌های طولانی مجری‌ها و کارشناسان برنامه‌ها بنشینند. از سوی دیگر محتوای چنین گفت‌وگوهایی طبیعتا باید در راستای روحیه مثبت بخشیدن و انرژی بخشی در لحظات اولیه روز باشد.

کاویانی اجرای برنامه در فضای باز را بسیار موثر می‌داند و می‌گوید: با اجرای برنامه در فضای برفی یا حتی بارانی مخاطب به خوبی با برنامه ارتباط برقرار می‌کند و شاید با این کار یک نوع تفاوت در سبک ارائه برنامه ایجاد شود.

وی معتقد است عوامل برنامه صبحگاهی باید انگیزه داشته باشند به خصوص مجری برنامه که نسبت به مسائل روز و حتی مباحث

اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی باید آشنا باشد.

کاوایی تولید برنامه براساس هدف‌های هر شبکه را بسیار مهم می‌داند و خاطرنشان می‌کند هر شبکه باید براساس سیاست‌ها و اهداف شبکه برنامه صبحگاهی تولید کند. به طور مثال اگر شبکه 2، شبکه کودک و نوجوان است برنامه صبحگاهی‌اش باید مختص این قشر باشد.

برخی از تهیه‌کنندگان سعی می‌کنند گزارشگری را به شهرستان‌ها بفرستند تا در برنامه تغییراتی ایجاد شود و مردم ایران از طریق گزارش دیده شوند. گاهی اوقات هم بنا به مناسبت‌های ملی یا مذهبی برنامه‌های صبحگاهی از استان‌های کشور پخش می‌شود که این کار بسیار تکراری شده و نیاز است در این حوزه نیز ایده‌های جدیدی شکل بگیرد.

مردم ایران باید در برنامه‌های صبحگاهی دیده شوند

مجید قره‌گوزلو تهیه برنامه صبحگاهی طلوع در شبکه چهار سیما را بر عهده دارد. به گفته وی در برنامه‌های تلویزیونی استفاده از «وله مناسب، تصاویر، منظره و نماهای دلنشین بسیار در جلب مخاطب صبحگاهی موثر است. وی می‌گوید: ارتباط زنده با دانشگاه‌ها و مراکز علمی و همچنین نشان دادن تصاویر مختلف یا شهر مورد نظر و نمایش نماهایی از فرهنگ اصیل کشور می‌تواند مخاطبان فراوانی را از نقاط مختلف کشور جذب کند.

قره‌گوزلو اضافه می‌کند، برنامه طلوع با رویکردی تولید می‌شود که علاوه بر مخاطبان فرهیخته بتواند با در اختیار قراردادن محتوای علمی و بعضاً موضوعات ریز اجتماعی که با علم ارتباط دارند، مخاطبان عام را هم تحت پوشش قرار دهد.

خلاقیت در برنامه‌های صبحگاهی کمتر دیده می‌شود شاید یکی از مهم‌ترین دلایل این موضوع قدرت ریسک‌پذیری است که عوامل برنامه‌های صبحگاهی در تلاشند یک برنامه بدون سر و صدا را روی آنتن ببرند؛ در حالی که ریسک‌پذیری به تهیه‌کننده و عوامل این قدرت را می‌دهد که بتواند موضوعات جدید، ایده‌های تازه و مسائل روز کشور را مورد بررسی قرار دهند.

تهیه‌کنندگان برنامه‌های صبحگاهی ریسک‌پذیر باشند

امیرحسین خرمشاهی، تهیه‌کننده برنامه «سلام تهران» معتقد است یکی از ویژگی‌های برنامه‌های صبحگاهی که هم میزان ریسک و خطرپذیری و هم میزان جذابیت آن را افزایش می‌دهد «پخش زنده» آن است.

حدسنی: یک برنامه صبحگاهی در نخستین ساعات روز ماموریت بسیج کردن اراده، احساسات، نیرو و تصمیم و توان افراد جامعه به منظور افزایش بهره‌وری و ایجاد فضای آرام و شاد را برعهده دارد

به گفته وی، در حال حاضر ساختار و میزان تولید برنامه‌های صبحگاهی ایجاب می‌کند سازندگان خیلی خطر نکنند و خیلی سراغ روش‌های پیچیده نروند. طراحی آیتم‌های تکرارشونده و بخش‌هایی مثل «گفت‌وگو با کارشناس» که نیاز به مقدمات خیلی پیچیده‌ای ندارد، محتوای این گونه برنامه‌ها را شکل می‌دهد. ویژگی «روتین بودن» و پس از آن شیوع انگیزه کاهش ریسک و خلاقیت در تهیه‌کنندگان این گونه برنامه‌ها سبب شده گاهی محتوا و شکل برنامه‌های صبحگاهی در شبکه‌های مختلف یکسان شده و در نتیجه مخاطبان عمدتاً میل و شوق زیادی برای تماشای آن در اوایل صبح نداشته باشند.

وی ادامه می‌دهد: در حال حاضر برنامه‌های صبحگاهی به روزمرگی افتاده‌اند و برنامه به مناسبت‌های ملی، مذهبی و سیاسی تبدیل شده که باید تهیه‌کننده با قدرت ریسک از طرح‌ها و ایده‌های جدید برای جذب مخاطب استفاده کند.

خرمشاهی یادآور می‌شود که برنامه‌های صبحگاهی معمولاً از ابتدای سال با یک دکور پخش می‌شود در حالی که ما 4 فصل داریم و تهیه‌کننده باید 4 دکور مجزا براساس هر فصل طراحی کند و با این تفاوت جذابیت بصری برنامه را هم ارتقا دهد.

وی در پایان تصریح می‌کند: برنامه صبحگاهی‌ای موفق است که نیازهای مخاطبان را بشناسد و بر اساس پژوهش برنامه تولید کند.

با تغییر مدیریت در شبکه‌ها، تغییرات در روند برنامه‌سازی هم شکل می‌گیرد. این تغییر در حالتی مورد قبول است که برنامه رشد صعودی داشته باشد و روز به روز به مخاطبان بیفزاید. اما اگر این تغییر باعث از دست دادن مخاطب شود، لطمه جدی به برنامه و حتی شبکه تلویزیونی وارد خواهد شد.

برنامه‌های صبحگاهی چارچوب معینی ندارند

حمید ابراهیمی، تهیه‌کننده برنامه صبح با خبر شبکه خبر منتقد برنامه‌های صبحگاهی است. وی می‌گوید: برخی مدیران درک اولیه برنامه‌های صبحگاهی را ندارند و با تغییر مدیران در شبکه‌ها برنامه‌ها هم باید تغییر کنند که این تغییرات به روند برنامه‌سازی لطمه وارد کرده و باعث شده این برنامه‌ها از اهداف اولیه خود دور شوند. مدیران که دنبال تجربه‌های جدید هستند، نباید بدون هیچ گونه پشتوانه تحقیقاتی دست به تغییر برنامه‌ها بزنند.

وی ادامه می‌دهد، به نظر می‌رسد هنوز مدیران چارچوب معینی را برای تولید برنامه‌های صبحگاهی در نظر نگرفته‌اند تا با مشخص کردن این چارچوب طرح‌های رسیده را مورد بررسی قرار دهند.

ابراهیمی بیان می‌کند، برنامه‌های صبحگاهی که در حال حاضر پخش می‌شود، نمی‌تواند رضایت مخاطبان را جلب کند، چون این برنامه‌ها هنوز با خواسته آنان فاصله دارد. اگر برنامه از محتوا و فرم خوبی برخوردار باشد، قطعا در جذب مخاطب و تاثیرگذاری در جامعه موفق خواهد بود.

معمولا برنامه‌هایی با مخاطب روبه‌رو می‌شود که از آیتم‌های متعدد، جذاب، کارشناسان و مجریان متبحر استفاده کند. به نظر می‌رسد افزایش برآورد برنامه‌های صبحگاهی می‌تواند علاوه بر تولید فکر و ایده به تولید بخش‌های جذاب و مخاطب‌پسند کمک کند.

تحقیق و بودجه مورد نیاز است

نیما کرمی، مجری برنامه صبحی دیگر شبکه آموزش برآورد پایین برنامه‌های صبحگاهی را مهم‌ترین مشکل عنوان می‌کند و می‌گوید: با توجه به این که این نوع برنامه‌ها از نظر درجه‌بندی در رده «جیم» دسته‌بندی می‌شوند و از نظر بودجه رقم پایینی را به خودشان اختصاص می‌دهند، مشکلاتی را برای تهیه‌کنندگان به وجود می‌آورد. به طوری که برای دستیابی به افزایش کیفی و کمی سطح برنامه‌های صبحگاهی باید بودجه کافی اختصاص داده شود.

کرمی معتقد است در کشور ما برای فکر و خلاقیت هزینه‌ای در نظر گرفته نمی‌شود در حالی که باید برای به دست آوردن ایده‌های نو هزینه کرد و بودجه‌ای را برای این بخش در نظر گرفت تا با استفاده از فکر و خلاقیت، آیتم‌های مورد پسند مخاطبان تولید شود.

فرشید قره‌لی / جام جم