



● مراد مهدی نیا
ویراستار دفتر پژوهش‌های رادیو

است. این مختصر، در خدمت «نویسنده‌گی رادیویی» است. امید که خواننده‌های این مجموعه، آثار گرانقدری در این باره پدید آورند.

مسائل کلی نگارش رادیویی

- باید به خاطر داشته باشیم که اصل اساسی در نگارش متون رادیویی آن ایستادگی است که شنونده فقط یک بار می‌تواند آن را بشنود. نکته مهم این است که در هنگام نگارش متن رادیویی، باید به تمام این مطالب برای شنیدن (گوش) گوش می‌شود و نه برای دیدن (چشم).

باید دانست که مخاطب، فقط یک نفر است و در حال انجام کاری دیگر است پس نخست باید توجه او را جلب کرده یعنی باید کاری کرد که دلیلی برای توجه به متن وجود داشته باشد. متن باید به خواننده مربوط باشد؛ آگاهی دهد و شنیدنی باشد. (قاضی زاده، ۱۳۸۰)

- آنچه در رادیو اهمیت دارد این است که نویسنده‌های این رسانه نباید کتاب بنویسند، بلکه باید تصور کنند که در حال

رادیو، رسانه‌ای است که به اکنون تعلق دارد و به سوی آینده سیر می‌کند. آدم‌های رادیویی به همین علت مجبورند در «لحظه» نفس بکشند و به اکنون و آینده نظر بدوزند، اما این غوطه وور شدن در «اکنون» هرگز نباید مآربه غفلت از گذشته و فراموش کردن فرآیند و نشیب‌های دیروز دچار کند.

رادیو، رسانه‌ای گسترده و بسیار کاراست. می‌پذیریم که در مقایسه با رسانه‌هایی چون تلویزیون یا شبکه‌های «وبلاگ» رادیو کم‌جاذبه‌تر جلوه می‌کند، اما درست نیست که رسانه‌ای چنین توانمند، تسلیم این استدلال شود؛ زیرا هنوز، مراسم در سفرها، رفت و آمدهای شهری و در ساعاتی از روز، به‌طور بالقوه می‌توانند مخاطب این رسانه گرم باشند. درست‌تر این است که به اجرای شیوه‌ها و راهکارهای تازه‌تر و جذاب بپردازیم. از راه تخصصی کردن رادیو، طراوت بخشیدن به آن از طریق مصاحبه‌ها و گزارش‌های زنده و همچنین کوشش در دو جنبه کردن ارتباط رسانه‌ای (مخاطب- رسانه)، می‌توانیم این رسانه را زنده‌تر و پویاتر نماییم.

یکی از این راهکارها دقت و توجه به «نگارش رادیویی»

حرف زدن با مردم جامعه‌اند. اگر این نکته مهم فراموش شود، قطعاً ضربه جبران‌ناپذیری به رادیو وارد خواهد شد. نتیجه اینکه متن رادیویی باید ساده، روان، شفاف و دنبال‌کردنی باشد. (یادداشت ۳، ۱۳۸۲)

را ایجاد کنیم، بنابراین قواعد زیبایی و عناصر زبان شناختی، فشار هنجاری خود را بر نویسنده تحمیل می‌کنند.

مخاطبان رادیو و تأثیر آنها بر متن: مخاطبان رادیو، آهویی پراکنده و ناشناخته‌اند. این مخاطبان طیف وسیعی از گروه‌ها، اقلیت و لایه‌های اجتماعی و سنین گوناگون را دربر می‌گیرند. (خجسته، ۱۳۸۳)

به همین دلیل، این افراد ناخودآگاه بر متن نویسنده تأثیر می‌گذرانند.

اصول نوشتار رادیویی

قواعد و اصول نویسندگی را می‌توان از خلال مطالعه متونی که مورد توجه و علاقه کارشناسان و یا شنونده‌های رادیو قرار می‌گیرد، استخراج کرد. برای ورود به گته متون رادیویی و تشخیص یا کشف قواعد نویسندگی این متون، بهتر است عناصر و عوامل خارجی تأثیرگذار بر یک متن رادیویی را شناسایی کنیم. این عوامل عبارتند از: قواعد زبان شناختی، مخاطبان، متن رسانه‌ای و ماهیت رسانه.

اساساً هر متن در دنیای رسانه‌ها، تحت تأثیر سه عامل است: نوع و ماهیت رسانه، قواعد و ویژگی‌های زبان شناختی و مخاطبان.

نوع و ماهیت رسانه: رادیو تابع یک اصل شنیداری (Aural Principle) است. این اصل، چیزی جز سلسله مراتبی از صداها (Hierarchy of Sounds) نیست. این سلسله مراتب در حقیقت لایه‌هایی از صدای حوادث و رویدادها در رادیوست که خود، مبتنی بر دو اصل حذف و فیلتر کردن صدا و تنظیم و کنترل آن می‌باشد.

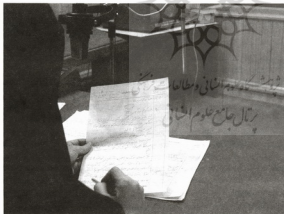
قواعد و ویژگی زبان شناختی: این عامل دوربرگیرنده شکل، معنا و مفهوم جملات و کلمات است. ما با استفاده از قواعد و به کار بردن کلمات در جای خودشان، می‌توانیم معانی

اصول نویسندگی برای رادیو

اصل تفسیر ناپذیر (Uninterpretable) اما تفسیر ساز (Commentator)

رادیو رسانه‌ای تخیل‌زاست. زیرا مخاطبان این رسانه آنچه را که می‌شنوند، برای خود به تصویر می‌کشند. حتی لحن و نوع صدای گوینده سبب می‌شود که آنها در تخیلات خود، از او شکل و شخصیتی خاص بسازند. این به معنای تفسیرسازی مخاطب از متن برنامه است. وقتی از تخیل‌پذیری و یا تفسیرسازی رادیو صحبت می‌شود، از دیدگاه یک مخاطب، به این رسانه نگریسته شده و رادیو از این منظر، تخیل‌ساز است.

مقصود از اصل تفسیر ناپذیری و تفسیرسازی متون رادیویی این نیست که جملات نباید مبهم باشند، بلکه مراد این است که نویسنده باید از درجات گوناگون ابهام کلام یا متن استفاده کند و با تعبیه برخی کلیدواژه‌های راهنما در آن، مخاطب را به سوی نتیجه و تفسیر خاصی هدایت کند.



اصل اساسی در نگارش متون رادیویی آن است که شنونده فقط یک بار می‌تواند آن را بشنود. نکته مهم این است که در هنگام نگارش متن رادیویی، باید بدانیم این مطالب برای شنیدن (گوش) نوشته می‌شود و نه برای دیدن (چشم)

رادیو رسانه‌ای تخیل زاست، زیرا مخاطبان این رسانه آنچه را که می‌شنوند، برای خود به تصویر می‌کشند، حتی لحن و نوع صدای گوینده سبب می‌شود که آنها در تخیلات خود، از او شکل و شخصیتی خاص بسازند، این به معنای تفسیرسازی مخاطب از متن برنامه است



نمی‌گذارد، به موقع تمام می‌شود و کلیه اطلاعات و تذکرات را در جای خود پدید می‌کند.

یکی از مهم‌ترین نکته‌هایی که باید در نوشتن رعایت شود، این است که منطقی باشیم؛ یعنی اگر قرار باشد مطلب مهمی را بیان کنیم و به جای آن لطیفه‌ای تعریف نماییم، به طور فین بی مزه جلو نخواهد کرد.

به یاد داشته باشیم که چرا، چه چیز و برای چه کسی می‌نویسیم. مطرح کردن این سؤال، اغلب خوب است. بطوراین نکات اصلی را فهرست کنید و مطمئن شوید که حقایق و توضیحات کافی برای اثبات آنها در اختیار دارید. سپس با توجه به مراحل منطقی، این ایده‌ها را جمع‌آوری کرده، به آنها نظم می‌دهید؛ نظمی که شنونده بتواند به سادگی آن را درک کند. انجام این کار بدون در نظر گرفتن شنونده امکان ندارد. زیرا آنها، مخاطبان مورد نظر شما هستند. به هنگام نوشتن، اگر شنونده خود را در ذهنتان مجسم کنید کمک بزرگی به خود کرده‌اید. مطرح کردن این سؤال که «چگونه می‌توانم منظوم را بفهمانم؟»، نشانه این است که شما شنونده را در شأن خود قلمداد می‌کنید. این، کاری است که نویسنده باید در قبال شنونده‌ها انجام بدهد.

استفاده از رویکرد، موجب می‌شود تا نویسنده دچار بیماری استفاده از کلمات مشکل نگیرد. همه ما مایلیم بر دیگران تأثیر بگذاریم، اما نه با به کار بردن کلمات بااهبت و

اصل تقطیع (Separation) در عین پیوستگی (Continuity)

همان‌طور که ذکر شد، رادیو به علت ویژگی‌های ذاتی و قواعد زبان شناختی و همچنین شرایط محیطی مخاطبانش، همواره با خطر قطع و یا تضعیف ارتباط با آنها مواجه است. به طوری که باید احتمال قطع یا تضعیف ارتباط با یک برنامه را در لحظاتی، حتمی دانست. اما می‌توان امیدوار بود که این ارتباط مجدداً برقرار شود. حال که وقوع این امر، حتمی و خارج از کنترل برنامه‌ساز و یا حتی خود مخاطب است، بنابراین متن یک برنامه باید به گونه‌ای باشد که این معضل را به کمترین حد برساند. این اصل، شاید عمده‌ترین تفاوت مبنایی برنامه‌سازی رادیو نسبت به تلویزیون و یا دیگر رسانه‌ها باشد.

رعایت دو اصل «تفسیرناپذیری در عین تفسیرسازی» و «تقطیع در عین پیوستگی» باعث می‌شود تا بتوانیم در چارچوب خاصی بنویسیم. (همان)

بدین ترتیب، نوشتن برای رادیو، ذخیره گفتار است؛ فرایند کلی نویسندگی رادیویی این است که در شنونده، تأثیری به وجود آورد؛ بدین صورت که مخاطب حس کند گوینده با او سخن می‌گوید و نه برایش می‌خواند.

بنابراین، نوشتن تنها یک بخش از فرایند ارتباطات است و این ارتباط، کامل نمی‌شود، مگر این که متن خوانده شود و آن هم به درستی خوانده شود. یک نوشته کامل، هیچ نکته‌ای را جا

سنگین، بلکه با استفاده از کلمات مناسب برای مخاطبان.

اما نکته مهم تر برای نویسنده رادیویی، مجسم کردن شنونده، و نویسندگی برای یک نفر است. رادیو یکی از رسانه های گروهی است که برنامه هایش برای هزاران و حتی میلیون ها نفر پخش می شود، با وجود این، پیام به ذهن یک شنونده منتقل می شود، بنابراین به جای بیان عباراتی همچون «ممکن است شنونده ها اطلاع داشته باشند که...» و یا «ممکن است تعدادی از شما بداندید که...»، می توان از این عبارت استفاده کرد: «ممکن است توی شنونده بخوابی بدانی که...» بنابراین، برای یک نفر بنویسید! چرا که مخاطب احساس خواهد کرد که فرد مورد خطاب، اوست و در نتیجه، سخن شما تأثیر بیشتری خواهد داشت.

حال، پس از توضیح درباره چنه بنویسیم و برای چه کسی بنویسیم، درباره خود متن سخن خواهیم گفت. رادیو رسانه ای است که به راحتی، روشن و خاموش می شود؛ شما با مخاطبانی صحبت می کنید که ابتدا سیر شما نیستند، بنابراین اولین جمله ای که می نگارید باید جالب باشد.

خلاصیت، از اهم کار نویسندگی است، بدین مفهوم که نویسنده باید اثری را خلق کند که شبیه آن در جهان وجود نداشته باشد

برای وارد شدن به مطلب اصلی، وقت تلف نکنید؛ سخن خود را با جمله ای شروع کنید که جالب توجه، مربوط و غیر معمولی باشد. به خاطر داشته باشیم که اولین جمله باید جالب باشد و دومین جمله آگاهی بخش. محتوای آن باید ساده و طبعی حساب سرانگشتی و بیان کننده حقایق باشد. اگر به نکته مشکلی برخورد کرده ایم، می توانید عبارت «چه طور می توانم این مطلب را توضیح بدهم» را به متن خود اضافه کنید. این عبارت، نشانه گریز از موضوع و شرح و بسط مطلب است.

و اما سبک کلی نوشتار، باید مجاوره ای باشد. منظور این نیست که سبکی سرسری، آبیگی و یا غیررسمی باشد؛ سبک گفتاری می تواند تا حدی رسمی باشد، مثل «خبر» در رادیو، اما متن پیش بینی وضع هوا گفتار مذهبی، نقد کتاب و یا هر گفتار ارتباطی دیگر، باید مجاوره ای باشد.

یک قاعده طلایی برای مکتوب کردن سخن گفتاری وجود دارد و آن این است که همزمان با نوشتن، با صدای بلند آن را بخوانید و آنچه را می شنوید به رشته تحریر درآورید. آنها را در ذهن خود ننویسید، بلکه اصواتی را در گفتار بیان می کنید، بر روی کاغذ بیاورید. وقتی به شکل نوشته درآمدند، آن وقت می توانید آنها را تغییر داده و پالایش کنید.

نکته دیگری که درباره ادا کردن جملات قبل از نوشتن وجود دارد، این است که از لکنت زبان و آوردن معانی غیرارادی جلوگیری می شود.

استفاده از علامت های سجاوندی نیز از طرف نویسنده به خواننده کمک می کند تا نوشته مفهوم شود. گاهی متن برنامه دارای انواع علامت های سجاوندی است؛ مثلاً خط تیره (-) معرف تغییر صدا، علامت موسیقی و یا حتی تغییر حالت گفتار، مثل لیختند. تمامی علامت برای کمک به خواننده به کار برده می شوند تا لحن گفته ای را که در اصل، منظور بوده، دوباره خلق کنند.

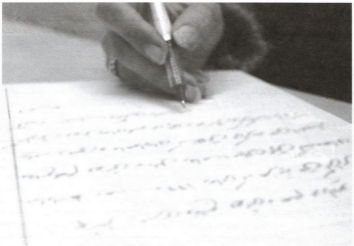
مورد دیگری که مهم به نظر می رسد این است که وقتی نکاتی را بیان می کنید، سعی کنید آنها را با بیان تمثیل، گفتن داستان و... به تصویر بکشید و حوادث را دوباره زنده کنید.

حال، چگونه متن را به پایان برسانیم؟ اما برنامه را با جمله ای جالب شروع کردیم و حالا چه خوب است با هر گشت به موضوع اول و همان ایده نخست، آن را به انجام برسانیم. این کار، موجب تقویت نکته مطرح شده می شود.

چکیده یا سؤالی تحریک آمیز، شنونده را در ایجاد تندیسه ای دیگر تشویق می کند. شروع و خاتمه متن برنامه «بدون شک» مشکل ترین بخش برنامه است، اما کلمه پایانی، کلیدی است برای این که چگونه آن را به یاد بیاورید. اگر در خاتمه نوشتار، از به کارگیری زست های ادبی و کلمات پیچیده دوری کنید و به جای آنها از سبکی استفاده کنید که دارای بافتی زنده و گفتاری است، مطمئناً شنونده، محتوای برنامه را درک خواهد کرد و این موضوع باعث ایجاد ارتباط خواهد شد.

بنابراین اصول «نوشتار برای گوش» را به طور خلاصه بیان می کنیم:

- درباره آنچه می خواهید بگویید، تصمیم بگیرید.
- نکات را به شکلی منطقی و منظم کنید.
- مطمئن شوید که جمله آغازین، جالب توجه و آموزنده باشد.
- متن خود را برای یک نفر بنویسید.
- آنچه می خواهید بنویسید، ابتدا آن را با صدای بلند تکرار کنید.
- تصاویر را رنگ آمیزی کنید، داستان بگویید و از تمامی حواس استفاده کنید.
- سبک محاوره ای معمولی استفاده کنید.
- جملات و عبارات کوتاه به کار ببرید.
- برای وضوح متن در نظر خواننده، از علامت سجاوندی استفاده کنید.
- هر وقت شک کردید، جملات خود را ساده کنید؛ به خاطر داشته باشید، هدف، تفهیم معنی است و نه تأثیر گذاری.
- زبان نوشتار را متناسب با موضوع برنامه انتخاب کنید.



نوشتن تنها یک بخش از فرایند ارتباطات است و این ارتباط، کامل نمی‌شود، مگر این که متن خوانده شود؛ و آن هم به درستی خوانده شود. یک نوشته کامل، هیچ نکته‌ای را جا نمی‌گذارد، به موقع تمام می‌شود و کلیه اطلاعات و تذکرات را در جای خود بیان می‌کند

- از سرزنش، توهین و تحکیم در نوشته‌ها اجتناب کنید.
- از تملق و تعارف‌های بیهوده دوری نمایید.
- از واژه‌های مصوب فرهنگستان استفاده کنید.
- از عبارات و ترکیبات خوش آهنگ استفاده کنید.
- البته، معیارهای ذکر شده، توصیه‌هایی به منظور بلاغت و سلیس بودن متن می‌باشند و شرط کافی برای نگارش متن رادیویی نیستند. (مک لیش، ۱۹۹۹)

نوشتن گزارش خبری

منظور از گزارش خبری، خبرهای طولانی‌تر و مفصل‌تر از متن‌های خبری است که دارای توضیح بیشتر، پیشینه مفصل‌تر و وصفی غنی‌تر است. با این همه، باید به همان روانی متن خبری نگاهش نمود. (همان)

نگارش رویداد خبری

وقتی برای رسانه‌ای چون رادیو می‌نویسیم، قاعده اول این است که از واژگان محاوره‌ای استفاده کنیم، نه واژگان کتابی. به دلیل این که دریافت فوری پیام‌ها از سوی شنونده، دشواری است، بنابراین خبر باید دقیق، عینی و در عین حال روشن و جذاب باشد.

نوشتن تصویرنامه و اصول تصویرنامه نویسی در برنامه‌های شنیداری (رادیو)

تصویرنامه، پرداختنی است از یک سری رویدادها، حادثه‌ها یا داستان‌ها، جهت تولید برنامه‌های رادیویی (یا تلویزیونی) پرروی کاغذ که در آن، اطلاعات مربوط به تولید برنامه در ارتباط با تصویر، کلام، صدا، شخصیت‌ها و امکانات مورد نیاز شرح می‌شود.

نخستین جمله، باید به سرعت موضوع را در ذهن شنونده شکل دهد، اما نه با هر گویی. همواره به خاطر داشته باشیم که جمله‌های کوتاه، قابل درک‌ترند.

با ورود تلویزیون به عرصه رسانه‌ها، گروهی بر این باور بودند که رادیو از صحنه خارج خواهد شد، ولی در حال حاضر می‌بینیم که رادیو نقش فعالی در جوامع انسانی دارد و میلیون‌ها

و اما درباره نخستین واژه، اینکه نباید شامل کلیدی‌ترین بخش‌های خبر باشند، بلکه این الفاظ باید فقط توجه‌برانگیز بوده، به اعلام موضوع تازه اختصاص یابند.

تن در سراسر دنیا به اخبار، گزارش‌ها، مصاحبه‌ها و نمایشنامه‌های رادیو گوش می‌دهند. رادیو نسبت به تلویزیون، عمری بس طولانی‌تر دارد و اصول تصویرنامه‌نویسی جهت برنامه‌های آن از بیش از پنجاه سال قبل شروع شده و امروز شکل کامل‌تری به خود گرفته است. این اصول عبارتند از:

- عناصر تجسمی در رادیو (کلمه، افکت، صدا و موزیک)
- تجسم شخصیت بازیگران و پیروند آن‌ها
- تجسم مکان از طریق افکت‌های صدا. (خراتلی، ۱۳۷۵)

نویسنده و رادیو

نویسندگی برای رادیو در زمینه‌های متفاوتی صورت می‌پذیرد، از جمله نمایشنامه‌نویسی، نویسندگی برنامه‌های مسابقه و سرگرمی، برنامه‌های تبلیغاتی، آموزشی، مستند، اخبار و... موضوعات ذکر شده، زمینه‌هایی هستند که یک نویسنده می‌تواند در آنها کار کند و البته نیازی نیست افرادی که در یک زمینه از مسائل فوق‌کار می‌کنند، در زمینه‌های دیگر نیز توانایی داشته باشند؛ چارلز دیکنز (Charles Dickens) و هنری جیمز (Henry James) هر دو در دردیف مشهورترین نویسندگانی هستند که در دهه‌های ۱۹۰۰ سال‌ها برای نوشتن نمایشنامه فعالیت کردند، اما به موقعیت نرسیدند. داستان‌های بلند جرج برنارد شو (George Bernard Shaw) برای سال‌ها ناپسندیده گرفته می‌شد و تنها زمانی وی بر گردونه شهرت جاودانی ایستاد که به نمایشنامه‌نویسی پرداخت. برای نویسندگانی تازه کار لازم است که در دریای گسترده نویسندگی سفری کنند، در هر زمینه‌ای که کار بپذیرند تا استعدادهای نهفته آنها کشف شود و خود دریابند که برای نوشتن در کدام زمینه آمادگی بیشتری دارند. (همان)

توانایی‌های نویسندگی

- شناخت چیزهایی که درباره آنها می‌نویسیم (شناخت موضوع)
- شناخت زبان
- قدرت خلاقیت.

موضوع عاملی است که درباره آن سخن می‌رود و محتوا است. آن برانگیخته می‌شود. برای تهیه مطالب فراموش نشدنی، لازم است که نویسنده یک مشاهده‌گر دقیق باشد و با قوای دادن خود در محدوده واقعیت‌ها، به لمس و احساس آنها بپردازد. نویسنده، نیازمند به کلیدی برای گشودن قلب‌ها و احساسات مخاطبان است و این کلید چیزی نیست جز شناخت و تجربه زندگی و فرهنگ مردم و محیطی که درباره آن می‌نویسد. زبان، مجموعه‌ای است از اصوات، حرکات، وقار، علائم، نشانه‌ها، نظام و روابط بین آنها، که در برقراری ارتباط و انتقال پیام به کار می‌رود.

زبان نگارش، با زبان محاوره‌ای تفاوت‌هایی دارد؛ زبان نوشتاری نسبت به زبان محاوره‌ای بیشتر در چارچوب اصول و قواعد زبان است. نویسندگانی رسته‌های جمعی، با روش منطقی و دور از تعصب، باید سعی کنند که بیشتر از امکانات زبان مادری در جهت عرضه پیام‌های پویا بکار ببرند. اما اخلاقیات، از اهم کار نویسندگی است، بدین مفهوم که نویسندگانی باید اثری را خلق کنند که شیشه آن در جهان وجود نداشته باشد.

تولید برنامه‌های رادیو، پیچیدگی و نیاز به امکانات برنامه‌های تصویری را ندارد. کلام، موزیک، افکت صدا و سکوت در رادیو با هم ترکیب می‌شوند تا برنامه‌ای تولید شود. برای نویسنده رادیو این امکان وجود دارد که از طریق تخیل و تصور، آنچه را که می‌خواهد، در ذهن مخاطبان مجسم سازد. در رادیو از جهت کاربرد زمان، مکان و حرکت، محدودیتی وجود ندارد. رادیو به نویسنده این امکان را می‌دهد که خود را از قید زمان و مکان آزاد کند و با گذشتن از پل موزیک چند دقیقه‌ای، قرن‌ها را پشت سر گذارد.

در رادیو، صحنه آرایشی و شخصیت‌پردازی از راه صدا صورت می‌گیرد، به همین دلیل وابستگی اجزای کلام، آهنگ کلمه‌ها، فاصله و نوع صدا... نسبت به میکروفون نقش سازنده‌ای در تولید برنامه‌ها دارند. (همان)

در پایان، دستور و شعار نویسندگی رادیویی را فراموش نکنیم و همواره به یاد داشته باشیم؛ نوشتن برای گفتن، نه برای خواندن.

منابع:

- کریمی، محمدرضا. (۱۳۸۲). از ولایت تا صدا. تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- تحقیق و توسعه صدا. (۱۳۸۳). یادداشت‌های شماره ۲ و ۳. تهران: جخسته، حسن. (۱۳۸۳). نویسندگی برای رادیو و اصول نوشتارهای رادیویی. مجله رادیو، شماره ۲۳. تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- خراتلی، عبدالرزاق. (۱۳۷۵). نویسندگی برای رادیو و تلویزیون. تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صداوسیما.
- فاضلی‌زاده، علی‌اکبر. (۱۳۸۰). نوشتن برای رادیو. تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- آسانی، جواد. (۱۳۷۳). هفته نامه سروش، شماره ۶۹۹. تهران: معین افشار، منوچهر. (۱۳۸۱). اصول نمایشنامه‌نویسی رادیویی. تهران: تحقیق و توسعه صدا.

Mcleish, Robert. (1999). Radio Production. Oxford: Foca Press.

