

# نوشتن برای رادیو

■ نویسنده: وین سنت مک اینتری

■ مترجم: حبیب رانی تهرانی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

در این مقاله سعی ما بر این است که مشخص کنیم چه نوع نگارشی برای رادیو مناسب بوده و تصاویری فوری، قوی و قابل تصور برای ذهن تولید می‌کند. این نکته را دریافته‌ایم که این نوع نگارش، شامل معانی ساده‌ای است که با مفاهیم جهانی پیوند خورده است. نوعی نگارش که وقتی بر روی صفحه آن را می‌خوانید، احساس کنید که در همان لحظه نیز، می‌شنوید و توصیفاتی را مشاهده می‌کنید که در ذهن شما تولید شده است.

«مردی که کلاه مکزیک‌ای بر سر داشت، در کنار در حیاط، ایستاده بود. سگ سیاه با هیجان، از روی سنگ‌فرش سفید دوید و داخل خانه شد.»

هر کس این نوع نوشته‌ها را بخواند بلافاصله می‌تواند آن را مجسم کند، این نوع نگارش درک این نکته را برای ما آسان می‌سازد که چه نوع نگارشی مخصوص رادیوست، یا بهترین نوع نوشتن برای رادیو کدام است؟ ولی هنوز نمی‌دانیم که چرا یک نویسنده باید برای کار در یک رسانه اقدام کند؟

**اسکوفان-پخش رادیویی و جامعه**  
داستان بالا در مورد پسرک هر چند ممکن است که جعلی بوده و برای این موضوع ساخته شده باشد، ولی به مدت چند سال مطرح بوده است. اما تا حدی به دلیل منحصر به فرد بودن رادیوست که می‌توان گفت چنین داستانی به‌وجود آمده است. در پاسخ پسر بچه،

کتاب  
مکتب  
مکتب

شماره ۹  
آذر ۱۳۸۷



این دلیل وجود دارد که چرا نویسنده باید به طور جدی در فکر شروع به کار در رسانه باشد. زیرا تصاویر می توانند بهتر باشند. اکنون ببینیم که چه واژه‌هایی عملاً تصاویری آنی تولید می‌کنند که قابل تصور توسط ذهن هستند. فصل‌های شامل این واژه‌ها چگونه باید مرتب شوند؟ این تصاویر بهتر، چگونه در آثار طولانی‌تر، در ژانرهای رادیویی مختلفی چون، نمایشنامه، اقتباس، داستان کوتاه، شعر و مستند شکل می‌گیرند. اگر طرح ریزی و شکل‌دهی لازم برای تقویت نگارش چنین متونی را بیاموزیم، در آن صورت برای فروش محصول نهایی در بازار، چه انتظاراتی وجود خواهد داشت؟

برای اشاره به این نکته شاید بهتر باشد تا سؤال مورد نظر را به دو بخش تقسیم کنیم:

- ۱ - آیا در یادگیری نوشتن برای رادیو مزیت هنری وجود دارد؟
- ۲ - آیا نویسندگی رادیو، در بازار رسانه‌ای مزیت حرفه‌ای دارد؟

#### مزیت هنری نویسندگی رادیو

وقتی پردهٔ تئاتر بالا می‌رود، یا یک برنامه تلویزیونی آغاز می‌شود و یا چراغها در سینما خاموش می‌شوند، بلافاصله مخاطبان با صحنه‌ای از نمایش مواجه می‌شوند که علاوه بر رفتارها، لهجه‌ها و لباس بازیگران به آنان کمک می‌کند تا زمان، مکان و شیوهٔ نمایش را تشخیص دهند.

گفت‌وگو، هیچ‌گونه اهمیتی ندارد، درواقع آنچه در مقابل مخاطبان قرار می‌گیرد، کاملاً اجباری است و اصلاً نیازی به دیالوگ ندارد. این همان چیزی است که فیلم صامت نام دارد. رادیو بر خلاف آن است. چیزی که مخاطب می‌بیند، تنها از خلال دستکاری نویسنده در صداها بوجود آمده است، یعنی استفاده از گویندگی، گفت‌وگو و مدت مکث بین این دو و جلوه‌های صوتی. این کلمات (سکوت و جلوه‌های صوتی)، احساس و ساختارهای تصویری ایجاد می‌کند که نویسنده قصد دارد آنها را به شنونده برساند. اگر این تصاویر مناسب باشند، کلمات بکار رفته در نوشته، باید آنها را بهتر کنند.

در ژورنالیسم رادیویی، به عنوان مثال، کلمات باید صحنه دیدار یک فرد عالی‌رتبه تا موضوعاتی چون صاف کردن یک جاده را در بر بگیرد، ولی باید پیشرفت امور را طوری قرار دهد که مناسب با حال و هوای فرد عالی‌رتبه باشد.

گزارشگر: او از هواپیما خارج شد، در حالیکه لباس بلند تیره رنگش، در باد تکان می‌خورد و با رنگ نقره‌ای بال‌ها و بدنهٔ هواپیما که در پشت سر او قرار داشت، تضادی ایجاد کرده بود. در همین حال، رئیس جمهور که اندکی به عصای خود تکیه داده بود، آرام جلو آمد، با او روبرو شد و ایستاد، به محض اینکه آنها با یکدیگر دست دادند، عکاس حرکت کرد تا این واقعه تاریخی را ضبط کند.

در نمایشنامه رادیویی، نحوه توصیف ماشین ماشین افراد شور بعد از سرقت از بانک بدین شرح است:

شاهد: آنها از بانک بیرون پریده و دویدند و سوار آن شدند ... یکی از آن گرملین‌های جدید بود ... به رنگ آبی روشن ... قسمتی از آن که در روشنایی قرار داشت به نظر می‌رسید که کمی ضربه خورده باشد ... با لاستیک‌های سفارشی ... که پره‌های آنها را با سیم محکم کرده بودند ... با فشارگاه ... تقریباً ۲ لیتر ... شاید هم ۲/۵ لیتر.

گروه‌بان: این موضوع باید همین الان مشخص شود، آقا من اینجا نیامدم تا آن را بخرم. [بنا بر این دقیق بگوئید].

در نرم خبر رادیویی، اقیانوس در هنگام غروب آفتاب، این چنین توصیف می‌شود:

راوی: بعد از ظهر، هنگامی که کشتی توقف می‌کند، تصمیم می‌گیریم که به قصد تفریح، گردشی در هنگام غروب آفتاب داشته باشیم. اقیانوس هند، آرام، عمیق و به رنگ سبز زمردی است. خورشید همچنان همچون کمائی خونین در افق می‌درخشد، ما به نرده‌ها تکیه داده بودیم و به مارهای دریایی نگاه می‌کردیم که گه‌گاه بر اثر کف‌هایی که از برخورد آب با سینه کشتی به وجود می‌آمد به کنار رفته و دیده می‌شدند. ناگهان باقی ماندهٔ خورشید نیز غروب کرد، هوا

هم نمی تواند بیشتر از آموزش تکنیک، کاری انجام دهند. تخیل و پندار، چیزی نیست که بتوان آن را آموخت یا خرید. به همین علت است که ثروتمندان نمی توانند آثار بزرگ هنری تولید کنند و به جای آن بر کارهای خلاقانه‌ای چون قایقرانی بر روی دریای آتلانتیک، در یک سطل زباله، یا پرواز با پاراگلایدر بر فراز کوه‌های آند با هواپیمای دیزلی، اقدام می کنند.

اما تکنیک‌ها می توانند سلاحهایی قوی و مؤثر باشند. صحنه‌ای را در یک نمایشنامه رادیویی تصور کنید که نویسنده به شنونده می - فهماند که یکی از بازیگران مرد، بلند قد است، یک روش واضح این است که این مطلب را در جواب سؤال یک نفر دیگر در مورد نقش مورد نظر بگوید: «همانطور که می بینید من نسبتاً بلند قد هستم، پس آن روز در ساحل رودخانه می توانستم تقریباً هر جایی را ببینم».

ولی با استفاده از تکنیک‌های رادیویی، ایفاگر چنین نقشی می توانست به سادگی خاطرنشان شود:

«حالا، اجازه بدهید من خودم کتم را آویزان کنم... این کار برای من راحت تر است... بله من آن روز در ساحل رودخانه دیدم...».

در گفتگوی دوم، بدون ذکر ارتفاع فیزیکی و فقط با ذکر آویزان کردن کت، شنونده مفهوم بلند قد بودن شخص را درمی یابد. همین که گوینده بلند شده و از میکروفون دور می شود ما به مفهومی ثانوی دست پیدا می کنیم؛ یعنی درمی یابیم که شخص، دست خود را بلند کرده است. سن و سال شخص را نیز می توان در یک چنین شیوه‌ای بیان کرد:

«سن و سال شما آنقدر نیست که پول‌های قدیمی را به یاد بیاورید. اما با وجود چند پنی مسی در جیب خود، دیگر هیچ بادی روی زمین

سرد و دریا تاریک شد و تاریکی ما را هم دربر گرفت. هر چیزی که در این مثال دیده می شود، باید به طور شفاهی به شنونده گفته شود. شنونده از طریق مهارت نویسنده درمی یابد که چگونه کارگردان، مسئول برق، طراح صحنه، کارگردان هنری و مدیر صحنه خود باشد. همانطور که مولکول‌های DNA اطلاعات کاملی برای شخص فراهم می کنند، یک نوشته رادیویی نیز باید اطلاعاتی را درباره تمام جهان فراهم سازد.

بنابراین، این اولین علت است. چرا نویسنده‌ای مشتاق، باید به رادیو بیاید؟ زیرا آموختن مناسب و درست نویسندگی برای رادیو، به معنای فراگیری فنون خلق جهان، بدون کمک گرفتن از پشتیبان‌های مستقیم بصری است. توسعه امکانات برای تولید نوشته‌های قوی با ساختارهای خوب و قابل تصور برای ذهن که تنها بر کلمات متکی است.

بدون یک نوشته خوب، کارگردان رادیویی نمی تواند برنامه خوبی ارائه دهد. در تلویزیون و یا فیلم این امکان وجود دارد که علی رغم وجود یک نوشته نامناسب، با صحنه‌آرایی خوب صحنه‌ها، بازی بازیگران، کار دوربین و بالاخره زاویه آن به موفقیت نسبی دست یافت، ولی رادیو، موقعیتی کاملاً بی حفاظ دارد. در رادیو اگر فنون و عوامل شکست بخورند، شما نیز شکست خواهید خورد.

در رادیو هیچ انسانی زیبایی برای تماشا کردن وجود ندارد و نیز هیچ چشم اندازی همچون چشم انداز فیلم‌ها. حتی هیچ بلیط گرانی هم برای تئاتر خریداری نشده است که مخاطب بواسطه آن بر روی صندلی خود بنشیند و نمایش خسته کننده و بی ارزش معمولی را تماشا کند.

اگر در رادیو توجه مخاطب بواسطه ضعف‌ها و نقص‌های نوشته منحرف شود، هیچ تصویری برای برگرداندن توجه او وجود ندارد. در اینجا شنونده، رادیو را خاموش کرده، کتش را می پوشد و برای قدم زدن به بیرون می رود.

دکتر جانسون در مطالعات و تحقیقات خود مشاهده کرد که وقتی قرار است مردی مثلاً فردا صبح اعدام شود، این موضوع ذهن او را به طور اعجاب انگیزی متمرکز می کند، همینطور ذهن کسانی که به طور جدی برای رادیو می نویسند، باید دائماً بر روی موضوع یا واقعه، متمرکز باشد، زیرا غفلت آنها از این نکته، فاصله‌ای با خاموش کردن رادیو از سوی مخاطب ندارد.

در رادیو باید به فنون نوشتن در مورد واقعیات و مسائل اساسی تسلط پیدا کرد، اگر هرگونه انتظاری برای پیشرفت‌های بلند مدت داریم، باید به این فنون تسلط پیدا کنیم، نوشتن بدون تسلط به این فنون، به منزله نواختن پیانو بدون استفاده از پدال است، هر چند با استفاده از آن، جلوه آن خالص تر خواهد بود.

به هر حال، ذکر این نکته مهم است که حتی بهترین معلم جهان

بدون یک نوشته

خوب، کارگردان رادیویی

نمی تواند برنامه خوبی ارائه

دهد. در تلویزیون و یا فیلم این

امکان وجود دارد که علی رغم

وجود یک نوشته نامناسب، با

صحنه‌آرایی خوب صحنه‌ها،

بازی بازیگران، کار دوربین و

بالاخره زاویه آن به موفقیت

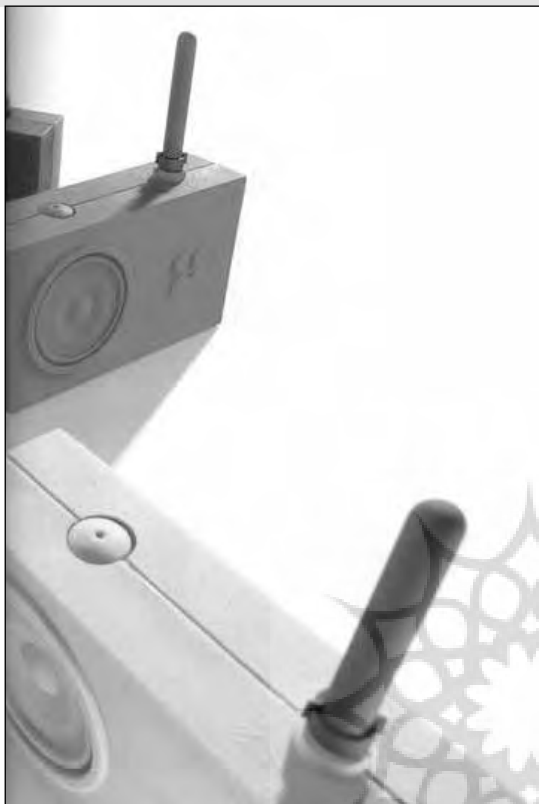
نسبی دست یافت، ولی رادیو،

موقعیتی کاملاً بی حفاظ دارد. در

رادیو اگر فنون و عوامل شکست

بخورند، شما نیز شکست

خواهید خورد.



نوشتن پایدار را در نویسنده تقویت کرده و وسیله ای فراهم می کند تا نویسنده از طریق آن موقعیتی را در زمان و مکان کسب کند که، برای او به منزله‌ی فرصتی است که درمقابل دوربین قرار بگیرد و یا روی صحنه رود. بنابراین رادیو، نویسنده را قادر به نوشتن بدون هیچ قید و بندی در محدوده‌ی تخیل خود می‌کند، به شرط اینکه اطلاعات موجود قابل قبول به نظر برسند.

اما حتی با این وضعیت‌های آشکار هنری، این سوال همچنان باقیست که آیا فضای جدیدی در رادیو برای اجرای آثار جدید وجود دارد یا خیر؟ اگر اینطور است یک نویسنده‌ی مشتاق رادیو، اگر با فردی که در تلویزیون یا تئاتر یا سینما کار می‌کند، مقایسه شود، با چه مشکلاتی روبروست؟

#### علل حرفه‌ای نویسنده‌ی رادیو

رادیو همواره اطلاعات تازه‌ای طلب می‌کند. به عبارت دیگر، رادیو هیولایی است که همواره باید به او غذا داده شود. به مجرد ایجاد ایستگاه‌های جدید در سطوح بین‌المللی، ملی، اجتماعی و دانشگاهی، غذای بیشتر و بیشتری باید پیدا شود. شانس نویسندگان جدیدی که می‌خواهند وارد رادیو شوند، زیاد است. وارد شدن در کار تئاتر، سینما یا تلویزیون، بدون هیچ‌گونه کمکی تقریباً غیر ممکن است. یعنی حداقل انتظاراتی از یک تازه کار می‌رود، باید برآورده کرد، ولی رادیو

نمی‌توانست شما را از روی آن بلند کند. با این وجود من یکی از آنها را در مأموریت اسکورت گم کردم». از این گفت‌وگو ما به تصویری ذهنی از یک پیرمرد ماهیگیر معلول خوش مشرب، دست پیدا می‌کنیم که در زمان جنگ، خدمت سربازی کرده است.

این نوع تکنیک، نیاز به تمرین دارد ولی یک توضیح فوری و حرفه‌ای به کاری که ارائه می‌شود، اضافه خواهد کرد. اثری که به عنوان تکلیف در برابر معلم و یا ارائه به هیئت تحریریه، که دنبال مطلب متفاوتی هستند، تهیه می‌شود.

دومین دلیل هنری برای یادگیری نویسنده‌ی رادیو این است که هرگاه فرد، در فنون اساسی و اصلی مهارت یافت، رادیو به او اجازه‌ی نوشتن آثاری متفاوت و مختلف در حوزه‌هایی بی‌سابقه می‌دهد. رادیو به نویسنده اجازه می‌دهد تا مفاهیم ابتکاری و خیالی را مورد بررسی قرار دهد و به همین علت باید رادیو را به‌عنوان منبع اساسی نوشته‌های بدیع و ابتکاری دانست. این نوعی نگارش رسانه‌ای است که آسمان، محدوده‌ی آن است. اگر چه بودجه‌ی آن جداً ثابت است. جایی که هرچیز قابل تصویری را می‌توان توصیف کرد که به منابع کمی هم احتیاج دارد. اسپانیا را می‌توان با نواختن چند سیم گیتار به یاد آورد، همچنین می‌توان استادپوم رومی را با گذاشتن نواری حاوی ترکیبی از صدای غرش شیرها و صدای فریاد طرفداران فوتبال در ذهن، ساخت. شنونده، می‌تواند روی شن‌های آکاپولکو یا روی شن‌های مریخ از حال برود جایی که هزاران بازیگر یا یک روح در مقبره‌ای در بسته، همگی مهم و در عین حال بی‌ارزش هستند.

پس رادیو امکاناتی برای تغییر صحنه دارد. در رادیو این امکان وجود دارد که از کابین یک هواپیما برای تله‌گذاری در جنگل‌های وحشی کانادا رفت، از اقیانوس‌ها و اعماق آنها به قله‌ی اورست رفت و یا از قلب جنگلهای استوایی آمریکای جنوبی، به تخت عمل جراحی بیمارستانی رفت.

اگر بخواهیم بعضی از مکان‌هایی که در بالا ذکر شد، برای رسانه‌های تصویری در نظر گرفته و طی کنیم، به تهیه‌کننده‌ای با یک تخته کلاکت از جنس آیزنست و با روکش والیوم نیاز داریم.

آماده کردن محل فیلم‌برداری در فیلم‌ها، ممکن است به چند میلیون پوند نیاز داشته باشد و این مقدار برای آثار تلویزیونی باور نکردنی است. ولی در رادیو، نویسنده بدون اینکه شخصی را بیرون از استودیو بفرستد، این کار را انجام می‌دهد.

نهایتاً، مزیت مهم دیگر رادیو یعنی امکان «بدون مرز موقعیتی یا محلی بودن»، آن است که به نویسنده فرصت بیشتری جهت فراگیری اساس ساخت و تولید نوشته‌های سینمایی و فیلم می‌دهد.

بنابراین رادیو باید بطور هنرمندانه‌ای جذاب باشد، مخصوصاً برای نویسندگان مشتاق، چرا که این رسانه، نه تنها سکویی برای بدست آوردن خط مشی فراهم می‌کند، بلکه به این دلیل که رادیو مهارت‌های

می‌تواند برای یک نویسنده خوب، به مثابه یک کارفرمای دائمی و متوالی باشد.

به عنوان مثال BBC، را در نظر بگیرید: با یک نگاه سریع و اجمالی به جدول هفتگی برنامه‌های رادیو تایمز، این نکته را درمی‌یابیم که BBC بزرگترین و جامع‌ترین ارائه دهنده رادیو گفت‌وگو در سراسر دنیاست. از آنجائی که بیشتر اطلاعات آن اصلی است، بنابراین نیاز ثابتی به آثار و اطلاعات جدید وجود دارد.

قسمتی از سیاست BBC این است که همیشه در جست‌وجوی نویسندگان جدید است. تهیه‌کنندگان در لندن و مناطق دیگر، همیشه امید کشف استعدادهای جدید را در نوشته‌هایی که به آنها می‌رسد، دارند که گه‌گاه نیز اینچنین می‌شود. اما به محض اینکه نویسنده‌ای جدید پیدا شد، در جهت پرورش استعداد خود چه کمک‌هایی را می‌تواند انتظار داشته باشد؟ رادیو بازهم امتیازات بیشتری دارد، رادیو جوی آرام‌تر و صمیمانه‌تر دارد که هم نویسنده و هم اثرش مورد توجه قرار می‌گیرد. دوستی پایدار و روابط شغلی که اغلب بین نویسندگان و تهیه‌کنندگان رادیو ایجاد می‌شود، خود به عمق و پیشرفت کار می‌افزاید.

تهیه‌کنندگان رادیو، اغلب به حفظ جایگاه خود دلبستگی دارند زیرا عاشق کاری هستند که به آن مشغولند، چون کیفیت و منحصر بفرد بودن متن است که مورد توجه قرار می‌گیرد.

متأسفانه این امر در رسانه‌های تصویری زیاد اتفاق نمی‌افتد. فشارهای مالی و شمار مخاطبان، می‌تواند بر احساسات شخصی [نویسنده] غلبه کند.

تهیه‌کنندگان تلویزیونی، معمولاً قراردادهای کوتاه‌مدت می‌بندند که اغلب به آنها «به خوبی آخرین اثر نمایشی مستند یا اقتباسی شان» نگاه می‌شود. به همین دلیل آنها چنان که انتظار می‌رود، برای انتخاب نویسندگان از سابقه کاری Track Record، استفاده خواهند کرد، یعنی از نویسندگانی که سابقه تولید اثر در آن بخش رسانه و اغلب در یک ژانر به خصوص دارند.

هر چند در رادیو درصد کمی از کارکنان دائمی هنوز می‌توانند و می‌خواهند و از آنها انتظار می‌رود که به جستجوی موارد جدید و متفاوت بپردازند و این افراد درباره تلاش و یافتن و کمک به پرورش استعدادهای جدید از امنیت برخوردارند.

بنابراین دومین دلیل برای سوال «چرا رادیو؟» این است: زیرا در رادیو، نویسنده جدید در مورد اولین تلاش‌هایش ممکن است با برخوردی همدلانه‌تری مواجه شود و نیز در طول سالهای ابتدایی کار خود که شدیداً بحرانی است، با منابع کمک و توصیه حرفه‌ای همیشگی روبه‌روست.

با فرض این امتیازات آشکار و غیر قابل انکار، هنوز نویسندگانی وجود دارند که وقتی متن و یا ایده‌شان برای فیلم یا تلویزیون رد

می‌شود، از روی کردن به رادیو یا انتخاب آن به عنوان آخرین چاره بیزارند.

این بی‌میلی از این حقیقت نشأت می‌گیرد که بسیاری از نویسندگان، رادیو را وسیله ارتباطی ضعیفی در دنیای رسانه‌ها می‌دانند که نه زرق و برق اسم‌های بزرگ را دارد و نه مخاطب و پاسخ‌های جدی را که از عوامل جذب کننده رسانه‌های تصویری است.

لازم به یادآوری است که بسیاری از نویسندگان که بعدها شهرت بین‌المللی عظیم کسب کردند، مانند اورسن ولز، کار خود را از رادیو آغاز کردند. بسیاری از مجموعه‌ها و سریال‌های کاملاً موفق نیز، از رادیو اقتباس شده و برای پخش در تلویزیون، تغییراتی در آنها داده شده است و بالاخره اینکه رادیو از طریق ارتباط با تلویزیون ماهواره‌ای یا پخش اکثر رویدادهای بزرگ ورزشی، در حال حاضر، مخاطب روزافزونی را برای ورزش جذب می‌کند. شبیه آنچه «رادیو یک» در مورد موسیقی جدید انجام داده است. دیگر اینکه یک نمایش عصر گاهی حدود ۲۵۰ هزار نفر مخاطب می‌تواند داشته باشد، در حالیکه یک اثر تولیدی West End، برای جذب چنین تعدادی باید سالها تلاش کند و این مطلب برای هیچ نویسنده‌ای کم اهمیت نیست که در اولین تجربه خود، مخاطبی برابر یک چهارم میلیون نفر داشته باشد.

بنابراین در درجه اول، نکته مهم این است که می‌توان به رادیو به‌عنوان مدرسه‌ای برای نویسنده‌ها نگاه کرد که بسیاری از آنان به بالاترین قله‌های شهرت و موفقیت‌های مهم و مالی دست می‌یابند. مدرسه‌ای که به لطف برنامه‌های آموزشی گسترده و امکانات تجربی، همه دانشجویان، از سطوح ابتدایی تا محققان فارغ التحصیل را در بر گرفته و با نیازهای همه آنها مطابقت دارد. مدرسه‌ای که در آن آثار و تجربیات دانشجویان قدیمی، از نزدیک مورد نظارت، بررسی و تعقیب قرار می‌گیرد. جایی که درهای آن معمولاً به‌طور دائم به روی مشورت‌ها و حمایت‌ها باز است. هر چند به نظر می‌رسد بسیاری از برگزیده شدگان در مناصب بالا، این مطلب را فراموش کرده باشند، «مهمترین تماسی که ما در دوران تحصیلی خود داشته‌ایم، با اولین معلممان بوده است، زیرا از آن تماس‌ها آموختیم که چگونه بخوانیم - که تمام موارد زیر را ممکن می‌سازد - از جمله ورود به آن منصب سیاسی». همچنین مهم‌ترین تماسی که یک نویسنده مشتاق می‌تواند داشته باشد، تماس با یک نوع معلم دیگر است، کسی که می‌تواند مهارت‌های لازم را برای تسلط بر ساختارها و اغلب فنون اساسی در زمینه وسیع و متنوع نگارش، منتقل کند. نوعی معلم که گاهی فقط در دنیای ناب، واضح و کلامی رادیو یافت می‌شود.