



## راهکارهایی برای نوشتن

## و تنظیم متن

● مصطفی جنتی عطایی

نویسنده و مترجم اداره کل نمایش

تمرین و ممارست ندارد، به علاوه، این رسانه برخلاف بعضی دیگر از رسانه‌های گروهی، هر روز دستخوش تغییرات تازه‌ای نمی‌شود که استفاده‌کننده از آن ناچار شود دستگاه جدیدتر و پیچیده‌تری فراهم کند.

- بسیاری از شنونده‌های این رسانه به طور مستقیم و یا غیرمستقیم از برنامه‌های رادیویی درس می‌گیرند و آنچه که از این رسانه شنیداری می‌شنوند، کم و بیش بر شیوه زندگی و چگونگی رفتار و کردارشان اثر می‌گذارد و خودآگاه و یا ناخودآگاه در زندگی به کار می‌بندند. بسیار شاهد بوده‌ایم که بعضی از مردم برای تأیید آنچه که انجام داده‌اند و یا بر زبان آورده‌اند، به گفته‌های رادیو استناد کرده‌اند.

- رادیو وسیله‌ای است که (تهیه آن) به علت تنوع و ارزانی برای اقشار کم درآمد نیز ممکن است و استفاده کردن از آن در هر موقعیت جغرافیایی، حتی نقاطی که برق ندارند، امکان‌پذیر است، در حالی که این تسهیلات در مورد سایر رسانه‌ها کم و

باقاطعیت می‌توان گفت که در عصر انفجار اطلاعات هنوز هم رادیو جایگاه و ارزش والای خود را در میان رسانه‌ها به خوبی حفظ کرده است و در سرتاسر جهان مورد استفاده گسترده گروه‌ها و طبقات گوناگون جامعه قرار دارد. کارگران کارخانجات و کارگاه‌ها، راننده‌های خودروها، زنان خانه‌دار، سالخورده‌هایی که در تنهایی خود به سر می‌برند و حتی کسانی که راه‌پیمایی می‌کنند و یا به کوهنوردی می‌روند، از این وسیله ارتباطی کوچک و قابل حمل استفاده می‌کنند. افزون بر گروه‌های نام برده شده، برای طیف‌های بسیار دیگری نیز این امکان وجود دارد که در حال انجام وظیفه و یاد رهنگامی که کار مورد علاقه خود را انجام می‌دهند، به برنامه‌های رادیو گوش دهند و این یکی از برتری‌های انکارناپذیر رادیو، نسبت به سایر رسانه‌های گروهی است.

- رادیو رسانه‌ای است که برای استفاده کردن از آن نیازی به گذراندن دوره‌های آموزشی نیست و به کاربرد آن نیازی به

بیش با محدودیت‌هایی روبه‌روست به طوری که برای استفاده از بسیاری از آنها، اغلب گذراندن دوره‌های آموزشی و یا تهیه تجهیزات جنبی ضروری است؛ بنابراین به سادگی می‌توان برتری این رسانه را از جهات گوناگون، تأیید کرد.

با توجه به آنچه گفتیم، به نظر می‌رسد برای تهیه مطالبی که از این رسانه پخش می‌شود باید از نویسندگان صاحب نظر (در این رشته هنری ظریف) و از دانشمندان و تهیه‌کننده‌ها و مجریان و گوینده‌های کارآموده و مسلط استفاده کرد، در غیر این صورت تأثیر این رسانه بر شنونده‌ها کمتر از انتظار خواهد بود و ممکن است حتی مخرب باشد و نتیجه معکوس به بار آورد.

### نوشتن برای رادیو

نویسندگی برای رادیو هنر ظریفی است که هر قلم به دستی، توانایی انجام آن را ندارد؛ این کار نیاز به ذوق سرشار و نیروی تخیل قوی و کار مداوم دارد و تا کسی استعداد لازم را برای این هنر ظریف نداشته باشد، نمی‌تواند موفق شود.

یک نویسنده رادیویی در درجه اول باید بداند که رادیو چیست، کاربرد آن کدام است و شنونده‌های آن از کدام طبقه اجتماعی‌اند و از رادیو چه انتظاری دارند. نویسنده رادیویی باید هدف و شیوه تأثیر رادیو را در اجتماع بداند و بتواند بایانی ساده و کوتاه و قابل درک مطالب مورد نظر خود را به شنونده‌ها منتقل کند.

از یاد نبریم که شنونده «عصر انفجار اطلاعات» با شنونده‌های دوره‌های گذشته تفاوت بسیار دارد؛ نسل کنونی، نسلی آگاه به مسائل اجتماعی و سیاسی و حتی علمی است و مسائل و مشکلات زندگی و اجتماع خود را بسیار خوب تشخیص می‌دهد، بنابراین نویسنده رادیو علاوه بر اینکه باید از آگاهی‌های لازم بهره‌مند باشد، لازم است سطح دانش و اطلاعات مخاطبان خود را هم مدنظر قرار دهد و انتظارات آنها

را بداند تا بتواند رسالت سنگینی را که برعهده دارد به انجام رساند.

فراموش نکنیم مطالبی که برای رادیو نوشته می‌شود، باید با مطالبی که برای سایر رسانه‌های گروهی (نویشتاری و یا دیداری) تهیه می‌شود، تفاوت داشته باشد و رعایت کردن این تفاوت‌ها، بی‌نهایت مهم و قابل توجه است.

- ممکن است پرسیده شود، آیا یک نویسنده با سابقه و حرفه‌ای که چندین تألیف و یا ترجمه دارد و حتی نویسنده چیره دستی در مطبوعات است، می‌تواند نویسنده موفقی برای رادیو باشد؟ در پاسخ باید گفت، کار نویسنده کتاب و یا مقاله به مراتب آسان‌تر از کار نویسنده رادیوست، زیرا نویسنده کتاب صفحات نامحدودی در اختیار دارد تا مطلب خود را آنچنان که مایل است شرح و بسط دهد و با توصیف‌های لازم، منظور خود را برای خواننده بیان کند، در صورتی که اولین و بزرگ‌ترین مشکلی که برای نویسنده رادیویی وجود دارد، محدودیت زمانی است؛ به عبارت دیگر برای برنامه‌های رادیویی زمان محدودی در نظر گرفته می‌شود و نویسنده ناچار است مطلب خود را به شیوه‌ای بنویسد و تنظیم کند که در چارچوب زمانی که در اختیار دارد بگنجد و همین عامل انگیزه‌ای می‌شود که او «کوتاه اما گویا» بنویسد.

نکته دیگر اینکه، برای مطالعه‌کننده‌های کتاب این امکان وجود دارد که هر وقت فرصت پیدا کنند، کتاب بخوانند و هر زمان که مایل نبودند، آن را ببندند و به کناری بگذارند و در فرصت مناسب دیگری مطالعه خود را دنبال کنند و یا اگر مطلبی از کتاب را به خوبی درک نکرده‌اند، آن را دوباره بخوانند تا منظور نویسنده را درک کنند. اما برای شنونده رادیو این فرصت وجود ندارد؛ بنابراین، نویسنده رادیویی باید بداند که کار او با کار نویسنده داستان و یا کتاب، تفاوت‌های اساسی دارد و اگر نوشته او گنگ و مبهم و نامفهوم باشد، برای شنونده این امکان وجود ندارد که آن را دوباره بشنود، بنابراین یک نوشته رادیویی در کنار

**یک نویسنده رادیویی در درجه اول باید بداند که رادیو چیست، کاربرد آن کدام است و شنونده‌های آن از کدام طبقه اجتماعی‌اند و از رادیو چه انتظاری دارند. نویسنده رادیویی باید هدف و شیوه تأثیر رادیو را در اجتماع بداند و بتواند بایانی ساده و کوتاه و قابل درک مطالب مورد نظر خود را به شنونده‌ها منتقل کند**



خود تسلط نداشته باشد نمی تواند شنونده خود را راضی و خشنود سازد.

### برای نوشتن یک نمایشنامه رادیویی چه نکاتی باید در نظر گرفته شود

هر نمایشنامه باید هدفی داشته باشد که معمولاً نویسنده این هدف را به صورت گره اصلی داستان در می آورد و کنش و واکنش های شخصیت های داستان و گفت و گوها را در حول و حوش آن تنظیم می کند و می نویسد. البته باید توجه داشت که هدف نمایشنامه نباید برای شنونده قابل پیش بینی باشد، در غیر این صورت کنش و جذابیت لازم را برای دنبال کردن ماجرا در شنونده ایجاد نخواهد کرد.

نویسنده، برای نوشتن نمایشنامه در وهله اول باید موضوعی جالب و بکر را انتخاب کند و سپس آن را پرورد؛ پروراندن مطلب (سوژه) بدین معناست که موضوع خام و ساده ای که خط اصلی نمایشنامه را تشکیل می دهد، مطالعه و بررسی گردد و به آن شاخ و برگ داده شود.

بعد از اینکه موضوع در فکر نویسنده پخته شد، نوبت به صحنه پردازی می رسد، صحنه های نمایشنامه باید طوری تنظیم شوند که در عین مستقل بودن، حلقه ای از زنجیری باشند که داستان را به هم وصل می کنند و آن را به پیش می برند. فراموش نکنیم که نویسنده باید روحیه و خصوصیات شخصیت های داستان را، حتی چگونگی ادای کلمات و حالات هنرپیشه ها (خشم، حسادت و یابی تفاوتی) را مشخص کند و روابط بین شخصیت ها را تعیین نماید و آن را تا پایان داستان حفظ کند.

جذاب بودن باید کاملاً روشن و تا حد ممکن کوتاه و آسان فهم باشد.

بهتر است اشاره ای هر چند کوتاه به دیگر نکات مثبت رادیو داشته باشیم تا میزان اهمیت آن برای ما روشن تر شود، این نکات عبارتند از:

- در فیلم تلویزیونی و یا سینمایی، کارگردان، صحنه های (پلان) مورد نظر خود را انتخاب می کند و برای دیدن به تماشاچی عرضه می نماید، و تماشاچی فقط آنچه را که به او عرضه شده است، می تواند ببیند؛ به عبارت دیگر تماشاچی نمی تواند قوه تخیل خود را به کار گیرد و به ماجراجویی که می بیند، آنچنان که خود مایل است شاخ و برگ دهد و یا بهتر است بگوییم، تماشاچی در سینما و تلویزیون و دیگر رسانه های تصویری اسیر چارچوبی است که کارگردان به کمک تدوین گر برای او معین کرده است و او فقط می تواند صحنه ها را با همان خصوصیات ببیند که دلخواه کارگردان است، نه بیشتر و نه کمتر؛ در صورتی که در رادیو این گونه نیست، به عنوان مثال وقتی شنونده نمایشنامه ای را از رادیو می شنود، قهرمان داستان و سایر شخصیت ها فقط با اسم به او معرفی می شوند و تنها صدای آنها عامل شناسایی آنهاست، بنابراین شنونده در بسیاری از جهات برای قهرمانان ماجرا خصوصیات برابر ذوق و سلیقه خود قائل می شود و هر کدام از هنرپیشه ها را با لباس و آرایش مویی که در ذهن دارد، در نظر مجسم می کند و حتی شکل و قیافه و حرکات مورد نظر خود را به هر کدام از آنها نسبت می دهد.

در اینجا است که یک بار دیگر تفاوت چشم گیر این رسانه با رسانه های تصویری روشن می شود و وظیفه سنگین نویسنده رادیویی شفاف تر می گردد؛ بنابراین اگر نویسنده رادیو بر کار



**نویسنده رادیویی باید بداند**  
**که کار او با کار نویسنده**  
**داستان و یا کتاب، تفاوت های**  
**اساسی دارد و اگر نوشته او**  
**گنگ و مبهم و نامفهوم باشد،**  
**برای شنونده این امکان وجود**  
**ندارد که آن را دوباره بشنود،**  
**بنابراین یک نوشته رادیویی در**  
**کنار جذاب بودن باید**  
**کاملاً روشن و تا حد ممکن کوتاه**  
**و آسان فهم باشد**



**نویسنده‌گی برای رادیو هنر  
ظریفی است که هر قلم به  
دستی، توانایی انجام آن را  
ندارد؛ این کار نیاز به ذوق  
سرشار و نیروی تخیل قوی و کار  
مداوم دارد و تا کسی استعداد  
لازم را برای این هنر ظریف  
نداشته باشد، نمی‌تواند موفق  
شود**

### استفاده از گوینده در نمایشنامه رادیویی

نویسنده می‌تواند در صورت نیاز از گوینده به عنوان «روایتگر» در نمایشنامه خود استفاده نماید، این کار معمولاً برای توجیه بیشتر شنونده انجام می‌شود، البته عوامل دیگری نیز می‌توانند انگیزه‌ای برای استفاده از گوینده به شمار آیند، که از آن جمله‌اند:

- ارائه نوعی پیش‌آگاهی و با توجیه بهتر شنونده  
- کوتاه کردن داستان بلندی که در زمان مورد نظر نمی‌گنجد  
- حذف دیالوگ‌های اضافی  
گوینده می‌تواند با گفتاری کوتاه صحنه آغاز نمایشنامه را برای شنونده شرح دهد و یا بعد از هر چند صحنه و دیالوگ، بنا بر ضرورت مطالبی بیان نماید.  
**موسیقی و صداهای کمکی (ساند افکت):** برای جدا کردن صحنه‌های یک نمایشنامه رادیویی از هم، می‌توان از موسیقی استفاده نمود، همچنین برای تأثیر بیشتر و یا تجسم بهتر بعضی صحنه‌ها، می‌توان در پس زمینه آنها موسیقی قرارداد.  
صداهای کمکی تأثیر بسیار مهمی در تجسم صحنه‌ها دارند، گاهی استفاده از صداهای کمکی می‌تواند جان‌نشین چندین صحنه نوشتاری شود.

**نکاتی دیگر که باید مورد توجه قرار گیرند:** اولین و مهم‌ترین نکته‌ای که باید برای شنونده معلوم شود، نام و جایگاه بازیگران در ماجرای نمایشنامه و زمان و مکان ماجراست.

از یاد نبریم که شنونده نمایشنامه رادیویی، برخلاف تماشاچی فیلم، بازیگران نقش‌ها را نمی‌بیند، بلکه آنها را از صدا و نامشان تشخیص می‌دهد و روند داستان را دنبال می‌کند، پس برعهده نویسنده است که در درجه اول برای شخصیت‌های داستان، نامی متناسب با نقش و سنشان انتخاب نماید، ثانیاً در صحنه‌های اولیه نمایشنامه ترتیبی دهد که شنونده با نام و شخصیت نقش آفرینان داستان آشنا شود، که البته شیوه این آشنا نمودن، خود یکی از ظرایف کار نویسنده به شمار می‌رود.

نویسنده برای رسیدن به این هدف می‌تواند از شیوه‌های گوناگونی استفاده کند، به عنوان مثال می‌تواند متن را به گونه‌ای بنویسد که یکی از شخصیت‌ها، دیگری را به اسم صدا کند و مخاطب او نیز ضمن بر زبان آوردن اسم طرف مقابل، پاسخ او را بدهد.

**«احمد: فرهاد! دیر آمدی؛ کجا بودی»**

**فرهاد: احمد آقا! من که به شما گفته بودم می‌رم سری به محمد بزنم».**

توجه نمایید که در یک دیالوگ ساده و کوتاه چند مطلب برای شنونده روشن می‌شود:

- نام دو شخصیت داستان معلوم می‌شود.  
- احمد، شخصیتی بالاتر از فرهاد دارد؛ مثلاً، برادر بزرگتر و یا کارفرمای اوست، زیرا، احمد، فرهاد را با اسم کوچک «فرهاد» صدا می‌کند، در صورتی که فرهاد او را «احمد آقا» خطاب می‌نماید.

- مکالمه درباره عملی است که در گذشته اتفاق افتاده و می‌تواند آغازگر ماجرای باشد که شنونده از آن بی‌خبر است.  
- روابط حول و حوش مسائل روزمره است.

مسلماً در یک نمایشنامه، چندین شخصیت وجود دارد، بنابراین لازم است زمانی که شخصیتی تازه به ماجرا وارد می‌شود، به ترتیبی مناسب، نام، رابطه و شخصیت او برای شنونده روشن شود.

نکته دیگر قابل توجه در نمایشنامه‌های رادیویی وجود شخصیت‌هایی است که در عین اینکه حضور دارند نباید سخن بگویند؛ در فیلم‌های سینمایی و نمایشنامه‌های تلویزیونی چون تصویر آن شخصیت‌ها را نشان می‌دهند، مسئله حل شده است، اما در رادیو چون شنونده، صحنه‌های اجرایی و شخصیت‌های رادیویی را به چشم نمی‌بیند، بنابراین باید از طریق دیگری به این منظور نائل شود. ذکر یک مثال می‌تواند این موضوع را به خوبی روشن کند.



**یک نویسنده رادیویی در درجه اول باید بداند که رادیو چیست، کاربرد آن کدام است و شنونده‌های آن از کدام طبقه اجتماعی‌اند و از رادیو چه انتظاری دارند. نویسنده رادیویی باید هدف و شیوه تأثیر رادیو را در اجتماع بداند و بتواند با بیانی ساده و کوتاه و قابل درک مطالب مورد نظر خود را به شنونده‌ها منتقل کند**

ملاحظه می‌کنید که با شنیدن این دیالوگ، شنونده متوجه می‌شود که قرار است جمال و ارسلان با هم کشتی بگیرند و جمال جثه‌ای لاغر و تکیده دارد و برخلاف او، ارسلان کشتی گیر ورزیده‌ای است.

برای اینکه شنونده، صحنه‌های نمایشنامه‌های رادیویی را بهتر در نظر مجسم کند، نویسنده می‌تواند با توضیح کوتاهی - بدون استفاده از گوینده- وضعیت صحنه را برای شنونده روشن تر کند. به طور مثال به این دیالوگ توجه فرمایید:

«در بان ساختمان: بله آقا؛ آدرسی که به دنبالش می‌گردید همین جاست؛ تا آخر راهرو تشریف ببرید؛ سمت راست؛ شماره ۲؛ ضمناً توجه داشته باشید که موزاییک‌های کف راهرو را کنده‌اند؛ با احتیاط عبور کنید».

ناگفته پیداست که شنونده با شنیدن این دیالوگ، صحنه راهرویی را با کف کنده شده در نظر مجسم می‌کند، در صورتی که در فیلم سینمایی و یا تلویزیونی نیازی به این دیالوگ وجود ندارد، چون دوربین می‌تواند آن را نشان بدهد و تماشاچی وضع کف راهرو را با چشم ببیند، بنابراین متوجه تفاوت دیگری از شیوه نویسندگی برای رادیو با رسانه‌های دیداری می‌شویم.

**مطلبی که در صفحه اول نمایشنامه باید آورده شود:** هنگامی که نویسنده نمایشنامه را به پایان می‌برد، برای ارائه آن باید اطلاعات زیر را ارائه نماید:

- نام نمایشنامه
- نام نویسنده، و اگر ترجمه است، نام نویسنده متن اصلی و نیز نام مترجم
- اگر نمایشنامه از منبع دیگری گرفته شده و یا حتی اقتباس شده است، باید مشخص شود

صحنه‌ای را در نظر مجسم کنید که دو نفر در بیابان آتشی روشن کرده‌اند و در کنار آن نشسته‌اند و منتظرند تا چای که بر روی آتش قرار دارد آماده شود؛ علاوه بر این دو نفر، شخصیت دیگری نیز در نمایشنامه وجود دارد که به علت بیماری در کناری خوابیده است؛ اگر این صحنه در سینما و یا تئاتر باشد، تماشاچی به چشم خود مرد بیمار را در صحنه می‌بیند، ولی در نمایشنامه رادیویی فقط دو نفری را که صدایشان را می‌شنود، می‌شناسد و از وجود نفر سوم بی‌خبر می‌ماند، در چنین حالتی، نویسنده می‌تواند با دیالوگی که بین دو نفر اول انجام می‌گیرد، شنونده را از وجود نفر سوم باخبر کند:

«اولی- بعد از این راه طولانی و خسته‌کننده؛ چایی می‌چسبه

دومی- آره؛ وقتی چایی حاضر بشه؛ یک لیوان هم به مراد می‌دم؛ حالش را جامی آره  
اولی- فعلاً بگذار استراحت کنه؛ گمان کنم تب کرده».

ناگفته پیداست که شنونده با شنیدن این دیالوگ متوجه می‌شود که غیر از دو نفری که صدایشان را می‌شنود شخص سوم هم وجود دارد که بیمار و در حال استراحت است و حتی می‌فهمد که اسم او نیز «مراد» است.

گاهی لازم می‌شود، قدرت بدنی و یا شکل و قیافه ظاهری یک و یا چند شخصیت نمایشنامه برای شنونده‌ها مشخص شود، در آن صورت نویسنده باید با دیالوگی این موضوع را به شنونده منتقل نماید. به عنوان مثال دیالوگی را در این زمینه برای شما نقل می‌کنیم: «پرویز- جمال؛ وقتی فکر می‌کنم؛ تو با آن هیکل لاغر و تکیده‌ات باید با ارسلان کشتی بگیری؛ دلم می‌لرزه؛ خیال می‌کنی چند ثانیه می‌توانی در برابر او مقاومت کنی»

## بزرگ‌ترین مشکلی که برای نویسنده رادیویی وجود دارد، محدودیت زمانی است؛ به عبارت دیگر برای برنامه‌های رادیویی زمان محدودی در نظر گرفته می‌شود و نویسنده ناچار است مطلب خود را به شیوه‌ای بنویسد و تنظیم کند که در چارچوب زمانی که در اختیار دارد بگنجد و همین عامل انگیزه‌ای می‌شود که او «کوتاه اما گویا» بنویسد

- اگر نمایشنامه از کتاب و یا اثری گرفته شده است، باید نام آن کتاب و نویسنده‌اش مشخص شود  
- نوع نمایشنامه تعیین شود (تاریخی، مذهبی، اجتماعی، خانوادگی، میهنی و یا تخیلی و نمادین)  
- مشخص کردن نقش‌ها و (در صورت لزوم) شرحی کوتاه برای توجیه بیشتر هر کدام از آنها  
- صداهای کمکی (باد، باران، صدای پای اسب، تیراندازی، صدای سوت و یا حرکت قطار)  
- موسیقی مورد نیاز.

مسلم است، وجود این اطلاعات در صفحه اول، کارگردان و تهیه‌کننده و نیز صدا بردار را آسان‌تر می‌کند و آنها به سادگی متوجه می‌شوند که با چه نوع نمایشنامه‌ای سروکار دارند و چه تعداد هنرپیشه، با چه قابلیت‌هایی مورد نیاز است؛ همچنین صدا بردار می‌داند که باید از چه نوع موسیقی و کدام صداهای کمکی استفاده کند. (البته در مرحله اجرا، مسلماً آنان سلیقه هنری خود را نیز اعمال خواهند کرد).

با توجه به آنچه که گفتیم، می‌توان مراحل مختلف نوشتن یک نمایشنامه رادیویی را در ۱۰ مرحله به ترتیب زیر خلاصه نمود:

- انتخاب موضوع تازه و غیرتکراری
- پروراندن موضوع و تعیین خط سیر نمایشنامه
- مشخص کردن صحنه‌ها و شخصیت‌های داستان
- آماده کردن دیالوگ‌ها و روابط شخصیت‌ها با یکدیگر
- خلاصه نویسی هر صحنه
- در نظر گرفتن مدت نمایشنامه و محدودیت زمانی
- استفاده کردن از گوینده (در صورت لزوم)
- نوشتن نمایشنامه
- تعیین موسیقی و صداهای کمکی مورد نیاز
- بازخوانی و حذف کردن صحنه‌های اضافی و انجام دادن تغییرات لازم

## ارزشیابی یک نمایشنامه رادیویی

کارشناسان برای ارزشیابی یک نمایشنامه رادیویی، با در نظر گرفتن مراحل و عوامل مختلفی که برای تهیه آن انجام می‌شود، جدولی را که در پی می‌آید، میزان قرار داده‌اند و با توجه به جمع امتیازها، ارزش هر عامل و مرحله را تعیین نموده‌اند:

- جذابیت و تازگی موضوع ۳۰ امتیاز
- شیوه نگارش ۱۰ امتیاز
- تنظیم رادیویی ۲۰ امتیاز
- صداهای کمکی (ساند افکت) و انتخاب موسیقی مناسب ۱۰ امتیاز

- اجرا و بازی کردن نقش‌ها ۲۰ امتیاز
- کیفیت و چگونگی صدا برداری ۱۰ امتیاز
- جمع ۱۰۰ امتیاز.

با توجه به سه مرحله اول جدول ارائه شده، که در برگزیده وظایف نویسنده نمایشنامه رادیویی است و ۶۰ امتیاز از ۱۰۰ امتیاز را به خود اختصاص داده است، اهمیت وظیفه نویسنده در ارزشمندی و جذابیت یک نمایشنامه رادیویی مشخص می‌شود.

لازم به یادآوری است که گروه زیادی از شنونده‌ها، جذابیت و یا جذاب نبودن یک نمایشنامه رادیویی را تنها به حساب اجرای نقش هنرپیشه‌های آن می‌گذارند، در صورتی که مدیران برنامه‌های رادیویی و دست‌اندرکاران تهیه نمایش به خوبی می‌دانند که این نویسنده و شیوه نگارش او و چگونگی تنظیم یک نمایشنامه رادیویی است که تعیین‌کننده اصلی مقبولیت یک نمایشنامه است.

در پایان یادآوری می‌شود که نویسنده نباید با نوشتن نمایشنامه و ارائه کردن آن به مسئولان مربوطه، کارش را پایان یافته تلقی کند؛ و تهیه‌کننده و کارگردان نیز نباید خود را بی‌نیاز از مشاوره و هماهنگی با نویسنده بدانند، بلکه باید تا پایان ضبط نمایشنامه بین آنها همکاری و تبادل نظری تنگاتنگی برقرار باشد.

لازم به تأکید مجدد است که «نویسندگی برای رادیو» و به ویژه «نویسندگی نمایشنامه رادیویی» هنری است ظریف و دقیق که نیاز به حوصله و دقت و صرف وقت بسیار دارد و به طور یقین کمتر از هنر یک مینیاتوریست نیست؛ به عبارت دیگر «نویسندگی برای رادیو» مجموعه‌ای است از «هنر نویسندگی» به اضافه «فن نویسندگی برای رادیو»، و کسی که دست به این کار می‌زند باید هم از هنر و هم از خلاقیت توأم بهره‌مند باشد تا بتواند اثری که شنونده را به خود جلب کند، خلق نماید؛ به طوری که پس از پایان گرفتن نمایشنامه، شنونده احساس نکند مدتی از وقت خود را برای شنیدن اثری بی‌مایه و کم‌ارزش صرف کرده است.

