

نگاهی کوتاه به:

قصه ارباب رادیو



● ناصر عابدینی
تهیه کننده و سردبیر رادیو جوان

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

متن حاضر، نامه‌ای است که یکی از تهیه‌کننده‌های رادیو جوان به معاون محترم صدا نوشته و در آن از روند فعلی برنامه‌سازی در رادیو انتقاد کرده است. معاون محترم صدا در هاشمی بر این نامه، اطلاع از محتوای این نامه را برای برنامه‌سازان حوزه صدا مفید دانسته‌اند. از همین رو مجله رادیو، نامه آقای عابدینی را منتشر می‌کند و البته از پاسخ‌ها، نقدها و مطالب همکاران گرامی در این باره استقبال می‌نماید.
سردبیر

این مطلب جهت اطلاع از نظر یکی از همکاران گرامی می‌آید. هر چند ممکن است در میان همکاران عزیز برنامه‌ساز در تأیید، تکمیل یا اصلاح و رد این مطالب، نظرات مختلفی وجود داشته باشد، اما مقصود، اطلاع از این نظر و طرح آن در شوراها و کمیته‌های مختلف است که حتماً موجب مباحث مختلف و صد البته توجه عمیق‌تر به برنامه‌ها خواهد شد.

معاون صدا



مخاطب، دریافت کننده ای منفعل!

اگر از برنامه های صرفاً علمی و ورزشی و بعضاً ادبی رادیو صرف نظر کنیم، می توانیم بگوییم بیشتر برنامه های رادیو از گروه های اجتماعی، معارف و فرهنگ تعریف خاصی از مخاطب خودشان دارند و باتوجه به همین تعریف خاص، ساختار و محتوای برنامه ها را تنظیم می کنند.

در تعریف و استنباط صاحبان این برنامه ها، مخاطب ها اشخاصی هستند حرف شنو، آرام، ساکت و در انتظار پند و اندرز. به همین دلیل نوع متن ها و کیفیت لحن گوینده ها «خطابی» است. در واقع از نظر صاحبان این برنامه ها، مخاطبان شاگردان مؤدبی هستند که فقط باید گوش شنوا داشته باشند و هر چه به آنها گفته می شود، بپذیرند. به علت چنین برداشتی از مخاطب، اگر این گروه از برنامه سازان موضوعی بحث انگیز را طرح کنند، بر خود لازم می دانند، تمام جوانب احتیاط را رعایت کنند. اینان ذهن مخاطب را آنچنان فاقد ظرفیت و استعداد اندیشیدن فرض می کنند که وظیفه خود می دانند، سیر برنامه را طوری طرح ریزی کنند که هر کس از نوع و چگونگی طرح موضوع و شیوه ارائه برنامه به سادگی دریابد که گوینده چه نتیجه ای خواهد گرفت.

متأسفانه در این گونه برنامه ها به مخاطب به مثابه «من اندیشنده» نگاه نمی شود، بلکه با این دید به آنها نگرسته می شود که اگر حرف، کلام یا آموزه ای را بدون «پشتیبانی های گوناگون فکری-شخصیتی»^(۱) عرضه کنند، او به خطا می افتد. در واقع فرض ما با چنین بینشی این است که خود مخاطب توان تشخیص درست از نادرست را ندارد و اگر به اصطلاح او را «رها» کنیم، درگیر مسائل حل ناشده و گمراه کننده ای می شود و در نهایت در وادی مهلک ضلالت غرق می گردد.

این چنین دست کم گرفتن مخاطب و خود را بسیار باهوش تر، فکورتر، باقبال تر و باایمان تر دانستن (چه تلویحاً و چه تصریحاً) یکی از نقیصه های اساسی شماری از دست اندرکاران برنامه های رادیویی است.

از بیشتر برنامه های رادیویی چنین استنباط می شود که «مخاطبان، کودکان سردرگمی اند» که باید همه چیز را موبه مو برایشان تشریح کرد و هر لحظه پس از بیان مطلبی نو، بادقت مواظبشان بود تا به بیراهه نروند. چنین دیدگاهی درباره مخاطب، یعنی از دست دادن کسانی که برای خردورزی خود ارزش قائلند و بی حرمتی ما را بر نمی تابند.

کش دار بودن مطالب (دراز گویی)!

رادیو محفلی است با مشخصات خاص خودش، نه بیشتر و نه کمتر. رادیو وسیله ای است صرفاً شنیداری با طیف گسترده ای از مخاطبان ثابت و لحظه ای که به ویژه باید به «مخاطبان لحظه ای» آن توجه داشت.

نکته مهم درباره برنامه های رادیویی، به ویژه قسمت متن آن،

همه خواننده های این نوشتار درباره دنیای امروز، دنیای ارتباطات، رسانه های گروهی، دهکده آنچنانی، دیدگاه ها و نظریه پردازی های نویسنده ها و استادان صاحب نظر درباره عصر... و تحولات... و شتابان بودن... مطالبی خواننده یا شنیده اند، به طوری که برای عده ای دیگر، خواندن و شنیدن این واژه ها و عبارات ها کسالت آور است. بنابراین رواج اصطلاحاتی از ویژگی های عصر حاضر و بدیهی جلوه کردن آنها، ما را از بیان مقدمه درباره اهمیت رسانه ها و موضوعات مربوط به آن بی نیاز می کند.

رادیو با داشتن سابقه ای مناسب و تجربه هایی فراوان و درس آموز، دارای کارایی هایی چند منظوره است.

با طرح این پیش فرض، پرسش هایمان را چنین طرح می کنیم:

- آیا رادیوی ما دچار رکود شده است؟

- آیا توانسته است با وجود تنوع در شبکه های خود و بهره گیری از فناوری های نوین در شکار مخاطبان موفق باشد؟

در اینجا چنین فرض می کنیم که رادیوی ما به دلیل گسترش سریع و روزافزون دیگر وسایل ارتباط جمعی تا حدی از قافله عقب مانده است.^(۱) از همین رو به دنبال چرایی آن هستیم. می توانیم پرسشمان را این گونه مطرح کنیم که در رادیوی فعلی ما چه رخ داده است که در بخش هایی از آن به اهداف خود دست نیافته ایم؟ شاید بتوانیم جواب این چراها را در شماری از عوامل زیر جست و جو کنیم:

این است که این بخش بر حافظه کوتاه مدت مبتنی است. اگر به رادیو به مثابه یکی از قابل دسترس ترین وسایل ارتباط جمعی بنگریم که در هر مکان و زمانی قابل شنیدن است، دیگر نمی توانیم هر موضوع و گفتاری را در هر حجمی که اقتضا می کند از آن پخش کنیم. انتخاب موضوع، نوع پردازش، زمان و تقسیم بخش ها باید به گونه ای باشد که لحاظ «لحظه ای بودن» اجزاء برنامه در آن رعایت شده باشد.

گوینده یا کارشناس در شمار زیادی از برنامه های رادیویی، به اصطلاح «با آرامش» به بیان و تشریح موضوعات خود می پردازد و هیچ توجهی ندارد که آنچه وی به این طریق درصدد گفتن آن است، فقط درخور محفل های حضوری است، نه محفل رادیویی! رادیو وسیله ای نیست که مخاطبش بتواند هرگاه که خواست برنامه مورد نظرش را متوقف کند یا درصورت ضرورت مجدداً آن را بشنود؛ آنچه از رادیو پخش می شود همچون جریان رودخانه ای است که نمی توان بیش از یک بار در آن فرو رفت.

بنابراین هر برنامه رادیویی، گویندگی و کارشناسی خاص خود را می طلبد تا بتواند همه مخاطبان احتمالی تعریف شده را در برگیرد. اینجاست که نثر رادیویی ویژگی های خاص خود را آشکار می کند.

گوینده یا کارشناس در شمار زیادی از برنامه های رادیویی، به اصطلاح «با آرامش» به بیان و تشریح موضوعات خود می پردازد و هیچ توجهی ندارد که آنچه وی به این طریق درصدد گفتن آن است، فقط درخور محفل های حضوری است، نه محفل رادیویی!

استفاده از نثرهایی که باید و شاید تبدیل به نثر رادیویی نشده اند، می تواند درک شنونده را به هنگام شنیدن برنامه تا حدی مغشوش کند. حتی این کشدار شدن می تواند در موضوعات کوتاه نیز رخ دهد اما به علت ساختاری، سبب چنین پدیده ای نشود. متأسفانه در بسیاری از برنامه های رادیو چنین می شنویم که پس از پخش آرم برنامه، گوینده سلام و احوالپرسی ویژه و طولانی با شنونده ها می کند. این سلام و احوالپرسی ها حتی مظاهر طبیعت را هم شامل شده اند؛ (سلام به بهار، به پاییز، ...، به شبنم، به مهتاب، به خورشید، به روشنایی، به غنچه ها، ...) تازه پس از این دروهای طولانی، موسیقی نسبتاً طولانی تر هم پخش می شود تا اینکه نوبت به اعلام روز و تاریخ برسد و باز موسیقی و بعد طرح موضوع و جالب تر اینکه پس از این همه معطلی شنونده، به مدح افراطی شنونده های خود می پردازد؛ (شنونده های گرمی، عزیز، خردمند، پرحوصله،

باشناط، پرتلاش، دانش دوست، بااخلاق، مؤمن، خداجو و...) گویا اگر چنین نکنیم و نگوییم، این «کوچولوهای دوست داشتنی» از ما دلگیر می شوند و از ما فاصله می گیرند! به هر حال، این همه درازگویی جز هدر دادن وقت مخاطبان و دلزدگی آنان نتیجه دیگری به دنبال ندارد.

موسیقی، در کجا؟!

موسیقی نوای آهنگینی است که می تواند نقش های متفاوتی را در برنامه های مختلف ایفا کند. متأسفانه موسیقی در رادیو، هم از سوی برنامه سازان و هم از طرف بعضی مخاطبان فقط نوعی بازی با فاصله ها تلقی می شود. بعضی ها فکر می کنند هیچ برنامه ای را بدون موسیقی نمی توان ساخت و برخی نیز بر این عقیده اند که موسیقی فقط عادت است که آن را آموخته ایم تا همراه برنامه باشد.

مسلم است کاربردهای نابجایی که از موسیقی در حین برنامه سازی ها شده، در القای چنین دیدگاهی مؤثر بوده است. این موضوع، به ویژه در برنامه های ایام سوگواری خود را نشان می دهد (به خصوص که از دو دهه پیش سوگواری رادیویی یعنی قطع موزیک). در واقع هر برنامه ای در روزهای سوگواری نوعی سکوت در حیطه موسیقی است. به بیانی دیگر قطع موسیقی یعنی سوگواری و اندوهگین بودن و بودن موسیقی یعنی اعلام حالت طبیعی.

چنین ویژگی هایی به ویژه در روزهای عزاء، به موسیقی در رادیو رنگ خاصی داد. به عکس، در روزهای میلاد آنچنان موسیقی های تند (بعضاً ناهمسان با موضوع و متن) به کار گرفته می شود که نگاه مارا به موسیقی در حیطه رادیو به سمت افراط می کشاند.

به راستی جایگاه واقعی موسیقی در برنامه های رادیو کجاست؟ چرا در بسیاری از مواقع از موسیقی های اصیل، ریشه دار و علمی فقط در برنامه هایی بهره می بریم که خاص خود پخش موسیقی است؟ هنگامی که موسیقی جدید و پسنیدیده ای به بازار می آید، چرا آنچنان افراطی در همه شبکه ها و در شمار زیادی از برنامه ها از آن استفاده می شود که سبب دلزدگی می گردد؟ مگر نباید بین موضوع، متن و موسیقی، هماهنگی وجود داشته باشد؟ چرا در بعضی از برنامه ها، ترکیب موسیقی با عناصر برنامه صرفاً ترکیبی مکانیکی است و به بیان دیگر بود و نبودش چندان تفاوتی نمی کند؟ و ...

متأسفانه استفاده نابجا از موسیقی توانسته است به «جنبه های زیباشناختی» برنامه ها آسیب برساند و در کنار آسیب های احتمالی دیگری که ذکر آن آمد، مخاطب گریزی را افزایش دهد.

پاورقی:

۱- البته خواننده می تواند همه پیش فرض ها را- به همان دلیل که ما پذیرفتیم - نپذیرد. ما می توانیم این پیش فرض ها را براساس نظرخواهی از مجموعه برنامه سازان رادیو استنباط کنیم.

۲- یعنی نقل قول از شخصیتی مشهور و مقبول که کلامش پذیرفتنی است به صرف انتساب به وی.