



نویسنده‌گی برنامه‌های رادیویی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

● نسترن ابراهیمی زاده

کارشناس ارشد زبان و ادبیات فارسی و ویراستار رادیو مرکز کرمان

بیننده را در پای تلویزیون می‌نشانند؛ به طوری که در حال حاضر علاقه و توجه بیش از حد کودکان و نوجوانان به تلویزیون و رایانه، به یکی از مشکلات اجتماعی و خانوادگی تبدیل شده است، مشکلی که هم آسیب‌های اجتماعی را به دنبال خود دارد و هم سلامت جسم و روان جامعه را به خطر می‌اندازد.

این معضلات نشان دهنده قدرت تصویر در برابر صداست، اما در عین حال

مؤثرترین ابزار برای تأثیرگذاری بر روی افکار و احساسات دیگران محسوب می‌شوند». (مک‌براید، ۱۳۶۹: ۳۴)

امروزه با گسترش رسانه‌ها در عصر ارتباطات به ویژه تلویزیون و ماهواره و اینترنت، رادیو نسبت به دوران طلایی گذشته خود، نقش کم رنگ‌تری پیدا کرده است. از دیرباز گفته‌اند «شنیدن کی بود مانند دیدن». در حقیقت جذابیت تصویر آن هم تصاویر رنگی آنقدر زیاد است که ساعت‌ها

«رسانه‌ها در فرآیند دگرگونی داده‌های اولیه ارتباط اجتماعی در درون هر ملتی حضور دارند، نظام‌های تازه مبادله ایجاد می‌کنند و به طور کامل شرایط حاکم بر انتقال دانش را تغییر می‌دهند و برای آنکه آموزش و پرورش رسمی و غیررسمی را در دسترس همگان قرار دهند، باب استفاده از مجموعه کاملی از امکانات را می‌گشایند، فرهنگ را آزادانه در اختیار مردم می‌گذارند و دانش و فن را تعالی می‌بخشند. از این رو رسانه‌ها

می بینیم برخلاف وجود رسانه های پر قدرت دیگر، رادیو هنوز پابرجاست و مخاطبان ویژه خود را دارد.

در حقیقت متصدیان صدا پیش از آنکه در صدد مقابله با رسانه های چون تلویزیون برآیند و خوش بینانه رادیو را بهترین، گسترده ترین و تأثیرگذارترین رسانه بدانند، باید جایگاه این رسانه را ببینند و آنگاه مطابق شرایط و نیاز جامعه و توانایی های رادیو، برنامه ریزی کنند و برنامه سازی نمایند.

«کسب جایگاه رادیو، بی تردید به شناخت کامل این رسانه و چگونگی کاربرد آن در جامعه مربوط می شود. رادیو رسانه ای است که با هیچ رسانه دیگری قابل مقایسه نیست، همان طور که هیچ رسانه دیگری نیز خود را با آن قیاس نمی کند».

آنچه مسلم است مخاطبان ثابت و پروپا قرص رادیو در برابر تلویزیون بسیار کم اند؛ و طبق نظر بسیاری از کارشناسان، رادیو رسانه ای است که بیشتر مردم به طور اتفاقی، مثلاً در تاکسی، در سفر، در فروشگاه و یا در مواقعی که تلویزیون در دسترس نیست، به آن گوش می دهند، البته نگارنده معتقد است که همین اتفاقی بودن شنونده های رادیو مسئولیت برنامه سازان رادیو را دوچندان می کند. زیرا در یک برنامه تلویزیونی که به طور مرتب در ساعت مشخصی پخش می شود و بیننده های بسیاری دارد، به طور طبیعی مخاطبان با شخصیت مجری، بازیگران، عوامل، ضعف ها و قوت های آن برنامه آشنا می شوند و حتی جذابیت تصویر سبب می شود که بسیاری از کاستی ها به چشم نیاید. گذشته از این اگر در برنامه اشتباهی رخ دهد، در طول برنامه و یا حتی در برنامه بعد فرصت تصحیح و یا توجیه اشتباه

وجود دارد، زیرا بیشتر مخاطبان برنامه، ثابت اند و برنامه را دنبال می کنند. اما در یک برنامه رادیویی که شنونده بیشتر مواقع به طور اتفاقی به آن گوش می دهد، جایی برای جبران اشتباه و یا ضعف های احتمالی وجود ندارد، زیرا ممکن است بسیاری از شنونده ها برنامه بعدی را نشنوند و یا حتی تا انتها شنونده همان برنامه نیز نباشند؛ و جبران نکردن اشتباهات و خطاها در رسانه های فراگیری چون رادیو و تلویزیون که مورد اعتماد عمومی اند و خبر و سخن آنها را موثق می دانند کاری بسیار غیر اخلاقی و زیان بار است.

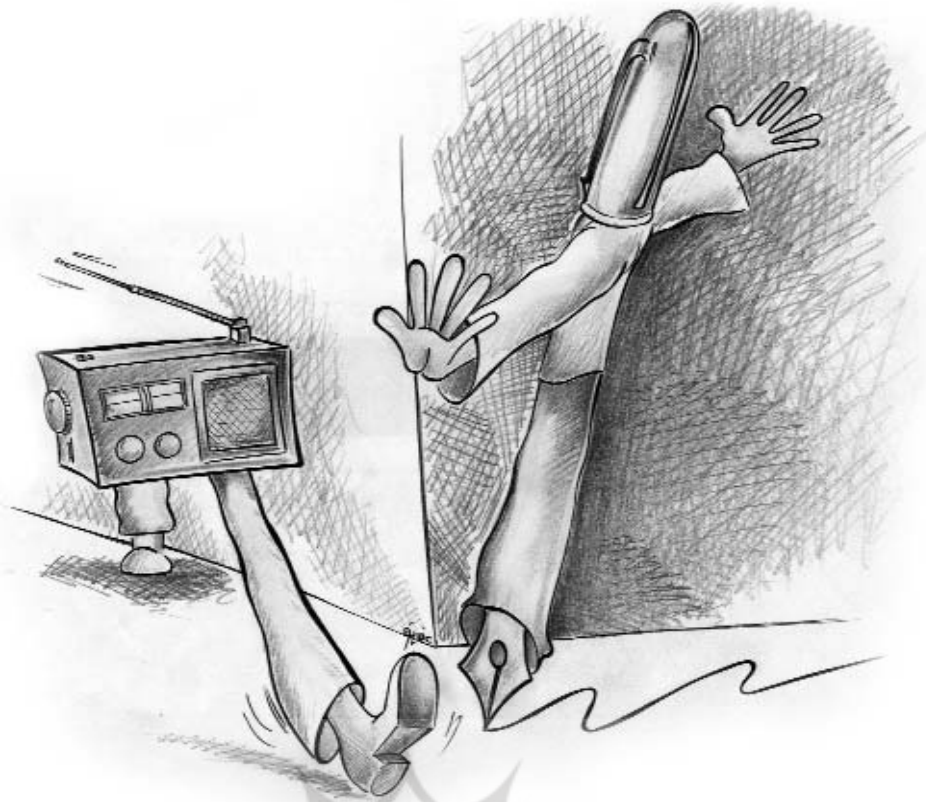
متأسفانه در صد میانگین مطالعه در کشور ما بسیار ناچیز است. شمارگان کم کتاب و استقبال نه چندان خوب از کتاب و سایر رسانه های نوشتاری، نشان دهنده ضعف مادر عرصه نشر و چاپ کتاب است. از سوی دیگر چون بر روی چاپ کتاب نظارتی صورت نمی گیرد و نویسنده ها و مترجمان بدون توجه به قواعد زبان و ادبیات فارسی راهی که به ذهنشان می رسد بر روی کاغذ می آورند، می بینیم غلط ها و اشتباه های زیادی را وارد زبان و ادبیات این مرز و بوم می کنند که درازمدت باعث وارد شدن آسیب های جدی به زبان فارسی می شود. لازم است، توجه به زبان و ادبیات سرلوحه کار تمام رسانه ها قرار گیرد. در این میان نقش رادیو و تلویزیون پر رنگ تر و مهم تر است. زیرا همان طور که گفتیم رادیو مخاطبان اتفاقی بیشتری دارد و امکان برگشت و اصلاح وجود ندارد، بنابراین باید بیشتر و آگاهانه تر به این موضوع توجه کند. واضح است برای ساخت یک برنامه رادیویی به عوامل مختلفی نیاز است که هر

مخاطب رادیو تنها از راه شنیدن با برنامه ارتباط برقرار می کند، نه چهره گوینده و بازیگران را می بیند و نه تصویری را که به فهم بهتر مطلب کمک کند. از این رو متن باید ساده، روان و کوتاه نوشته شود تا تأثیر گذارتر و قابل فهم تر باشد

یک در کنار سایر عوامل موجب بهتر شدن برنامه می شود. تهیه کننده ضعیف و یا گوینده بد به راحتی می تواند متن خوب را خراب کند و یا متن ضعیف، کار خوب تهیه کننده را بی اجر سازد و یا حتی خوب بودن و یا بد بودن کار صدا بردار نیز در تهیه یک برنامه نقش مهمی دارد. اما شاید بتوان به جرئت گفت شالوده و اساس هر برنامه رادیویی، چه نمایشی، چه خبری، و چه برنامه های آموزشی و تولیدی با موضوعات گوناگون، متن برنامه است.

شنونده رادیو فقط صدای گوینده، موسیقی و متن برنامه را می شنود. هر چند صدای گوینده و نوع موسیقی در القا و مفهوم به مخاطب بسیار اهمیت دارد، اما متن ضعیف و بد به کل برنامه آسیب می رساند. اگر در متن برنامه اشتباهاتی وجود داشته باشد، شنونده آگاه رانسبت به رادیو بی اعتماد می کند و به شنونده ناآگاه مطالب غلط و نادرست می آموزد که این هر دو بر خلاف اهداف رسانه ای مثل رادیوست. بنابراین لازم است ضمن تقویت سایر عوامل، نویسنده گدی در رادیو را جدی بگیریم و بابه کار گرفتن نویسنده های آگاه و مجرب و آشنا با زبان و ادبیات فارسی، برنامه هایی بهتر و بی نقص تر ارائه دهیم.

مهم ترین ویژگی نویسنده، آگاهی او از موضوع و آشنایی اش با زبان فارسی است. برای آنکه نویسنده های تازه کار، دچار غلط نویسی نشوند، بهترین راه آن است که متن های معتبر فارسی را مطالعه کنند، به ویژه مطالعه کتاب های وزین ادبی، ذهن افراد را به سمت آشنایی با ساختمان جمله های فارسی هدایت می کند و این امر به مرور زمان در افزایش مهارت درست نویسی نویسنده های جست و جوگر و خلاق مؤثر خواهد بود. غلامحسین زاده در کتاب **راهنمای ویرایش**، درباره اصل مهم درست نویسی می نویسد: «اصل نخستین برای درست نوشتن، آگاهی و مهارت خود نویسنده است، زیرا مفهومی را که او به شیوه خاص خود درک کرده است و می خواهد منتقل کند، خودش بهتر از



بسیار بجاست اگر پیش از به کار گیری نویسندگان در برنامه های رادیویی آموزش های لازم به آنها داده شود تا برنامه سازان با داشتن متنی خوب و بی نقص که اساسی ترین بخش ساخت برنامه است، برنامه هایی بهتر و قابل توجه تر بسازند

کلام و استفاده از صنایع ادبی چندان ضرورتی ندارد، ولی درست نوشتن، رعایت اصول دستوری و قواعد زبان و در حقیقت درست و علمی نوشتن از مهم ترین و اولین اصول نویسندگی است که هر فردی که قلم به دست می گیرد و قصد نوشتن دارد - به ویژه نویسنده رسانه - باید با آن آشنا باشد. آشنایی با قواعد زبان قدرت بیان را افزایش می دهد، «قدرت بیان که به دو صورت شفاهی و کتبی نمود پیدا می کند، از ابعاد مهم شخصیت انسانی شمرده می شود و نگارش یا نوشتن، بیان خواست ها و اندیشه ها و دانسته ها و احساس ها و عاطفه هایی است که شخص با قلم بر روی کاغذ می آورد» (احمدی گیوی، ۱۳۷۴: ۷)

در رسانه ای مثل رادیو برای جلب مخاطب مهم ترین کار ارائه برنامه های متفاوت با اهداف گوناگون است.

- پاک نویسی و بازدید نوشته
- استراحت (یعنی هرگاه نویسنده از نوشتن و اندیشیدن خسته شد، باید استراحت کند تا بتواند دوباره نیرو بگیرد و با نشاط به کار خود ادامه دهد.
در هر حال توجه به زبان و ادبیات فارسی و فراگیری و به کار بردن آن اساس کار هر نویسنده ای است. می توان از دو منظر به زبان و ادبیات فارسی نگاه کرد؛ یکی از بعد هنری و دیگری از بعد علمی. در آنجا که واژگان دستمایه کار هنرمند قرار می گیرند تا اثری زیبا و تأثیرگذار و ماندگار خلق شود، ادبیات در حیطه هنر جای می گیرد و شاعر و نویسنده می کوشد با به کار گیری خلاقیت و استعداد ذاتی خود، نوآوری و زیبا آفرینی کند و اثری هنری بیافریند. اما در آنجا که از واژگان برای بیان مفهوم و برقراری ارتباط استفاده می شود، توجه به جنبه های زیبایی

هرکس و حتی بهتر از هر ویراستاری می شناسد» (مسعودی، ۱۳۸۰: ۱۲۷)

عده ای نویسندگی را هنری می دانند که نیاز به استعداد و خلاقیت دارد، که البته امری بدیهی است، اما افراد با استعداد و خلاقیت کمتر نیز می توانند در این کار موفق شوند که لازمه این موفقیت پشتکار، مطالعه و تمرین است. در کتاب **هنر نویسندگی** اثر علی دوانی ده مورد ذکر شده است که نویسنده باید رعایت کند؛ این ده مورد عبارتند از:

- مطالعه آثار استادان فن
- تمرین زیاد
- حوصله و آرامش
- فصاحت و بلاغت
- جایگاه خلوت
- ابتکار
- اعمال سلیقه
- داشتن هدف

«نویسندگی برای رادیو و تلویزیون در زمینه‌های متفاوتی صورت می‌پذیرد، از جمله نمایشنامه نویسی، نویسندگی برنامه‌های مسابقه و سرگرمی، برای کسانی که قدرت و خلاقیت این کار را دارند، نویسندگی برنامه‌های تبلیغاتی، برای افرادی که توانایی نفوذ بر مردم را دارند و

کند، بی‌تردید بهتر و موفق‌تر عمل خواهد کرد و در بهتر شدن برنامه نقش مؤثری خواهد داشت.

مخاطب رادیو تنها از راه شنیدن با برنامه ارتباط برقرار می‌کند، نه چهره گوینده و بازیگران را می‌بیند و نه تصویری را که به فهم بهتر مطلب کمک کند. از این رو متن باید

در رسانه‌ای مثل رادیو برای جلب مخاطب مهم‌ترین کار ارائه برنامه‌های متفاوت با اهداف گوناگون است

نویسندگی برنامه‌های آموزشی، مستند و اخبار برای کسانی که توانایی نوشتن گزارش دارند، همه اینها زمینه‌هایی است که نویسنده می‌تواند در آنها کار کند و هیچ نیازی نیست افرادی که در یک زمینه از انواع برنامه‌های رادیو و تلویزیون توانایی نویسندگی دارند، در زمینه‌های دیگر نیز همان توانایی را داشته باشند». (خزائلی، ۱۳۷۵)

نویسنده‌ای که استعداد و توانایی خود را بشناسد و به پرورش آن اقدام کند، موفق‌تر و کامیاب‌تر خواهد بود. برای موفق شدن در نویسندگی، در زمینه هر موضوع و یا برنامه‌ای، مطالعه و تحقیق نقش مهمی دارد. مورد مهم دیگری که در نوشتن برنامه‌های رادیویی اهمیت دارد، نگارش رادیویی متن برنامه است و «نکته مهم این است که هنگام نگارش متن رادیویی باید همیشه به یاد آورد که این نوشته برای شنیدن (گوش) نوشته می‌شود، نه برای دیدن (چشم) و شنونده فقط یکبار می‌تواند آن را بشنود». (قاضی زاده، ۱۳۸۰: ۹)

در ضمن نویسنده باید مخاطب خود را بشناسد و با توجه به نیاز مخاطب متن برنامه را بنویسد. «درک نیازهای مخاطب و نوع آن اهمیت ویژه‌ای دارد، به طوری که تأثیر خود را در تمام وجوه یک برنامه، یعنی در محتوا، شیوه اجرا و مدت زمان پخش آن، برجا می‌گذارد». (خجسته، ۱۳۸۱: ۴۵)

نویسنده‌ای که نیاز شنونده خود را درک

- آشنایی با زبان و ادبیات فارسی (آیین نگارش، دستور، استفاده از واژگان درست و...)

- آشنایی نویسنده با موضوع - مطالعه و تحقیق مداوم و هر روزه که لازمه هر نوشته خوب و مطلوب است. - آشنایی با اصول نگارش رادیویی و شناخت مخاطب.

بسیار بجاست اگر پیش از به کارگیری نویسنده‌ها در برنامه‌های رادیویی آموزش‌های لازم به آنها داده شود تا برنامه‌سازان با داشتن متنی خوب و بی‌نقص که اساسی‌ترین بخش ساخت برنامه است، برنامه‌هایی بهتر و قابل توجه‌تر بسازند.

منابع:

- شن، مک براید. (۱۳۶۹). یک جهان، چندین صدا. (ترجمه ایرج پاد). تهران: سروش. ص ۳۴.
- مسعودی، امید. (۱۳۸۰). مبانی نگارش رسانه‌ای. تهران: خجسته. ص ۱۲۷.
- دکتر احمدی گیوی، حسن. (۱۳۷۴). از فن نگارش تا هنر نویسندگی. تهران. ص ۷.
- خزائلی، عذرا. (۱۳۷۵). نویسندگی برای رادیو و تلویزیون. تهران: مرکز سنجش برنامه‌های صداوسیما.
- قاضی زاده، علی اکبر. (۱۳۸۰). نوشتن برای رادیو. تهران: اداره کل تحقیق و توسعه صدا. ص ۹.
- خجسته، حسن. (۱۳۸۱). درآمدی بر جامعه‌شناسی رادیو. تهران: تحقیق و توسعه صدا. ص ۴۵.
- مسعودی، امید. (۱۳۸۰). مبانی نگارش رسانه‌ای. تهران: خجسته.
- سجادی، سید ضیاءالدین. (۱۳۷۱). (مقاله گفتار در صداوسیما). دومین سمینار زبان فارسی در صداوسیما تهران: سروش. ص ۵۶.
- دوانی، علی. (۱۳۷۳). هنر نویسندگی. تهران: مطهر.



ساده، روان و کوتاه نوشته شود تا تأثیر گذارتر و قابل فهم‌تر باشد. در ضمن لحن صمیمی نویسنده و گیرایی و جذابیت متن نیز از دیگر عوامل مهم در نگارش رادیویی است که البته صدای گوینده در ایجاد چنین فضایی بسیار مؤثر است. «رعایت دو مشخصه مهم در نگارش رسانه‌ای مدرن یعنی «سرعت» و «دقت» ما را به خلاصه نویسی یا بهتر بگوییم «ساده نویسی» رهنمون می‌کند. بنابراین نویسنده باید زاویه دیدی که انتخاب می‌کند مطابق برنامه‌های رادیویی باشد، از تکیه بر بدیهیات پرهیز کند، از کلی‌گویی بپرهیزد، از آوردن حشو و زوائد خودداری کند، صراحت لهجه داشته باشد و تکیه کلام‌های زاید را دور بریزد». (مسعودی، ۱۳۸۰)

دکتر سیدضیاءالدین سجادی در مقاله «گفتار در صداوسیما» نوشته است: «اینکه بر سادگی و روانی نوشته و نزدیک بودن آن به زبان مردم و همچنین کاربرد واژه‌های متداول اصرار و تأکید می‌کنیم برای این است که صداوسیما یک رسانه همگانی است و یک کلاس درس خصوصی نیست، بلکه یک آموزشگاه گسترده و باز برای همه است و کسی را نمی‌توان از بهره‌گیری از آن بازداشت». (سجادی، ۱۳۷۱: ۵۶)

به‌طور کلی اصول نویسندگی رادیو را می‌توان در پنج مورد خلاصه کرد: - استعداد نسبی در امر نویسندگی (شامل استعداد، خلاقیت، داشتن نگاه نو، دقیق بودن و...)