

نویسنده‌گی برای رادیو و

اصول نوشتارهای رادیویی

● دکتر حسن خجسته

معاون رئیس سازمان صدا و سیما در حوزه صدا

بیش از یک جلسه بحث و گفت‌وگو صورت می‌گرفت. معیارهای پیشنهادی زبان رادیو (سپهری‌خواه، ۱۳۸۱: ۹۹ و ۱۰۰) به این شرح است:

- گویا و رسا بودن جمله‌ها
- یک دست بودن زبان متناسب با موضوع برنامه
- نزدیک بودن زبان رادیو به زبان مردم و پرهیز از تکلف و فصیح
- پرهیز از به کارگیری تعبیرهای مبذل، کوچه بازاری و جاهلی
- رعایت احترام و اجتناب از سرزنش، توهین و تحکم
- پرهیز از مداعنه، تملق و تعارف‌های بیجا
- پرهیز از به کارگیری واژه‌ها و تعبیرهای عربی که در فارسی امروز متداول نیست

چند سال قبل، جلسات متعددی با حضور جمعی از نویسندگان، ویراستاران و کارشناسان تشکیل شده تا معیارهای زبان رادیو استخراج شود. در جلسات اول به‌طور طبیعی درباره ماهیت معیارهای زبان رادیویی و باید‌ها و نبایدهای آن بحث‌های مختلفی صورت گرفت. این بحث‌ها مجموعه‌ای متضاد، اما واقعی از دیدگاه‌های موجود بود. بعضی از اعضا معتقد بودند که زبان معیار وجود ندارد و یا دسترسی به آن ممکن نیست و در مقابل، بعضی دیگر وجود زبان معیار را قبول داشتند و بر کشف قواعد آن تأکید می‌کردند. بعد از مدت‌ها سرانجام معیارهای چندگانه‌ای مورد موافقت و قبول همه اعضا قرار گرفت. البته برای رسیدن به توافق نهایی بر سر هر معیار بحث‌های بسیار خوب و سازنده‌ای در میان دوستان مطرح می‌شد. به‌طوری‌که گاهی برای رسیدن به یک معیار

- سازگار کردن آوای واژه‌های بیگانه با ساختار آوایی زبان فارسی

- رعایت اصل کوتاه بودن جمله‌ها

- رعایت ساختار زبان فارسی

- انتخاب گویش مبتنی بر زبان رسمی کشور و به کارگیری

گویش‌ها و لهجه‌های دیگر بر اساس مقررات سازمان

- گسترش دایره واژگان در رادیو یا بهره‌گیری از تنوع و قدرت

و زایش زبان یا توجه به حیثیت معنایی کلمات و پرهیز از به

کارگیری کلمات جعلی

- پرهیز از به کارگیری واژه‌های فرنگی که معادل فارسی دارند

(بهره‌گیری از واژه‌های مصوب فرهنگستان)

- خوش آهنگ بودن ترکیب کلمه‌ها و نبودن تکرار بین آنها.

بعد از مدتی اداره کل تحقیق و توسعه صدا، مأمور برپایی

همایش شد که همکاران رادیو بتوانند در آن با آرا و اندیشه‌های

محققان در این زمینه آشنا شوند.

این مقدمه بدین جهت نوشته شد که همکاران و خواننده‌ها از

دغدغه رادیو درباره «فنی کردن» متن‌های رادیویی مطلع شوند و با

تلاش‌هایی که برای یافتن شیوه علمی و اسلوب صحیح نویسندگی

در رادیو صورت گرفته است آشنا شوند.

از لفظ «فنی کردن» به این علت استفاده شد که اعتدالی مضامین

و پیام‌های رادیویی نیاز به راه و شیوه دیگری دارد. هر چند

برنامه‌های رادیو، خالی از مضامین عالی نیست و تعداد متن‌های

خوب و فنی رادیویی را نباید اندک شمرد، اما می‌توان گفت

متن‌هایی که منطبق بر قواعد دقیق نوشتار رادیویی است و نظر

همکاران رادیو را تأمین می‌کند، به حد کافی وجود ندارد.

همواره این سؤال را باید درباره معیارهای پیشنهادی فوق‌الذکر

مطرح کرد که آیا با رعایت این ۱۴ بند می‌توان به یک متن کامل

رادیویی رسید. یعنی از حیث فنی و صوری، می‌توان چنین متنی

را رادیویی دانست؟ شاید بتوان در پاسخ گفت این معیارهای

چهارده‌گانه بیشتر به توصیه‌هایی می‌ماند که رعایت آنها باعث

بلاغت و سلاست متن می‌شود، اما شرط کافی برای نگارش یک

متن تمام عیار رادیویی نیست.

نگارش یک متن رادیویی و یا تبدیل یک متن «جدیدی» به یک

متن رادیویی، در ابتدا نیازمند رعایت سلسله اصولی است، اما کدام

اصول؟ شاید هنوز برای این کار، اصولی تدوین نشده باشد و در

قدم اول لازم باشد که ما این اصول را مشخص نماییم.

قواعد و اصول نویسندگی را می‌توان از خلال مطالعه متون

که مورد توجه و علاقه کارشناسان و یا شنونده‌های رادیو قرار

می‌گیرد، استخراج کرد. برای ورود به گته متون رادیویی مورد نظر

و تشخیص و یا کشف قواعد نویسندگی متون رادیویی بهتر است

ابتدا عناصر و عوامل خارجی تأثیرگذار بر یک متن رادیویی

را شناسایی کنیم:

- قواعد زبان‌شناختی

- مخاطبان

- متن رسانه‌ای

- ماهیت رسانه.

اساساً هر متن در دنیای رسانه‌ای تحت تأثیر سه عامل است:

- نوع و ماهیت رسانه

- قواعد و ویژگی‌های زبان‌شناختی

- مخاطبان.

نوع و ماهیت رسانه

آیا متنی که برای کتاب، مجله یا روزنامه خبری نوشته می‌شود یا

متن رسانه تصویری یکسان است؟ یا متن رسانه شنیداری چگونه؟

آیا متن رسانه تصویری یا متن رسانه شنیداری تفاوت دارد؟ البته

پاسخ این پرسش‌ها روشن است و آن اینکه هر رسانه متن

مخصوص به خود دارد. چرا متن‌های رسانه‌ها با هم تفاوت دارند؟

بدیهی است که این تفاوت معطوف به ماهیت رسانه است. در

حقیقت اجباری در این امر وجود دارد که خارج از اراده افراد و

سازمان‌هاست. به طوری که با پذیرش این اجبار نه تنها می‌توان

تفاوت نوع متن رسانه‌ها را تبیین کرد، بلکه می‌توان تفاوت‌های

رفتاری و فرهنگی این سازمان‌های رسانه‌ای را کاملاً نشان داد.

معیارهای چهارده‌گانه پیشنهادی، بیشتر به

توصیه‌هایی می‌مانند که رعایت آنها باعث

بلاغت و سلاست متن می‌شود، اما شرط کافی

برای نگارش یک متن تمام عیار رادیویی

نیستند.

ماهیت رادیو و تأثیر آن بر متن رادیویی

رسانه رادیو چه تأثیری بر متن دارد، این تأثیر ناشی از چیست و

متن رادیویی چه تفاوتی با متن رسانه‌های دیگر دارد؟

علوم انسانی





در واقع 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 بنیاد مهم دیگر است:

- حذف و فیلتر کردن صدا
- تنظیم و کنترل آن.

رادیو چیزی نیست جز گستره‌ای از صداهای زندگی واقعی مردم بنابراین ضروری است که این صداها برای پخش، کنترل و تنظیم شوند؛ شاید به همین علت است که رادیو به ترکیب صوتی صداها کمتر توجه می‌کند؛ زیرا ناگزیر است صداها را به گونه‌ای پخش کند که برای شنونده‌هایش قابل درک باشد. (Alan Beck, 2002: 12) اینک که رادیو فقط از صدا استفاده می‌کند، به ناچار فقط باید شنیده شود. این یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های رادیو و تأثیرگذارترین عنصر بر برنامه‌سازی و متن‌های رادیویی است. رادیو ویژگی‌های دیگری نیز دارد که مورد نظر ما نیست. (برای اطلاع بیشتر مراجعه شود به درآمدی بر جامعه‌شناسی رادیو، خجسته، ۱۳۸۱)

دیگر ویژگی‌های منحصر به فرد رادیو را تا حد بسیار زیادی می‌توان منبعث از همین ویژگی اساسی رادیو، یعنی شنیداری بودن آن دانست. سرعت در انتقال پیام، سهولت دریافت، همگانی و همه جایی بودن، تولید ارزان و کم هزینه و ویژگی‌های دیگر، ناشی از همین خصوصیت بنیادی رادیوست.

فشار هنجاری خود را بر نویسنده و گوینده تحمیل می‌کند. در تحلیل‌های زبان‌شناختی، متن (Text) به مجموعه‌ای از کلمات، جملات و گفتارها اطلاق می‌شود که درباره یک موضوع خاص در چارچوبی مشترک بیان شوند و یا به نگارش درآیند. بر پایه چنین تعریفی متن به دو گونه اصلی گفتار شنیداری (Aural Discourse) و نوشتار (Inscription) تقسیم می‌شود.

عقیده بر این است که «معن نوشتاری» یا «مکتوب» در زمانی خاص توسط نویسنده‌ها به نگارش درآمده و تمام شده است. بنابراین آن طور که ارسطو نیز معتقد است، در متن نوشتاری، معنا (Meaning) حاضر نیست؛ زیرا زمانی که خواننده مشغول قرائت آن متن است، گفت وگویی دوطرفه میان نویسنده و خواننده برقرار نمی‌شود و همیشه فاصله‌ای به نام «معن» میان آن دو وجود دارد. لذا گفتار در زمان حال اتفاق می‌افتد و رابطه مستقیم و دوسویه میان گوینده و شنونده برقرار است. در گفتار، فرد در مقابل گوینده قرار دارد و هر طرف ادراکات و عواطف طرف دیگر را احساس می‌کند و این فرایند می‌تواند معنای نهفته را به دیگری انتقال دهد. با این حال اگر هر یک از طرفین نتوانند به معنای اصلی دست یابند می‌توانند با سؤال کردن، این معنای نهفته را به دست آورند و از این نظر برعکس، نوشتار که اصلاح‌پذیر و تقسیم‌پذیر است، گفتار

صدایی که از رادیو پخش می‌شود باید به گونه‌ای باشد که بتواند در مقابل مجموعه عناصر مزاحم محیطی ایستادگی کند و حواس شنونده و مخاطب را به خود معطوف نماید که البته این کار بسیار مشکل است.

قواعد و ویژگی‌های زبان شناختی

این عامل در برگزیده شکل، معنا، مفهوم جملات و کلمات است. ما با استفاده از قواعد و به کار بردن کلمات در جای خودشان می‌توانیم معناها را ایجاد کنیم. با جابه جایی کلمات در یک جمله، معناهای جدید خلق می‌شود. حتی ممکن است معنایی متضاد و مغایرت به وجود آید. بنابراین قواعد زبانی و عناصر زبان‌شناختی،



تمام عناصر صوتی و تصویری که در اطراف شنونده وجود دارند، می‌توانند از عناصر مزاحم محسوب شوند؛ بنابراین صدایی که از رادیو پخش می‌شود باید به گونه‌ای باشد که بتواند در مقابل مجموعه عناصر مزاحم محیط ایستادگی کند و حواس شنونده و مخاطب را به خود معطوف نماید که این کار بسیار مشکل است. در اینجا ما فارغ از تئوری‌هایی که علل گوش کردن به رادیو و یا استفاده از یک رسانه را تبیین می‌کنند، بیشتر درصدد بررسی علل قطع ارتباط میان شنونده و رادیو هستیم

(Visual Writings)

- منابع مکتوب برای قرارت یا نوشته‌های خواندنی

(Readable Writings)

- منابع مکتوب برای شنیدن یا نوشته‌های شنیداری

(Aural Incriptions)

در خصوص نوع اول که همان نوشته‌های بصری است باید گفت که شما حتماً به راحتی روزنامه، مجله یا کتاب‌های مختلف را مطالعه می‌کنید. البته همان طور که می‌دانید قبل از پدایش صنعت چاپ، دسترسی به کتاب برای همه مشکل بود و افرادی هم که به کتابی دست می‌یافتند ناگزیر بودند آن را در میان خانواده و فامیل یا جماع دیگر با صدای بلند بخوانند و بسیاری از افسانه‌ها و داستان‌ها به همین ترتیب سینه به سینه نقل شده است. اما با اختراع ماشین چاپ، رفته رفته کتاب و آثار مکتوب در دسترس عموم قرار گرفت. امروزه شما منابع مکتوب را مطالعه می‌کنید، آنها را با چشم می‌خوانید و در ذهن و مغزتان نگهداری می‌کنید، یا به تجزیه و تحلیل آنها می‌پردازید. در هنگام مطالعه کتاب، مقاله، روزنامه و یا خبر مکتوب، ممکن است در درون شما غوغا و نوازشی برپا شود، اما مظاهر آن آرام‌تر از آن باشد که کسی به این وضعیت درونی پی ببرد.

اما نوع دوم که نوشته‌های خواندنی است به متونی اطلاق

اساساً یک جریان است و دقیقاً همزمان با تولید سخن ارتباط برقرار می‌شود. بنابراین برعکس نوشتار، گفتار یک رابطه دیالکتیکی است و هر لحظه ممکن است اهداف، لحن و سبک آن تغییر کند، اما سخن رادیویی، کدام یک از این دو نوع متن است؟ نوشتاری است یا گفتاری؟ و یا اینکه از نوع دیگری است؟

متن رادیویی چیست؟

اگر بخواهیم نگاهی ساختاری و زبان‌شناختی به «متن رادیویی» داشته باشیم، آنچه که از رادیو شنیده می‌شود اهم از گفتار، موسیقی، افکت صدا (Sound Effects) و حتی سکوت اختیاری و غیراختیاری را باید جزء متن رادیو به شمار آورد. اما در شبکه‌های مختلف تنها به نوشته برنامه‌ها، متن گفته می‌شود و آنچه را که در تعریف متن رادیویی عنوان کردیم، در تعریف برنامه (Program) به کار می‌برند. از این منظر متون رادیویی را باید نوشتار گفتاری (Discourse Writing) یا نوشته‌های شنیداری (Aural Writings) دانست. برای تشخیص تفاوت این دو عنوان با درک معنای آنها، بهتر است انواع نوشته‌ها تقسیم‌بندی شوند؛ اصولاً می‌توان منابع مکتوب را به سه گروه عمده تقسیم کرد:

- منابع مکتوب برای مطالعه یا نوشته‌های بصری



می‌شود که باید قرائت شوند و با صدای بلند به گوش دیگران برسند. این نوشته‌ها رسمی‌تر از آنند که بتوان در آنها تغییری ایجاد کرد؛ مانند شعر، بیانیه یا مقاله ادبی، اما اگر این متون رسمی نباشند، ما می‌توانیم برای تسهیل در قرائت با صدای بلند در آنها تغییراتی ایجاد کنیم؛ زیرا صدای بلند، توازن کلام مکتوب را بهم می‌ریزد. اگر یک بار خواندن متنی را با صدای بلند تمرین کنیم به ضرورت تغییر در متن پی می‌بریم. همان‌گونه که قبلاً نیز متذکر شدیم فاصله زمانی میان کتابت (Inscription) متن با قرائت (Recitation) آن و تغییرات عمده در فضای کلام (Context) در هنگام قرائت متن، موجب بروز این ناهمگونی می‌شود؛ زیرا رابطه دیالکتیکی ایجاد شده در فضای قرائت ممکن است کاملاً متفاوت با فضای کتابت و انشاء متن باشد. حتی تا به حال دقت کرده‌اید، که بسیاری از گوینده‌های متن در هنگام قرائت یک نوشته، نوساناتی در لحن و نحوه بیان خود ایجاد می‌کنند و با شاعران در هنگام قرائت شعر خود، بعضی ابیات یا مصرع‌ها را پیش از یک بار می‌خوانند و با تکان دادن دست و سر خود رابطه جدیدی بین متن و محیط ایجاد می‌کنند. این امر ناشی از آن است که آنها نمی‌توانند در اصل این نوع متن‌ها تغییری ایجاد کنند، بنابراین با اضافه کردن عناصری در خارج از متن، بین متن و محیط جدید رابطه‌ای معنادار و متناسب برقرار می‌کنند.

نوع سوم که نوشته‌های شنداری است، شامل متن‌های مکتوب برنامه‌های رادیویی می‌شود و این یعنی نوشتن برای شنیدن؛ البته در این نوع، ابتدا نوشتار تبدیل به گفتار شده و سپس شنیداری می‌شود، اما توجه اصلی، به شنیداری بودن متن معطوف است و ما در جایی می‌توانیم گفتاری بودن متن مکتوب را اصل بگیریم که بین قاری و گوینده (Announcer) یا مخاطب رابطه مستقیم بصری وجود داشته باشد. این رابطه کمک بسیار زیادی به فهم و درک معنای متن مکتوب می‌کند؛ درحالی‌که در رادیو متن مکتوب برای شنیده شدن نوشته می‌شود. یعنی هیچ نوع رابطه دیگری جز رابطه شنیداری بین گوینده و شنونده رادیو (Audience) برقرار نیست. بر این اساس می‌توان گفت در تهیه متن رادیویی مخاطبان نیز نقش اساسی دارند.

مخاطبان رادیو و تأثیر آنها بر متن

مخاطبان رادیو، انبوهی پراکنده و ناشناخته‌اند. این مخاطبان طیف وسیعی از گروه‌ها، اقشار مختلف، لایه‌های اجتماعی و سنین گوناگون را در بر می‌گیرند. اگر آنها زمینه‌های اجتماعی و جامعه‌پذیری متفاوتی داشته باشند، لاف‌ل‌ل در یک چیز مشترکند و

رادیو چیزی نیست جز گستره‌ای از صداهای زندگی واقعی مردم. بنابراین ضروری است که این صداهای پخش، کنترل و تنظیم شوند؛ شاید به همین علت است که رادیو به ترکیب صوتی صداها کمتر توجه می‌کند؛ زیرا ناگزیر است صداها را به گونه‌ای پخش کند که برای شنونده‌هایش قابل درک باشد. اینک رادیو فقط از صدا استفاده می‌کند، به ناچار فقط باید شنیده شود. این یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های رادیو و تأثیر گذارترین عنصر بر برنامه‌سازی و متن‌های رادیویی است.

آن ارتباط با برنامه‌ها از طریق گوش است. بنابراین فارغ از طرح تقسیم‌بندی‌های گوناگون مخاطبان رادیو، می‌توان تنها در ارتباط با «شنیدن» و با «گوش کردن» برنامه‌های رادیو آنها را به سه گروه عمده تقسیم کرد:

- گوش شنوا (Hearing Ear)

- گوش منتظر (Waiting Ear)

- گوش ناشنوا (Unhearing Ear)

این تقسیم‌بندی فقط از منظر رابطه افراد جامعه با رادیو و نوع این رابطه است (حجسته، ۱۳۸۱)

اهمیت این تقسیم‌بندی از جهت تأکید بر «شنیدن» و نوع رابطه افراد با این مفهوله از طریق رادیوست. برنامه‌سازان با عنایت به این ویژگی می‌توانند عواملی را که باعث اختلال در ارتباط شنیداری مخاطبان با رادیو می‌شود کشف کنند و با پرهیز از آنها تأثیرگذاری برنامه خود را بر شنونده‌ها افزایش دهند و بدین ترتیب رضایت بیشتر آنان را فراهم آورند.

به چند علت می‌توان است ارتباط میان رادیو و مخاطب قطع شود. عوامل قطع ارتباط را می‌توان به کمک تئوری‌های ارتباطات بررسی کرد. تئوری‌های ارتباطی به دو گروه عمده تقسیم می‌شوند که عبارتند از:

- مکتب فرایندی (Process School) (Semantic school)

- مکتب معنانشناسی (Rhetorical School)

تداخل عناصر مزاحم خارجی

در مکتب فرایندی، ارتباط چیزی جز انتقال پیام نیست. بنابراین تئوری‌های این حوزه به این نکته توجه دارند که پیام‌ها چگونه رمزیندی و رمزگشایی می‌شوند. فرستنده‌ها و گیرنده‌ها این کار را چگونه انجام می‌دهند و چطور از کلمات و رسانه‌های ارتباطی بهره می‌برند. در این مکتب، دقت و مقرون به صرفه بودن اهمیت زیادی دارد. این مکتب ارتباط را فرایندی می‌داند که شخص بر رفتار و حالت ذهنی دیگر تأثیر می‌گذارد. اگر این تأثیر در حد مورد انتظار نباشد، بحث قطع ارتباط مطرح می‌شود و باید طی مراحل، محل قطع ارتباط را پیدا کرد. به همین دلیل این مکتب را مکتب فرایندی می‌نامند.

ارتباط رادیو با مخاطبانش فقط از طریق گفتار و شنیدن است. بنابراین فاصله مکانی و زمانی میان فرستنده یا پیام و گیرنده با مخاطب همواره در معرض آسیب‌های فراوان است و این آسیب‌ها غالباً از طریق ورود عناصر مزاحم در این ارتباط پدید می‌آیند. تمام عناصر صوتی و تصویری که در اطراف شنونده وجود دارند، می‌توانند از عناصر مزاحم محسوب شوند؛ بنابراین صدایی که از رادیو پخش می‌شود باید به گونه‌ای باشد که بتواند در مقابل مجموعه عناصر مزاحم محیطی ایستادگی کند و حواس شنونده و مخاطب را به خود معطوف نماید که این کار بسیار مشکل است. در اینجا ما فارغ از تئوری‌هایی که عاقل گوش کردن به رادیو و یا استفاده از یک رسانه را تبیین می‌کنند، بیشتر دغدغه بررسی علل قطع ارتباط میان شنونده و رادیو هستیم. البته باید بپذیریم که از بین بردن تمام عناصر مزاحم خارجی که باعث قطع این ارتباطند، غیرممکن است؛ زیرا این عناصر نه در کنترل برنامه‌ساز به عنوان فرستنده پیام قرار دارند و نه در کنترل شنونده به عنوان دریافت‌کننده آن.

عناصر مزاحم خارجی در محیط ارتباطی را می‌توان از طریق مکتب فرایندی و تئوری‌های این مکتب با دقت بررسی کرد و برای کنترل این عوامل تا حد مقدور تدابیری اندیشید. برای مثال اگر نویز (Noise) صدا عامل قطع ارتباط باشد، یکی از عناصری است که باید در فرایند انتقال پیام منشا آن را جست‌وجو کرد. از قبیل اینکه منشا نویز ایجاد شده از فرستنده است، یا از نحوه ارسال انواع صوتی از محل استودیوی پخش تا فرستنده و یا از نحوه ضبط برنامه. بنابراین می‌توان با استفاده از مکتب فرایندی و تئوری‌های درون این حوزه، فرایند انتقال و ارسال پیام را بررسی کرد و هر جا که دچار اشکال بود، با رفع آن، ارسال و دریافت پیام را به روال عادی برگرداند و مانع از قطع ارتباط شد.

تفاوت‌های فرهنگی

مکتب دوم یا مکتب معناشناسی، ارتباط را تولید و مبادله معانی می‌داند. این مکتب به چگونگی تعامل پیام‌ها یا متن‌ها با مردم برای تولید معانی می‌پردازد؛ یعنی نقش متن‌ها را در فرهنگ‌ها بررسی می‌کند. این مکتب قطع ارتباط را ناشی از تفاوت‌های فرهنگی می‌داند که بین فرستنده و گیرنده پیام وجود دارد.

طبق نظریه این مکتب، برخلاف مکتب فرایندی، پیام چیزی نیست که از «الف» به «ب» ارسال شود، بلکه یکی از عناصر رابطه‌ای ساختمان است که سایر عناصرش عبارتند از، واقعیت

در رادیو متن مکتوب برای شنیده شدن نوشته می‌شود. یعنی هیچ نوع رابطه دیگری جز رابطه شنیداری بین گوینده و شنونده رادیو برقرار نیست. بر این اساس می‌توان گفت در تهیه متن رادیویی مخاطبان نیز نقش اساسی دارند.

بیرونی و تولیدکننده و شنونده تولید. در این مکتب برخلاف مکتب فرایندی، تأکید بر متن، جای خود را به تأکید بر نحوه (دیدن، شنیدن و خواندن) آن می‌دهد. مخاطب هنگامی به کشف معانی متن توفیق می‌یابد که بتواند با آن تعامل و توافق کند؛ این توافق هم وقتی صورت می‌گیرد که خواننده متن، برخی تجارب فرهنگی را در قالب رمزها و علائم سازنده به آن وارد کند. این امر نیز مستلزم درک مشترک از موضوع است. با این تفصیل می‌توان گفت در مکتب نظریه‌های معناشناختی ارتباطات، قطع ارتباط را ناشی از اشکالی در انتقال معنا می‌داند. با استفاده از این نظریه باید عناصری را که جنبه معناشناختی دارد و باعث قطع ارتباط رادیو با مخاطبانش می‌شود، از میان برداشت و از به وجود آمدن مجدد آنها جلوگیری کرد. عوامل معناشناختی که زمینه اصلی درک پیام‌ها هستند، در حوزه فرهنگ اجتماعی قرار می‌گیرند. به کاربردن واژه‌ها و کلمات و حتی ترکیب آنها در حوزه‌های مختلف فرهنگی معانی متفاوتی ایجاد می‌کنند که ممکن است برای مخاطب مفهوم و خوشایند باشند و یا نامفهوم و ناخوشایند. اکنون با توجه به سه عاملی که مفصلاً شرح دادیم (نوع و ماهیت رسانه، قواعد و اصول زبان‌شناختی و مخاطبان رسانه) و نوع تأثیر آنها را بر روی متن برنامه‌ها بررسی کردیم، می‌توان اصولی را مطرح کرد که مینا و پایه



اصلی یک متن مکتوب رادیویی قرار گیرند. پدیده است که با رعایت این اصول و توجه کافی به معیارهای چهارده گانه‌ای که در ابتدا بیان شد، می‌توان به یک متن قابل قبول رادیویی دست پیدا کرد. به نظر اینجانب نوشته‌ای که بدون رعایت این اصول و معیارها فراهم شده باشد، رادیویی نیست و به لحاظ معناشناختی در برقراری ارتباط پرروام با مخاطب با مشکل مواجه خواهد شد.

را تفسیرناپذیر و تلویزیون را تفسیرپذیر می‌بینم؛ زیرا برنامه‌ساز نمی‌تواند متن برنامه رادیویی را تفسیر کند، بلکه این مخاطب است که با تخیل خود آن را تفسیر می‌کند. اما مخاطبان متن یک برنامه



اصول نویسندگی برای رادیو

تفسیرناپذیر (Uninterpretable) اما تفسیرساز (Commentator)

بازها شنیده یا خوانده‌اید که رادیو رسانه‌ای تخیل زاسته؛ زیرا مخاطبان رادیو 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. اما در اینجا از واژه «تفسیرناپذیری» هم استفاده شده است. شما وقتی از تخیل‌پذیری و یا تفسیرسازی رادیو صحبت می‌کنید از دیدگاه یک مخاطب به این رسانه نگریسته‌اید و از این منظر است که رادیو را تخیل‌ساز می‌بینید. مک‌لوهان نیز از همین زاویه «رادیو را رسانه گرم و تلویزیون را رسانه سرد» می‌نامد؛ زیرا مخاطب رادیو در فهم برنامه‌های رادیویی مشارکت فعال دارد، درحالی که تلویزیون بدون مشارکت بیننده با بهره‌گیری از تصویر، صدا و یا حتی فقط به وسیله

تلویزیونی را از طریق نمادهایی دریافت می‌کند که تصویری‌اند و یا تفسیر خاصی که ناشی از ویژگی آن نمادهاست، همراهند. در این حال تهیه‌کننده نمی‌تواند تفسیر تصاویر ارسالی را تغییر دهد، مگر به کمک نمادهای دیگر. البته این نمادها نیز تفسیر آشکار و پنهان و خواسته و ناخواسته‌ای هستند که تهیه‌کننده نمی‌تواند تفسیر ذاتی آنها را تغییر دهد و مخاطب نیز ناگزیر از پذیرش تفسیر برخاسته از آن تصاویر است.

برای مثال یک خبر بسیار ساده را در نظر بگیرید که روزانه ممکن است. از طریق رادیو یا تلویزیون با آن مواجه شوید. دقت کافی در آن می‌تواند معنای تفسیرناپذیری رادیو و تفسیرگری تلویزیون را روشن کند. از این اصل می‌توان در تنظیم متن مکتوب و یا گفتار رادیویی استفاده زیادی برد. مثال زیر را به دقت بررسی کنید:

«فروزد در تصادف دو دستگاه وسیله نقلیه تعدادی از هم‌وطنان کشته شدند.»

تصور کنید این جمله فقط در بخش خبر رادیو شنیده می‌شود، بلکه ممکن است این جمله و یا جملاتی شبیه به آن در برنامه‌های رادیویی و یا در گفتار مجریان و گوینده‌های رادیو هم وجود داشته باشد. این جمله اگر از رادیو پخش شود، از قدرت تفسیرناپذیری بسیار زیادی برخوردار است؛ به همین سبب قدرت تفسیرسازی و یا تخیل‌زایی آن نیز در میان جامعه مخاطبان زیاد خواهد بود. این خبر از یک طرف به علت اهمیت و از طرف دیگر به سبب ابهامی

تهیه‌کننده، نویسنده و گوینده یا مجری می‌تواند خود را صاحب یک متن رادیویی بداند که به ضرورت حذف و یا اضافه کردن کلمات و عبارات جهت ابهام‌زایی پی برده باشد و این فن را در تهیه برنامه، در گفتار و یا در متنی که برای برنامه می‌نویسد، به کار گیرد.

نمادهای تصویری معنای لازم را به او منتقل می‌کند و مخاطب را از هرگونه فعالیتی برای درک معنا بی‌نیاز می‌سازد.

اما اگر از داخل رسانه به مخاطب نگاه کنیم، از این جهت رادیو

که برای مخاطبان دارد، ممکن است به تعداد مخاطبان، دارای تفسیرهای متفاوتی باشد. حتی ممکن است این چندگانگی برداشت‌ها از نتیجه نهایی و یا علت اصلی حادثه در طیف وسیعی قرار بگیرد که دو قطب آن یکی بی‌احتیاطی راننده و دیگری بی‌توجهی دولت به وظایفش باشد. هر چه از میزان تفسیرناپذیری این خبر کم شود، از میزان تفسیرسازی یا تحویل زایی آن نیز در میان آتیوه مخاطبانش کاسته خواهد شد. بنابراین توجه به اصل تفسیرناپذیری برنامه رادیو و متون مکتوب که بخش اعظمی از یک برنامه است، بسیار ضروری است. البته فعالیت مجریان و گوینده‌ها نیز بخشی از متن برنامه است و این اصل همواره باید مورد توجه آنها باشد؛ زیرا توجه و تسلط هوشیارانه به این اصل می‌تواند فعالیت‌های آنان را بسیار اثر بخش کند.

جمله خبری مذکور را با اصلاحاتی دوباره بررسی می‌کنیم: «دیروز در تصادف یک تریلی با یک سواری تعدادی از هم‌وطنان کشته شدند».

در اینجا به‌طور دقیق‌تری وضعیت تصادف روشن شده است و مخاطب نیاز به تفسیر آن ندارد. باز هم در صورت لزوم می‌توانیم خبر را واضح‌تر کنیم و با اضافه کردن کلمات یا عباراتی علت تصادف را هم ذکر کنیم مثلاً بگوییم: به علت خواب آلودگی راننده و...

مقصود از اصل تفسیرناپذیری و تفسیرسازی برنامه‌ها و از جمله متون مکتوب رادیویی این نیست که جملات نباید مبهم باشند. بلکه مراد این است که نویسنده، گوینده و یا تهیه‌کننده، آگاهانه باید از درجات گوناگون ابهام کلام یا متن استفاده کند و یا تهیه برخی کلید واژه‌های راهنما در آن، مخاطب را به سوی نتیجه و تفسیر خاصی هدایت کند. تجزیه و تحلیل اخبار برخی رادیوهای بیگانه که به زبان فارسی خبر بخش می‌کنند حاکی از به کارگیری آگاهانه برخی کلید واژه‌ها برای هدایت تفسیری یا تحلیلی مخاطبان به سمت هدف مورد نظرشان است. البته این توانایی حرفه‌ای و آگاهی نظری در همه این رادیوها وجود ندارد.

حال اگر همین خبر یا تکیه بر رویه تولید تلویزیونی، یعنی حضور با تصاویری از تصادف بخش شود بسیاری از ابهام‌هایی که در وهله نخست در رادیو وجود داشت به علت بخش تصویر در تلویزیون پهنده‌های تلویزیونی وجود ندارد. مثلاً نوع و جابجایی تکیه برای آنها مشخص می‌شود. نوع جلاده‌ای که در آن تصادف شده معلوم می‌شود که مثلاً پریچ و خم و کوهستانی است یا در دشت قرار دارد و صاف است. باریک است یا عرض کافی دارد. علت تصادف مثلاً ناشی از انحراف به چپ تریلی است. تعداد کشته‌شده‌ها نیز از باقی ماندن بعضی وسایل شخصی مانند کفش و لباس در صحنه

تصادف معلوم می‌شود. شدت حادثه را نیز از وضعیت ماشین‌ها در صحنه تصادف می‌توان فهمید.

نشان دادن وضعیت تردد در جاده می‌تواند بر تفسیر مخاطبان از کمک‌رسانی فوری به صدمه دیده‌ها تأثیر بگذارد.

رعایت دو اصل «تفسیرناپذیری در عین تفسیرسازی» و «تقطیع در عین پیوستگی» که از اصول نویسندگی برای رادیو محسوب می‌شوند، شما را دقیقاً در چارچوب یک متن رادیویی قرار می‌دهند؛ علاوه بر آن، توجه به معیارهای چهارده‌گانه، به شما اجازه می‌دهد تا متنی سلیس، روان و شایسته یک برنامه خوب رادیویی برای خودتان فراهم کنید.

از آثار فوری دیگری که ارسال تصاویر بر تفسیر مخاطب دارد به نحوه گردش دوربین تلویزیون در زوایای مختلف و میزان تأکید بروزی هر عنصر تصویری مربوط می‌شود. یعنی تلویزیون می‌تواند تفسیر جهت‌دار و اغراق‌آمیزی را از وضعیت‌های مختلف در ذهن مخاطب القا کند. از این جهت باید قدرت تحریف تلویزیون در تصویرگری آن و قدرت تحریف رادیو در ابهام‌زایی آن است. خلاصه کلام اینکه آن هنگام یک تهیه‌کننده، نویسنده و گوینده یا مجری می‌تواند خود را صاحب یک متن رادیویی بداند که به ضرورت حذف و یا اضافه کردن کلمات و عبارات جهت ابهام‌زایی بی‌برده باشد و این فن را در تهیه برنامه، در گفتار و یا در متنی که برای برنامه می‌نویسد، به کار گیرد.

اصل تقطیع (Separation) در عین پیوستگی (Continuity)

همان‌طور که در مباحث مقدماتی مطرح شد، رادیو به علت ویژگی‌های ذاتی و فواید زبان‌شناختی خود و همچنین شرایط محیطی مخاطبانش همواره با خطر قطع یا تضعیف ارتباط با آنها مواجه است؛ به طوری که باید احتمال قطع ارتباط مخاطب 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 برنامه و

نگاه کنیم و با این گونه برنامه‌ها را بازخوانی کنیم، درمی‌یابیم که متن این برنامه‌ها به یک مقاله علمی بیشتر شبیه است تا یک برنامه رادیویی؛ زیرا برنامه‌هایی از این دست ممکن است از محتوای بسیار خوبی برخوردار باشند اما چون از اصل قطع و پیوستگی پیروی نکرده‌اند، نمی‌توان آنها را در زمره برنامه‌های موفق رادیویی دانست. سختی نویسنده‌گی با تهیه‌کنندگی این نوع برنامه‌ها در این



است که یک موضوع واحد (مثلاً تاریخ معاصر) باید در یک برنامه به چندین بخش مستقل قطع شود و در عین حال روح پیوستگی در برنامه جاری باشد، ناپه‌طور منطقی این بخش‌ها بتوانند مطابق هدف برنامه به بررسی موضوع (مثلاً تاریخ معاصر) بپردازند. ارجاعاتی که در هر بخش به بخش‌های قبلی داده می‌شود بسیار مهم و تعیین‌کننده‌اند؛ زیرا موجب پیوستگی بخش‌های منقطع و مستقل برنامه بایکدیگر می‌شوند.

رعایت دو اصل «تفسیرناپذیری در عین تفسیرسازی» و «قطع در عین پیوستگی» که از اصول نویسنده‌گی برای رادیو محسوب می‌شوند، شمار دقیقاً در چارچوب یک متن رادیویی قرار می‌دهند؛ علاوه بر آن، توجه به معیارهای چهارده‌گانه‌ای که در ابتدا مطرح شد، به شما اجازه می‌دهد تا متنی سلیس، روان و شایسته یک برنامه خوب رادیویی برای خودتان فراهم کنید.

متن آن باید به گونه‌ای تهیه و یا نوشته شود که میزان این معضل به حداقل برسد و پا در صورت بروز آن به قدر کافی رضایت خاطر مخاطب جلب شده باشد. این اصل، شاید عمده‌ترین تفاوت مبتنی برنامه‌سازی رادیو نسبت به تلویزیون و یا دیگر رسانه‌ها باشد. تغییرات شدید محیط اجتماعی و فرهنگی و رقابت گسترده رسانه‌ای، توجه به اصل قطع در عین پیوستگی را بیش از پیش ضروری کرده است. متأسفانه در شبکه‌های رادیویی جمهوری اسلامی ایران هنوز بعضی همکاران با سابقه و حتی کم سابقه به برنامه‌ها و تأثیر آنها بر مخاطبان از منظر دهه ۷۰ میلادی و با حتی دهه ۶۰ و ۵۰ شمسی می‌نگرند. این نگاه افنی بزرگ در نحوه ساخت برنامه‌ها و تیوپ و تدوین آنهاست. دو اصل گفته شده، اهمیت و سختی برنامه‌سازی رادیو را کاملاً روشن می‌کند. همان طور که تصویر در تلویزیون، معنا و تفسیری را به مخاطب منتقل می‌کند که چاره‌ای در پذیرش آن ندارد، در رادیو کلام قدرت تفسیرسازی و تخیل را می‌تواند به مخاطب به وجود می‌آورد که خارج از اراده برنامه‌ساز است. از طرفی طبق اصل دوم از اصول نویسنده‌گی برای رادیو، برای حفظ ارتباط پیوسته و با مؤثر مخاطب با متون برنامه‌های رادیویی هر برنامه باید از بخش‌های کاملاً مستقل از حیث کلام و معنا و در عین حال پیوسته به سایر بخش‌های برنامه تشکیل شود. تصویر این اصل در برنامه‌های رادیویی که به شکل جنگ یا جنگواره است ساده می‌نماید، اما مقصود از این اصل بالاتر از این تصور ساده است؛ زیرا اگر این اصل در هر بخشی از این جنگواره رعایت نشود، با بروز کوتاه‌ترین قطع ارتباطی با مخاطب، معنای پیام و منظور برنامه‌ساز به مخاطب منتقل نخواهد شد و میزان رضایت او از برنامه به حداقل، کاهش خواهد یافت. همان طور که قبلاً گفته شد (نخست، ۱۳۸۱) یک برنامه رادیویی به بخش‌های مستقل چند دقیقه‌ای اما در عین حال متصل به هم تقسیم می‌شود. نویسنده‌گی برای رادیو از این جهت بسیار سخت است؛ زیرا برنامه‌ساز باید در هر بخش پنج تا هشت دقیقه‌ای پیام کاملی را برای مخاطب ارسال کند و در بخش‌های دیگر به همین ترتیب پیام‌های دیگری را بفرستد. در صورت رعایت اصل دوم، چنانچه در هر بخش ارتباط بین مخاطب و رادیو قطع شود، با برقراری مجدد ارتباط، درک کامل پیام در بخش دیگر میسر است. بنابراین رضایت خاطر شنونده بیشتر می‌شود و اشتیاق او به تداوم ارتباط فزونی می‌یابد. همان طور که گفته شد برنامه‌های جنگواره‌ای یا مجله‌ای راحت‌تر می‌توانند این اصل را رعایت کنند اما در برنامه‌های سیاسی، تاریخی یا مذهبی به خصوص هنگامی که در شکل ساده ارائه می‌شوند و سختی کار نویسنده‌گی و تهیه‌کنندگی چندین برابر است، اگر به متن مکتوب این نوع برنامه‌ها با دقت



منابع:
- نخست، حسن (۱۳۸۱)، در آمادی بر جامعه‌شناسی رادیو ویرایش دوم، تهران: تحقیق و توسعه سند.
- سپهری‌خواه، محمدمهدی (۱۳۸۱)، اسفند! لطفا همه با زبان معیار صحبت کنند. مجله رادیو، ۹۹: ۱۰۰-۹۹.

