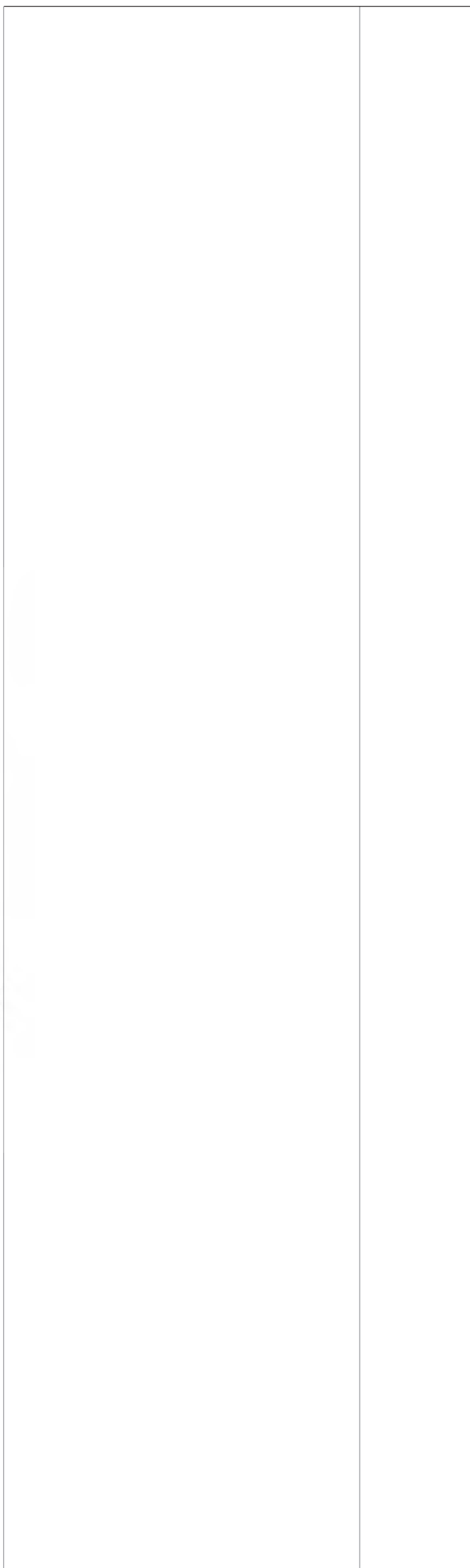




پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع دانشگاه آزاد اسلامی

نمایش رادیویی از نگاه صاحب نظران



ایوب آقاخانی



بیش از صد سال دارد و دیگری کمی کمتر از صد سال، اما طی یک قرن قواعد حاکم بر نمایش رادیویی تنها ۲۷ درصد تغییر یافته و قواعد حاکم بر سینما حدود ۷۰ درصد! اختلاف قابل اعتنایی است. چرا نمایش رادیویی کمتر تغییر پذیرفته و سخت‌تر؟! قواعد درام رادیویی بسیار بالاتر است. دریافت ویژگی‌های فضای تخیلی که تنها براساس نشانه‌های شنیداری شکل می‌گیرد، منوط به انطباق داده‌های صوتی با تجربیات شنونده است. این تجربیات به تحصیلات و فرهنگ و طبقه اجتماعی شنونده ارتباطی ندارد. ناخودآگاه مخاطب به هر قسم و شکلی که باشد، پذیرای این نشانه‌های عمیقاً طراحی شده خواهد بود یا در صورت بروز خطا آن را پس خواهد زد. درست به همین دلیل تغییر قواعد نمایش رادیویی باید بسیار کند و بطئی و محتاطانه باشد که ناخودآگاه شنونده آن را پس نزند. در حالی که سینما تغییر قواعد دیداری خود را می‌تواند به مخاطب تحمیل کرده، وی را آموزش دهد و با خود همراه کند. به تغییرات بصری موجود در آثار سینمایی دهه ۹۰ نگاه کنید و شباهت این شیوه بصری را با آثار کلاسیک سینما بسنجید. تغییرات فاحش‌اند، اما مخاطب آن را پذیرفته و با ویژگی‌هایش همراه شده است و همین مسئله ایجاد تغییرات بعدی را آسان‌تر می‌کند. عصاره این چند سطر، همین که نمایش رادیویی عرصه‌ای است شایسته مذاقه و درنگ و مکاشفه، اما هر تجربه و ایده جدید و فضای بدیعی باید بسیار نرم و مخملین و آرام آزمایش شده وارد بدنه ساختمان نمایش رادیویی شود. جسارت در طول تاریخ هنر باعث تولد مکاتب و جریان‌ها و ژانرها و چه و چه شده، اما در این مورد به‌خصوص لازم است تغییر از جزء به کل حرکت کند و اینگونه گستره تأثیرگذار درام رادیویی را به‌عنوان آسان‌ترین درام برای برقراری ارتباط در قرن‌های بعد و هزاره چهارم وسیع‌تر کرد و اثرات آن را نیز تخمین زد. **«نمایش‌های رادیویی، اجرای تئاترگونه‌ای است که موفقیت آن در گرو اجرای خوب آوایی نمایش است.»**

«عجیب است که نمایش رادیویی، میان گونه‌های دراماتیک هنوز عرصه‌های نامکشوف بسیاری دارد؛ همان قدر که روان و درون و غریزه آدمی با تمام جد و جهدها و جست‌وخیزهای علمی همچنان گوشه‌های سر به مهر و نکاویده بسیار دارد. این اشاره مختصر را از آن رو مفتاح این مرقومه نهادم که گفته باشم اینگونه از نمایش که نظریه‌پردازان آمریکایی آن را «درام تخیل» نامیده‌اند، هنوز قابلیت‌های بالا برای تجربه ناگردها و نادیده‌ها از خود نشان می‌دهد. می‌شود پیشتر رفت و بیشتر دید، اما جسارتی ویژه می‌خواهد که این چند سطر در باب همین نکته است.»

همواره به نقل از نظریه‌پردازهای عرصه نمایش رادیویی و زیباشناسی رادیو گفته‌ام که از نظر سازه (Construction)، نمایش رادیویی به سینما شبیه‌تر است تا مثلاً به تئاتر. این میانه، قیاس این دو مدیوم از منظری دیگر به نتیجه‌ای عجیب و متفاوت می‌رسد: «حد جسارت در نوآوری!» عمر این دو گونه دراماتیک تقریباً یکی است. سال تولد نمایش رادیویی را ۱۹۲۴ می‌دانیم و تولد سینمای داستان‌گو را ۱۹۰۳. اینک یکی



محمد مهاجر

«گزاره اول، «رادیو رسانه‌ای است فرهنگی» فرهنگ در معنای جامعه‌شناسانه‌اش یعنی «میراث اجتماعی» هر اجتماعی اعم از هنر، مفاهیم، باورها، ارزش‌ها، آئین‌ها، سرگرمی‌ها و...»

گزاره دوم، «رادیو رسانه‌ای است آموزشی». چه آموزش مستقیم (رادیوهای آموزشی به‌طور خاص یا برنامه‌های آموزش مستقیم رادیوهای عام) و چه آموزش غیرمستقیم از طریق برنامه‌های رادیوهای با مخاطبان عام. از این دو گزاره چنین می‌توان نتیجه گرفت که رادیو به‌عنوان یک رسانه هم حافظ و نگاهبان «میراث اجتماعی» (یعنی همان فرهنگ در معنای جامعه‌شناسانه‌اش)، هم مبلغ آن و هم آموزش‌دهنده آن به مخاطبان عام و خاصش می‌باشد.

همه برنامه‌سازان رادیو (سردبیر، نویسنده، گوینده، مجری، گزارشگر، بازیگر، کارگردان و بالاخره تهیه‌کننده) اصلی‌ترین مسئولیت و وظیفه‌شان میراث‌داری فرهنگ و انتقال هنرمندانه آن به مخاطبان‌شان است.

نمایش رادیویی، جذاب‌ترین، هنرمندانه‌ترین و تأثیرگذارترین فرم برنامه‌های رادیویی است. بنابراین از طریق ساخت برنامه‌های نمایشی علاوه بر سرگرمی می‌توان به آموزش (چه مستقیم و چه غیرمستقیم) نیز پرداخت. میان یادگرفتن و سرگرم‌شدن ذاتاً تضادی وجود ندارد. میل به یادگیری به خیلی چیزها ارتباط دارد ولی با تمام اینها دلیلی ندارد که یادگرفتن با تفریح همراه نباشد. اگر آموزشی اینگونه سرگرم‌کننده در میان نبود نمایش هرگز نمی‌توانست چیزی بیاموزد. نمایش (تئاتر) از ابتدا تاکنون همیشه از یکسو به آزمایش‌هایی برای افزایش قدرت سرگرم‌کنندگی‌اش و از سوی دیگر به آزمایش‌هایی برای بالابردن ارزش آموزشی خود دست زده است. مخاطب نمایش بعد از شنیدن (یا دیدن) با خود می‌گوید: «بله اینو منم احساس کرده‌ام، منم همینطوری‌ام، رنج انسان تکانه‌میده، من به همراه او گریه می‌کنم و می‌خندم، برای چاره درد و رنج انسان حتماً راهی هست.»

در جهان پرتحرک و پرتنش امروز، نمایش برای آنکه بتواند مخاطبان پریشان‌خاطرش را سرگرم کند، ابتدا باید به او تمرکز ذهنی بدهد، باید او را از میان ازدحام محیطش بیرون بکشد و افسونش کند. سر و کار نمایش با مخاطبی است خسته که کارهای عقلانی‌شده روزمره او را از پیای درآورده و انواع تنش‌های اجتماعی، عصبی و حساسش کرده است.

ارسطو در کتاب **هنرشاعری** شرح می‌دهد که چگونه می‌توان با توسل به تقلید، باعث تزکیه و پالایش روانی مخاطب باشد. بازیگر، قهرمان نمایشنامه را تقلید می‌کند (ادیپ، پرومته، لیر و...) و این تقلید را به کمک القای چنان قدرتی صورت می‌دهد که مخاطب ناچار می‌شود از او تقلید کند و از طریق او به تجربه‌های عاطفی قهرمان نمایشنامه دست پیدا کند. هگل می‌گوید: «انسان در برابر تصویر واقعیت دستخوش همان احساس‌هایی می‌شود که در برابر واقعیت.» نمایش، واقعیت نیست بلکه واقعیت‌نمایی است. پس نویسنده نمایشنامه از طریق شخصیت‌پردازی، حادثه، زبان و کلام و... می‌تواند واقعیتی را خلق کند که در

عین واقعی بودن واقعی نباشد. شخصیت‌های نمایش را نمی‌توان عیناً در عالم واقعی یافت حتی قهرمانانی را که واقعاً وجود داشته یا دارند.

شخصیت یا قهرمان واقعی زمانی که پا به عرصه نمایش می‌گذارد دیگر قهرمان نمایش است نه واقعیت. زبان و کلام او دقیقاً توسط نویسنده خلق می‌شود نه حتی بازآفرینی. چه کسی دقیقاً می‌داند که امیرکبیر با همسرش چگونه و با چه زبانی گفت‌وگو می‌کرد؟ یا با دیگران؟ حتی اگر در زمان امیرکبیر فیلم و دوربین فیلمبرداری و ضبط‌صوت هم وجود داشت و در خلوت یا در حضور دیگران صدا و تصویر او را ضبط و ثبت می‌کردند، صرفاً می‌شد این آثار را مستند دانست نه نمایش.

نمایش با آثار مستند کاملاً متفاوت است. نمایش حاصل ذهن خلاق نویسنده است و نه آینه‌ای در برابر واقعیت. زبان و کلام هم در نمایشنامه زاینده قلم نویسنده است که می‌تواند و باید مناسب شخصیت نمایش باشد نه قهرمانان یا انسان‌هایی که در عالم واقع زیست می‌کنند. و همین جاست که مسئله آموزش از طریق نمایش رخ می‌نماید. نمایش و به‌ویژه نمایش رادیویی مورد تقلید واقع می‌شود و نه برعکس. مخاطبان از زبان، حرکات، ژست‌ها و نحوه بیان

قهرمانان نمایش تقلید می‌کنند نه قهرمانان نمایش از مخاطبان. اگر غیر از این بود دیگر فلسفه وجودی نمایش یا رسانه‌ای به‌نام رادیو یا فرمی از برنامه‌های جذاب رادیویی به‌نام نمایش معنا و مفهومی نداشت. رادیو فرهنگ‌ساز است و درعین‌حال حافظ فرهنگ و میراث فرهنگی گذشتگان و منتقل‌کننده آن به نسل‌های بعدی. زبان و کلام شاخصه مهم یا مهمترین شاخصه هر فرهنگ و تمدنی است و بنابراین حفظ و نگهداری از زبان از مهمترین وظایف و مسئولیت‌های رادیو و به‌ویژه نمایش رادیویی است. پالایش زبان از کلام لغو و یاوه و پرهیز از ولنگاری یا سهل‌انگاری در نگارش متون رادیویی یا نمایش رادیویی اگر نه مهمترین، لاقلاً از مهمترین وظایف همه کسانیست که دل در گرو فرهنگ و تمدن میهن‌مان دارند و در چنین رسانه مهم و تأثیرگذاری، مسئولیتی به عهده گرفته‌اند. فراموش نکنیم که آموزش و سرگرمی هیچگونه منافاتی با یکدیگر ندارند و نمایش رادیویی ضمن تکیه بر سرگرمی و تفریح می‌تواند و باید بر عامل آموزش تکیه کند. رادیو رسانه‌ای است فرهنگی و نمایش رادیویی جذاب‌ترین و مؤثرترین فرم برنامه‌های رادیویی آن را جدی بگیریم.



لیلا خراط

بی‌آنکه با رسانه‌های بصری مانند تلویزیون آشنایی داشته باشد، با شیوه‌ای از قصه‌گویی آشنا شد و به آن عادت کرد که سال‌ها بعد زمینه‌ای شد برای ظهور سریال‌های تلویزیونی و الگویی همیشگی برای سرگرمی‌سازی از طریق درام‌ها و کمدی‌های مکتوب.

نمایشنامه‌های رادیویی و جوه گوناگونی دارند و در دوره‌های مختلف زمانی، کاربرد و کیفیتی متفاوت داشته‌اند. مثلاً برای یک کار کمدی، به گوینده‌هایی با صداهای خاص نیاز است که در غیاب تصویر، در زمینه ایجاد موقعیت‌های جذاب، مهارت کافی داشته باشند. در این نوع نمایشنامه‌ها، بی‌وقفه حرف‌زدن یک توانایی ضروری است. اما مثلاً در اجرای یک نمایشنامه تراژیک یا حماسی، دیگر نیازی به تندگویی و خاص حرف‌زدن نیست. در اینجا وقار و به‌کاربردن کلمات به شکلی صحیح و توأم با احساسات است که اهمیت دارد. گذشته از این تفاوت‌ها باید به دوره‌های گوناگون نمایشنامه‌های رادیویی پرداخت. بدیهی است در سال‌های اولیه شکل‌گیری رادیو، نیاز مبرمی به واقع‌گرایی نبود. سال‌های نخست، سال‌های جادوی دستگاهی بود که افراد زیادی از آن چندان سر در نمی‌آوردند. به تدریج که رادیو وسیله‌ای عادی‌تر شد و خیلی‌ها امکان تهیه آن را پیدا کردند، هنرمندان رادیو باید به روش‌های تازه‌ای

زمانی شنیدن صدا از جعبه‌ای چوبی در گوشه خانه، به مثابه مشارکت در لذتی عظیم و همگانی بود. هم لذت از کشفی تازه در زندگی و هم لذت از سهیم‌شدن در رویایی مشترک با همه کسانی که در آن لحظه کنار آن جعبه روشن نشسته‌اند و به آن گوش سپرده‌اند.

در سال‌های اولیه اختراع رادیو، آنچه در کنار خبررسانی و تبلیغات دستگاه‌های سیاسی مطرح، اهمیت پیدا کرد، استفاده از این رسانه برای سرگرم کردن مردم بود. گاه این سرگرمی به این شکل ارائه می‌شد که خواننده‌ای خوش‌صدا در آن آواز بخواند یا گوینده‌ای به آرامی شعری قدیمی را زمزمه کند یا گوینده‌ای دیگر، قصه‌ای را به شکلی تک‌نفره روایت کند و مهم‌تر از همه اینکه عده‌ای صداپیشه، نمایشنامه‌های مشهور یا ناشناس را با یکدیگر اجرا کنند. به طوری که هر کس گوینده نقشی به‌خصوص باشد و با استفاده از صداهای طبیعی یا افکت‌های مصنوعی سعی در واقع‌نمایی‌شده و در کنارش برای ایجاد یک فضای احساسی و اثرگذار از موسیقی نیز بهره گرفته شود. به این ترتیب، گام‌های اولیه برای شکل‌گیری یک جریان بنیادین و اصیل در عرصه سرگرمی‌سازی رسانه‌ای برداشته شد. شنونده‌ای که در سال‌های آغازین رادیو به این نمایشنامه‌ها گوش می‌سپرد، با تجربه اندکی که از سینما رفتن داشت،

برای تأثیرگذاری در نمایشنامه‌خوانی متوسل می‌شدند. نزد خیلی از نظریه‌پردازان در زمینه رسانه و حتی فلاسفه‌ای که نسبت به مظاهر زندگی مدرن بی‌تفاوت نبودند، پیشرفت در زمینه قصه‌گویی از طریق سینما یا رادیو و تلویزیون، نسبت مستقیمی دارد با تلاش در زمینه نزدیک کردن این آثار به واقعیت که نتیجه آن تأثیرگذاری و جلب حس باورپذیری مردم عادی است. به این ترتیب تاریخچه نمایشنامه‌های رادیویی در کنار سینما و تلویزیون، تاریخچه روش‌های مبتکرانه‌ای است در اجرا برای ایجاد حس باورپذیری. به بیانی ساده‌تر، در صورتی می‌توان به موفقیت یک نمایشنامه رادیویی امیدوار بود که ارتباطی زنده با مخاطبش برقرار کند و شرط ایجاد چنین رابطه‌ای، باورپذیر بودن اجراست. در اینجا آنچه بیش از همه کلیدی و تعیین‌کننده به نظر می‌رسد، شیوه اجرای یک اثر است. ممکن است خیلی‌ها با نمایشنامه‌های مشهور تاریخ آشنا باشند، مثلاً تراژدی «هملت» شنوندگان زیادی هستند که این نمایشنامه را خوانده یا اقتباس‌های سینمایی یا تلویزیونی آن را دیده‌اند، بنابراین قصه هملت برای آنان چندان تازگی ندارد. اما برای اجرای این نمایشنامه در رادیو، باید حتماً به جنبه‌هایی از کار نظر داشت که در بازخوانی تازه بتواند حتی در ارتباط مجدد تأثیرگذار باشد. اگر در یک فیلم، بخش‌هایی برای نمایش ضبط می‌شود و بدون کلمه‌ای دیالوگ، تماشاگر شاهد اعمال شخصیت‌هاست، در نمایشنامه رادیویی چنین امکانی فراهم نیست، زیرا چیزی برای دیده شدن وجود ندارد. مثلاً پنهان‌کاری مکبث و لیدی مکبث در گذر شبانه‌شان از کنار جماعت خفته، پیش از قتل چیزی نیست که بشود به همان روش‌های توصیفی در نمایشنامه اصلی یا تصویری در آثار سینمایی برگزارش کرد. در یک نمایش رادیویی باید روش‌هایی ابداعی و ابتکاری برای اجراهایی اینچنین طراحی شود. چون، نه نویسندگانی وجود دارد که صحنه را شرح دهد و نه تصویری که بدون هرگونه توضیحی درصدد تفهیم برآید. از این رو اجرای یک نمایشنامه رادیویی ممکن است کاری به

مراتب دشوارتر از اجرای یک پیس روی صحنه باشد. خیلی وقت‌ها حتی در نمایش‌های رادیویی، صرفاً به نقش‌گویی گویندگان بسنده می‌شود، در حالی که خیلی از بزرگان عرصه‌های نمایشی به‌عنوان بازیگر یا نویسنده یا کارگردان این نمایش‌ها برای تحریک خلاقیت مخاطبان‌شان به شیوه‌هایی دست زده‌اند که ممکن است تصورش برای مخاطب امروزی هم محال باشد.

یک نمایشنامه رادیویی باکیفیت و درجه‌یک، همانی است که در دقایق نخست، کاری با مخاطبش کند که او برای همیشه فراموش کند جهان را با دیدگانش مشاهده کرده است. کاری بزرگ که هدف بزرگ‌تر و متعالی‌ترش، ایجاد خلوتی یگانه است که امکان تخیل را بیش از پیش میسر می‌سازد. همه ما خاطراتی منحصربه‌فرد از ارتباط با رادیوهای خانه پدری داریم. برخی رادیو را برای برنامه‌های ورزشی‌اش دوست داشتند، عده‌ای **قصه شب و ظهر جمعه با شما و تقویم تاریخ** را می‌شنیدند و عده‌ای دیگر در کنار اینها دوستدار نمایشنامه‌هایی بودند با صداهایی عجیب و خاص که این فرصت را به ما می‌دادند درباره صاحبانشان تخیل کنیم. خیلی‌ها چهره عبدی‌ها و مشکین‌ها را سال‌ها تصور کردند و سپس با ظاهری دیگر روبه‌رو شدند. این معجزه نمایشنامه‌های رادیویی بود.

سلاح بازیگر رادیویی، بیان اوست

اساساً کسی که در یک نمایش رادیویی حرف می‌زند، گوینده نیست، بلکه بازیگر است. با این تفاوت که تمرکز اصلی او روی شیوه‌های بیانی است. تنها سلاح یک بازیگر رادیو، بیان اوست. به دلیل همین وضعیت ویژه است که می‌بینیم مثلاً بازیگرانی که از رادیو (و حتی تئاتر) به سینما یا تلویزیون آمده‌اند، عموماً از صداهای خاصی برخوردار هستند که بهترین مکمل کار آنهاست در کنار دیده شدن و بالعکس، خیلی از بازیگران بیگانه با این حوزه‌ها هم هستند که بدون تمرین صدا، بازیگر سینما شده‌اند و کارشان از همین ناحیه همواره با انتقاد اصحاب فن روبه‌روست.



پیدایش یک اثر هنری دارد.

بازیگر نمایش رادیویی

بازیگران به‌طور معمول از حس و میمیک و به اصطلاح اکت سرشارند. اما آنچه بازیگری را در نمایش رادیویی متمایز و برای بازیگر سخت‌تر می‌کند تلفیق این سه عنصر و ارائه آن از طریق صدا و فقط صداست. بازیگران نمایش رادیویی را اگر هنگام بازی در نمایش رادیویی ببینید تمام حواسشان به حسی است که در متن نهفته و آوردن تمام آن حس و فضا در صدا و کلماتی که ادا می‌کنند. برای یک بازیگر نمایش رادیویی آنجا مسئولیت سنگین‌تر می‌شود که دیگر مثل بازی در یک اثر تصویری نمی‌تواند همه حسش را در نگاه، حرکات بدن و تمام آنچه مخاطب می‌بیند، ارائه کند و درست همان زمان که در یک کار تصویری، بازیگر با یک نگاه، یک حرکت و یک لبخند همه حسش را به مخاطب ارائه می‌کند او باید بگوید و بگوید و بگوید... و این گفتن همه آن چیزی است که بازیگر نمایش رادیویی دارد.

کارگردان نمایش رادیویی

کارگردان نمایش رادیویی دیگر صدا، دوربین و حرکت نیست. کارگردان نمایش رادیویی انتخاب بازیگری با گریم و چهره خاص نیست، کارگردان نمایش رادیویی باید نقش را با صدای بازیگرانش انتخاب کند. یک کارگردان نمایش رادیویی بعد از خواندن متن تصمیم می‌گیرد با چند بازیگر نمایش را اجرا کند، در حالی که او مجبور نیست به ازای هر نقش یک بازیگر داشته باشد و گاه پیش می‌آید یک بازیگر ایفاکننده دو نقش یا بیشتر در یک نمایش رادیویی باشد و اینجاست که این امکان برای کارگردان رادیویی به فرصت تبدیل می‌شود، فرصتی که باید با فراست او و مهارت بازیگر همراه باشد تا خلق هر یک از شخصیت‌ها بدون مشکل صورت بگیرد. کارگردان نمایش رادیویی هنگام تمرین بازیگرانش در اتاق تمرین کنار آنها می‌نشیند و با هر بار خواندن بازیگران، آنها را به مرحله ایدئال خود نزدیک‌تر می‌کند. گرچه این روزها نقش تمرین پیش از اجرای نمایش رادیویی بسیار کم‌رنگ‌تر از گذشته است، اما

برای اینکه یک نمایش رادیویی به سرانجام برسد یعنی ضبط و پس از آن پخش شود باید عوامل مختلفی دست به دست هم بدهند. در واقع مثل انواع دیگر کارهای رسانه‌ای در به‌ثمر رسیدن کاری باید افراد مختلفی با تخصص‌های ویژه با هم همکاری کنند. یک نمایش رادیویی به نویسنده، کارگردان، بازیگر، تهیه‌کننده، افکتور، صدابردار و صاحبان تخصص دیگری نیاز دارد تا تولید شود، اما نکته جالب اینجاست که کار هر کدام از این افراد با نمونه‌های مشابه در کارهای دیگر تفاوت زیادی دارد، مثلاً وظیفه یک تهیه‌کننده نمایش رادیو با وظیفه تهیه‌کننده در سینما خیلی فرق می‌کند. ما در این مجال تفاوت وظایف کارگردان، نویسنده، تهیه‌کننده، افکتور و بازیگر رادیو را در نمایش رادیو با سایر قالب‌ها مرور می‌کنیم.

نویسنده نمایش رادیویی

نویسنده نمایش رادیویی بدون شک یکی از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین نقش‌ها را در پیدایش یک اثر منحصر به فرد رادیویی دارد، چون او به تنهایی باید از پس تمام ویژگی‌هایی که دوربین فیلمبرداری به یک کار تلویزیونی یا سینمایی می‌دهد و همه آنچه مخاطب تئاتر خودش با چشم خود به کمک ویژگی‌های دکور و صحنه می‌بیند، برآید. یک نویسنده نمایش رادیویی علاوه بر اینکه مانند دیگر نویسندگان باید در پی خلق یک اثر ادبی باشد، ضمن پردازش و دراماتیزه کردن یک ایده باید آن را به صورت نمایش و داستان درآورده و با نوشتن دیالوگ‌های متناسب هر نقش کاری کند که مخاطب از گوشش به اندازه چشمش استفاده کند و همه چیز را آنگونه توصیف کند که شنونده بی‌آنکه ببیند حس تماشای یک فیلم سینمایی، سریال تلویزیونی و تئاتر را هنگام شنیدن نمایش رادیویی داشته باشد. اگرچه سه‌م عمده خلق فضا را افکتور رادیویی بر دوش دارد، اما نباید فراموش کرد افکتور همه آن چیزی را به مرحله انجام می‌رساند که نویسنده در متن به آن اشاره کرده باشد، بنابراین یک‌بار دیگر نتیجه می‌گیریم نویسنده نمایش رادیویی، نقش سازنده و مؤثری در

هنوز هم بسیاری از کارگردانان نمایش رادیویی سهم عمده‌ای برای تمرین قائل هستند.

افکتور

تصور نمایش رادیویی بدون افکتور درست مثل تصور ساخت یک فیلم سینمایی بدون دوربین تصویری است. افکتور برای نمایش رادیویی همه چیز یا بهتر است بگوییم تمام‌کننده همه چیز است. متن نویسنده، بازی بازیگر، کارگردانی کارگردان، همه و همه بدون حضور افکتور ناتمام می‌مانند. افکتور ترسیم‌کننده فضای ذهنی مخاطب است. او شنونده را به صحنه‌های پرشور و حرارت جنگ می‌برد، به سرزمین‌های دور، به جنگل‌های تاریک، به شهرهای شلوغ، به روستاهای دورافتاده و تمام اینها را با ضربه‌های آهسته پا روی تخته چوبی، با ضربه‌های منظم دست بر شیء فلزی و خلاصه با ابزاری ساده چون شن و ماسه برای مخاطب خلق می‌کند. تعداد افکتورهای نمایش رادیویی در رادیوی ما محدود است؛ چراکه اجرای خوب این کار به‌ظاهر ساده از عهده هر کسی ساخته نیست. افکتور همراه همه عوامل از جمله بازیگر و کارگردان باید متن را مرور کند و هر جا که نویسنده به فضایی خاص اشاره کرده است در نظر داشته باشد و بداند از چه وسایلی باید چگونه در خلق صحنه کمک بگیرد و در حقیقت درست مانند کارگردان باید حواسش به همه صحنه‌ها و اپیزودها باشد. هنگام اجرا نیز افکتور چون تمامی بازیگران، همراه با متن در استودیو حضور دارد و به‌موقع ایفای نقش می‌کند که همان ترسیم فضای

متن است و به‌نظر می‌رسد این کار او شباهتی هرچند اندک به صحنه‌آرایی و دکور در آثار تصویری دارد، گرچه نقش افکتوری بسیار پیچیده‌تر و پررنگ‌تر و تأثیرگذارتر است.

تهیه‌کننده نمایش رادیویی

تهیه‌کننده نمایش رادیویی تفاوت زیادی با تهیه‌کننده برنامه‌های دیگر رادیو و شباهت زیادی به کارگردان سینما دارد. تهیه‌کننده نمایش رادیویی در کنار افکتور بازیگر و کارگردان مسئول خلق صحنه‌هایی است که باید فقط و فقط با صدا در ذهن مخاطب شکل بگیرند. او در اتاق فرمان و همراه صدابردار، ناظر صحنه‌هایی است که در حال شکل‌گیری هستند، ضمن نظارت بر چگونگی اجرا که همراه با کارگردان صورت می‌گیرد نقش مکملی برای افکتور نیز هست؛ چراکه باید بضاعت افکتورش را در ایجاد صداهای صحنه بداند و هر جا که لازم باشد او افکت لازم را برای نمایش پخش کند (که این البته به افکت‌های موجود در آرشیو بستگی دارد و گستردگی آن که چقدر می‌تواند دست تهیه‌کننده را برای این کار باز بگذارد).

بخش دیگری که به کار تهیه‌کننده نمایش رادیویی مربوط می‌شود و اتفاقاً مهم‌ترین بخش کار او به حساب می‌آید، استفاده از موسیقی در نمایش است که این درست همانند موسیقی متن کارهای تصویری می‌ماند، البته با در نظر گرفتن این مهم که تهیه‌کننده نمایش رادیویی ملزم است آرم و تیتراژ مناسبی برای نمایش در حال ضبط یا اجرا بسازد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



فائزه بهروان

خود می‌دانند. کاملاً روشن است در سال‌های ۱۹۲۱ و ۱۹۲۲ ایستگاه‌های متفاوتی به‌ویژه ایستگاه رادیویی KDKA و ایستگاه تازه‌تأسیس WLW روی ایده نمایش رادیویی (گاهی از آن به نمایش شنیداری یاد می‌شود) به‌طور قابل ملاحظه‌ای کار کردند. اما اگر بخواهیم به پرسش اولین نمایش رادیویی کدام است؟ جواب دهیم باید بگوییم پاسخ بسیار ساده است. در گزارش چاپ‌شده در مجله پخش رادیو مورخ نوامبر ۱۹۲۳ با جزئیات شگفت‌انگیزی آمده است، محل واقعی تولد این نوع ایستگاه رادیویی در نیویورک؛ ایستگاه WGY شرکت جنرال الکتریک بوده است که در واقع نقطه عطف مهمی در تاریخ نمایش‌های رادیویی محسوب می‌شود. در صفحات ۲۴-۲۶ این مقاله که «سی.اچ. هانتلی» نویسنده آن است، آمده پیش از اولین تولید نمایش رادیویی در سپتامبر ۱۹۲۲، تلاش‌هایی در زمینه نمایش رادیویی در دیگر ایستگاه‌های رادیویی صورت گرفته بود

همان‌طور که از اسمش پیداست این نمایش‌ها فقط در رادیو پخش می‌شوند و تنها از طریق صدای بازیگران بامخاطب ارتباط برقرار می‌شود. از آنجا که فاکتور بصری در رادیو نمایش غایب است، کمک به شنوندگان برای تصور کردن شخصیت‌ها و فهمیدن داستان نمایش عناصر موسیقی، افکت‌های صوتی و دیالوگ‌های قوی به‌شدت تأثیرگذار هستند. ایستگاه‌های رادیویی که به پخش اینگونه نمایش‌ها مبادرت می‌کنند به رادیو نمایش معروف هستند. البته ایستگاه‌های رادیویی که منحصرأً نمایشنامه پخش کنند، معدود هستند. در واقع از همان بدو تولد این ژانر، ایستگاه‌های رادیویی ساعاتی از برنامه خود را به پخش نمایش اختصاص می‌دادند. تخمین عمر دقیق تولد این نوع از ایستگاه‌های رادیویی کمی مشکل است، اما می‌توان گفت ایده اجرای نمایش در رادیو به تولد خود این رسانه برمی‌گردد، البته مدعیان زیادی تأسیس این نوع از رادیو را منتسب به

که محدود به اجراهای پراکنده ناموفق می‌شد. در این گزارش به‌طور خاص به‌نمایش احمق تمام‌عیار که به‌طور آزمایشی به‌صورت نمایش رادیویی درآمدی بود، اشاره شده است. نمایش دیگری که در این گزارش از آن یاد شده رعد است.

این مقاله می‌گوید نمایش‌ها دقیقاً به همان ترتیبی که روی صحنه تئاتر در شهر شیکاگو اجرا می‌شدند در رادیو ارائه می‌گردید.

به‌نظر می‌آید هنرپیشه‌ای به نام ادوارد اچ. اسمیت اولین کسی است که ایده واقعی نمایش رادیویی و رادیو نمایش را مطرح کرد.

او را با یک گروه نمایشی می‌شناسند. این گروه نمایشی در تروای نیویورک فعالیت داشت.

در تابستان ۱۹۲۲ به مدیر ایستگاه رادیویی WGY کالین هیگر، پیشنهاد اجرای رادیویی برخی نمایش‌های معروف آن زمان را ارائه کرد.

هیگر از این پیشنهاد استقبال کرد؛ اما شرطی برای آن گذاشت. اینکه هیچ‌یک از نمایش‌ها نباید بیش از ۴۰ دقیقه طول بکشد.

او معتقد بود شاید طولانی‌شدن نمایش در رادیو در حوصله شنوندگان رادیویی آن نگنجد. این پیشنهاد، کاملاً نو و جدید بود و هنوز امتحان خود را پس نداده بود. اسمیت به‌سرعت وارد عمل شد و روی اقتباس رادیویی نمایشنامه‌ای از یوجین والتر به نام گرگ مشغول به کار شد.

این نمایشنامه چهارپرده‌ای به نمایشی دقیقاً ۴۰ دقیقه‌ای تبدیل شد. بیشتر تمرکز داستان روی پرده دوم نمایش بود البته قسمت‌هایی از پرده‌های اول و سوم هم به داستان نمایش اضافه شد تا داستان روایتی روان و قابل‌فهم داشته باشد.

برای تطبیق نمایشنامه با اجرای رادیویی آن، نمایشنامه‌نویس اصرار داشت ارائه نمایش با گروه کاملی از بازیگران صورت پذیرد.

از این‌رو اسمیت از همکاران خود در گروه نمایشی ماسک استفاده و نقش شخصیت‌های نمایش را به آنان

محول کرد: ویولا کارووسکا، فرانک فینچ، جیمز اس. دبلیو. مولارکی، هنری میلر و خود اسمیت.

نمایش پس از چندبار تمرین بالاخره در سپتامبر ۱۹۲۲ روی آنتن رفت. پس از اجرای رادیویی، هزاران نامه از مناطق مختلف به شعاع ۵۰۰ مایلی از محل ایستگاه رادیویی پخش‌کننده ارسال شد.

در یکی از نامه‌های ارسالی از شهر پیتز فیلد ماساچوست به این موضوع اشاره شده بود که جیغ‌های یکی از کاراکترها به نام هیلدا به‌قدری واقعی بوده که پلیس با شنیدن آن به گمان اینکه کسی مورد حمله واقع شده است، خود را به خانه نویسنده نامه رسانده تا صاحب جیغ را نجات دهد.

موفقیت اولین تولید نمایش رادیویی، هیگر را تشویق کرد تا اجرای مجموعه‌ای از نمایش‌ها را در خلال پاییز، زمستان و بهار ۱۹۲۲ تا ۱۹۲۳ ترتیب دهد.

در انتهای فصل در مجموع ۴۳ نمایش اجرا شد که در همه آنها یک گروه بازیگر به اجرای نقش‌ها پرداختند. همه نمایش‌ها از برجسته‌ترین آثار نمایشی انتخاب می‌شدند.

از جمله معروف‌ترین آنها می‌توان به این آثار اشاره کرد: بهشت الله، نشانه صلیب، الهه سبز رنگ و مادام ایکس. این نمایش‌ها در یک فریم زمانی ۴۰ دقیقه‌ای اجرا می‌شدند. وسایل افکت‌های صوتی بسیار مبتدی و ساده بود.

بازیگران به دور میکروفون‌هایی با پنجره گرد کربنی از نوع برقی جمع می‌شدند و نمایش اجرا می‌کردند. بین میکروفون‌ها و همچنین میزی در آن سوتر، وسایل ساده برای ایجاد افکت‌های صوتی از قبیل درآوردن صداهایی چون صدای باز و بسته‌شدن در، راه‌رفتن، زمین خوردن، بارش باران و ... قرار داشت.

گروه بازیگران WGY به‌عنوان پای ثابت نمایش‌های رادیویی در دهه ۲۰ به فعالیت خود ادامه داد. در واقع همین گروه بازیگران بودند که برای اولین بار نمایش تلویزیونی را در ایالات متحده اجرا کردند.

نمایش تلویزیونی اجراشده سفیر ملکه نام داشت. این

نمایش سال ۱۹۲۸ در تلویزیون پخش شد. اما در ۱۷ اکتبر ۱۹۲۲ برای اولین بار نمایش رادیویی از ایستگاه رادیویی MT Writtle انگلستان که به طور آزمایشی کار می‌کرد، پخش شد. در واقع این ایستگاه رادیویی، اولین رادیو نمایش در کشور انگلستان بود.

نمایش کایرانو دو برگراس نام داشت. گروه بازیگران در واقع کارکنان مهندسی این ایستگاه بودند.

اولین نمایشنامه‌ای که مخصوص نمایش رادیویی نوشته شد حقیقت درباره پدر کریسمس به نویسندگی «فیلیپس ام. نوئیگ» نام داشت که برای کودکان بود و در ۲۴ دسامبر ۱۹۲۲ روی آنتن رفت.

رادیو نمایش و نمایش‌های رادیویی در دهه ۴۰ میلادی به‌طور گسترده محبوبیت یافت. فناوری مدرن به محبوبیت این ژانر کمک شایانی کرد.

البته با ورود تلویزیون به دنیای رسانه در دهه ۵۰، نمایش‌های رادیویی و در پی آن رادیو نمایش کمی از محبوبیت خود را از دست داد، به‌طوری که حتی در برخی کشورها هرگز جایگاه اولیه خود را به دست نیاورد. با وجود این هنوز برنامه‌های ضبط‌شده OTR (رادیو زمان قدیم) در آرشیوهای صوتی مجموعه‌داران و موزه‌ها و همچنین به‌صورت آنلاین به حیات خود ادامه می‌دهند. اواخر دهه ۵۰، رادیو بیشتر به شکل امروزه خود شبیه شده بود. این به آن معنی است که بیشتر بر پخش موسیقی، گفت‌وگوها، اخبار و برنامه‌های ورزشی تأکید داشت. البته امروزه نمایش‌های رادیویی همچنان از رادیوها شنیده می‌شوند.

از سال ۲۰۱۱، ایستگاه‌های رادیو نمایش در ایالات متحده به پایین‌تر از حد خود نزول کرده‌اند و بیشتر به‌صورت بازپخش یا پادکست برنامه‌های دهه‌های قبل محدود شده‌اند.

گرچه در برخی کشورها، همچنان آیین‌های رادیو نمایش و نمایش رادیویی حفظ شده‌اند. برای مثال، برخی ایستگاه‌های رادیویی در انگلستان، هرساله نمایش‌های رادیویی جدیدی تولید و پخش می‌کنند.

از معروف‌ترین نمایش‌های رادیویی می‌توان به نمایش جنگ دنیاها نوشته اورسن ولز اشاره کرد که سال ۱۹۳۸ پخش شد.

نمایش به‌قدری طبیعی اجرا می‌شد که شنوندگان متقاعد شده بودند زمین مورد حمله بیگانگان از کرات دیگر واقع شده است.

نوعی از نمایش‌های رادیویی، کمدی رادیویی است که دارای عناصر کمدی‌های تلویزیونی، طرح‌هاست. در برخی مواقع دارای عناصر سوررئال و فانتزی است که با بودجه‌ای کوچک، افکت‌های صوتی کم و همچنین دیالوگ‌های ساده ساخته می‌شوند.

در کشور آلمان پس از جنگ جهانی به‌علت مشکلات پیش‌آمده و شکست آلمان در جنگ، و از بین رفتن سالن‌های تئاتر در بمباران‌های جنگ، نمایش‌های رادیویی شکوفا شدند.

در بین سال‌های ۱۹۴۵ و ۱۹۶۰ بیش از ۵۰۰ نمایش رادیویی در کشور آلمان روی آنتن‌ها رفت. در حقیقت، کشور آلمان تنها کشوری است که بیشترین نمایش رادیویی را تولید می‌کند و بیشترین شنونده را در این ژانر دارد.

نمایش رادیویی عصر حاضر

نمایش رادیویی همچنان محبوبیت خود را در جهان حفظ کرده است. ایستگاه‌های رادیویی به تولید این نوع برنامه مشغولند.

کم‌هزینه‌بودن تولید این نوع برنامه رادیویی، فرصت‌های بسیار خوبی برای برنامه‌سازان نمایش‌های رادیویی فراهم آورده است تا برای نوشتن نمایشنامه از نویسندگانی که شهرت زیادی ندارند، کمک بگیرند.

با فناوری قرن بیست‌ویکم و افزایش تعداد تولیدکنندگان مستقل که قادر به جذب شنوندگان از طریق اینترنت هستند، تحولی عظیم در صنعت نمایش رادیویی پدید آمده و رادیو نمایش حیاتی دوباره یافته است.

پادکست‌ها نیز آینده‌ای درخشان برای نمایش‌های رادیویی رقم خواهند زد.