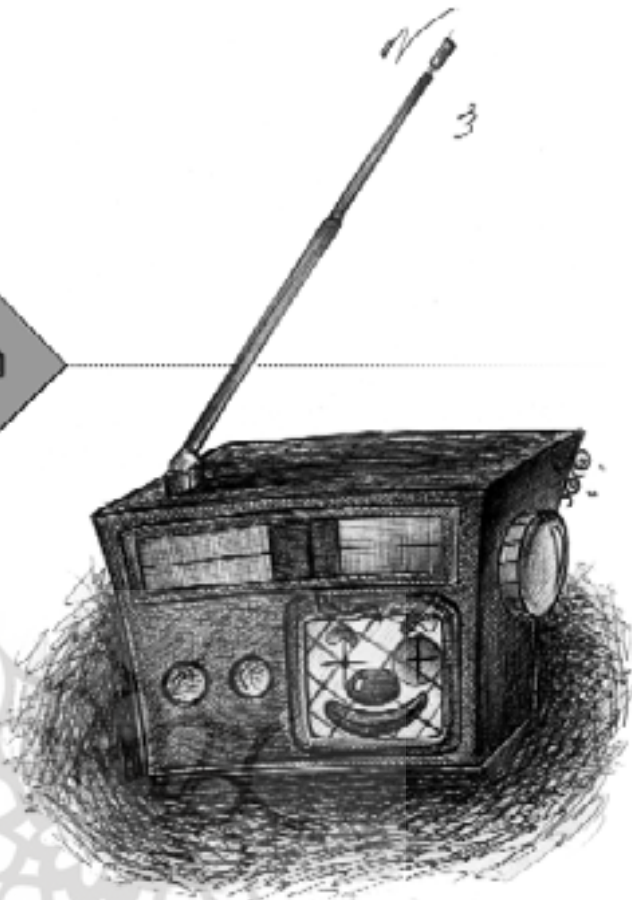


طنز در رادیو



● جنی روش
مترجم: معصومه امین

غار و غور معده و صدای جیر جیر کفش هایی که وزن آدم چاقی را تحمل می کنند، صدای دیرینگ دیرینگ، ترق و تروق، صدای شکستن حباب ها و تق و توق بازی یویو.

کوتاه بودن برنامه زمانی تولید: برنامه های رادیویی آسان تر و سریع تر ضبط می شوند و نیازی به برنامه ریزی زمانی برای مراحل پیش از تولید و هنگام تولید که در تلویزیون مرسوم است، نیست. اغلب دوره زمانی بین زمان پذیرش متن شما و زمان ضبط و پخش برنامه خیلی سریع می گذرد، گاهی فقط چند روز طول می کشد که نمایش از متن به اجرا درآید.

جایی برای آزمون و خطا: پایین بودن هزینه های تولید، رادیو را محل مناسبی برای آزمودن می سازد، در رادیو برای پذیرش متن بخت بیشتری وجود دارد. در رادیو می توان میزان پاسخگویی مخاطبان و محبوبیت نمایش در میان آنها را سنجید و اگر این میزان در حد بالایی باشد، نمایش به تلویزیون نیز راه پیدا می کند.

صمیمیت بیشتر: حرف زدن مستقیم با گوش شنونده در رادیو صمیمیت بیشتری را باعث می شود. اگر ضبط برنامه در حضور گروهی از تماشاگران حاضر در استودیو انجام شود، با صرف

مزیت های نگارش برای رادیو

تخیل بی حد و مرز: حسن بزرگ رادیو آن است که هر چیزی در آن امکان پذیر است. شما می توانید ماجرای داستان طنز خود را در هر جایی که بخواهید مثلاً یک کشور خارجی، درون فضاپیما، زیر دریا یا درون یک صدف قرار دهید. در رادیو می توان به اشیای بی جان صدا بخشید، گفت و گوی درونی فرد با خودش را شنید، به حیوانات ماهیت انسانی داد، به فضای ما- بعدالطبیعه، سوررئال و احساسات و تصاویر ضمیر ناخود آگاه صدا بخشید و نیز فراتر از ابعاد زمان و مکان حرکت کرد.

هزینه اندک تولید: رادیو شمارا از محدودیت های عملی و عینی که در سایر رسانه ها وجود دارد، می رهاوند. در رادیو می توان هزاران تماشاچی فوتبال را در یک جا جمع کرد، به آینده یا گذشته سفر کرد، و در عین حال هزینه های تولید را در کمترین حد ممکن نگه داشت. همه این کارها را می توان با جلوه های صوتی انجام داد. اگر سری به آرشیو جلوه های صوتی در رادیو بزنیم، می توانیم صداهای عجیب و غریب و ترسناک بسیاری را در آنجا پیدا کنیم نظیر صدای یک دارکوب الکترونیکی، صدای برخورد یک موجود فضایی با سر برج ناقوس کلیسا، صدای

دقت و ظرافت بیشتر در کار، می توان شنونده را نیز تبدیل به یکی از همین تماشاگران نمود.

ابزار خلاق نویسنده رادیو

شاید رادیو فاقد تصاویر یک رسانه دیداری باشد، اما در خلق تصاویر در ذهن شنونده بسیار قدرتمند است. اما مسئله این است که این تصاویر ذهنی چگونه خلق می شوند؟

ابزاری که نویسنده های رادیو در اختیار دارند بسیار اندک است اما بابه کارگیری مهارت و تخیل، باین ابزار اندک می توان آثار بزرگی خلق کرد. این ابزار عبارتند از موسیقی، جلوه های صوتی، سکوت و گفت و گو.

موسیقی

از موسیقی می توان برای ایجاد حال و هوا و فضای خاص یک نمایش کمندی بهره برد. برای ایجاد احساس دلهره، لودگی، دلتنگی، خوشحالی، غم و وحشت می توان از موسیقی به عنوان مکمل استفاده کرد یا این احساسات را با کاربرد موسیقی هجو کرد. البته به یاد داشته باشید که استفاده از هر قطعه موسیقی

نشده اند و نامفهوم اند، کنار گذاشت و خیلی خاص و بیش از حد نیز نباید به موسیقی پرداخت، یعنی بهتر است فقط نوع و سبک موسیقی را تعیین کنید نه آنکه یک قطعه خاص موسیقی را پیشنهاد دهید، مگر آنکه آن قطعه خاص برای نمایان کردن طنزی که در برنامه تان به کار برده اید خیلی حیاتی باشد. اگر یک قطعه خاص موسیقی را برای استفاده در برنامه تعیین می کنید، از این مسئله اطمینان حاصل کنید که آن قطعه به صورت ضبط شده در دسترس باشد.

جلوه های صوتی

جلوه های صوتی را باید به مقدار بسیار اندک و اثرگذار به کار برد. فقط جلوه های صوتی بسیار ضروری را در متن خود بگنجانید. مثلاً اگر شخصیت می خواهد چای درست کند، لازم نیست در متن خود تمام کنش های فردی او را برای این کار شرح دهید، فقط کافی است ذکر کنید، «جلوه صوتی: درست کردن چای».

برخی از جلوه های صوتی اگر به تنهایی به کار روند مبهم و غیرقابل شناسایی اند، نظیر صدای اسکی کردن روی برف یا صدای نشت گاز، بنابراین در اینجا لازم است که در میان

**حُسن بزرگ رادیو آن
است که هر چیزی در آن
امکان پذیر است. شما
می توانید ماجرای داستان
طنز خود را در هر جایی که
بخواهید مثلاً یک کشور
خارجی، درون فضاپیما، زیر
دریا یا درون یک صدف
قرار دهید**



هزینه ای را بابت حق تألیف اثر ایجاد می کند.

موسیقی همچنین ابزار مفیدی برای مشخص کردن زمان و مکان داستان نمایش است. مثلاً موسیقی سازهایی نظیر عود و هارپسیکورد برای معین کردن دوره زمانی حکومت الیزابت اول مناسب است، یا مارش عروسی فوراً زمان و مکان داستان نمایش را آشکار می سازد. همچنین با کاربرد صحیح موسیقی به عنوان ملودی آرم برنامه می توان طنز بودن یک مسابقه رادیویی را مشخص کرد.

بهتر است آن دسته از موسیقی هایی را که خوب ضبط

گفت و گوی شخصیت ها، بدون جلب توجه شنونده، این صداها را مشخص کرد.

صداهای مبهم یا پیچیده را شاید بتوان در آرشیو جلوه های صوتی پیدا کرد، اما همواره از خود بپرسید که آیا به کارگیری این صداها واقعاً ضروری است؟ آیا چیزی را به متن شما اضافه می کند؟ اگر چند متن نمایشی پیشنهادی از امتیاز برابر برخوردار باشند، بیشتر به آن متنی توجه می شود که ضبطش آسان تر باشد نه متنی که در آن جلوه های صوتی مشکل و پیچیده ای به کار گرفته شده است. دو نوع جلوه صوتی داریم:

-جلوه‌های صوتی پس زمینه که همراه با گفت و گو جریان دارند برای مشخص کردن و عمق بخشیدن به مکان نمایش مفیدند. جلوه‌های صوتی پرسروصدانظیر صدای زد و خورد در جنگ، باعث می‌شود گفت و گوی نمایشی تحت الشعاع قرار بگیرد، به همین سبب این جلوه‌های صوتی پس از ایجاد به تدریج محو می‌شوند، و صدای پس زمینه اندکی از آنها هنگام گفت و گو باقی می‌ماند.

-جلوه‌های صوتی که صداساز ایجاد می‌کند صداهایی تکی هستند و از میز صدا که صداساز عهده‌دار آن است تولید

نگارش گفت و گو برای رادیو نسبت به نگارش انواع گفت و گوهای دیگر باید با دقت بیشتری انجام شود و تکمیل کننده جلوه‌های صوتی و موسیقی در خلق محیط واقعی و آدم‌هایی که در آن به سر می‌برند، باشد

می‌شوند. اگر کسی در حین اجرا و ضبط نمایش زنگی را به صدا درآورد، بوق بزند و برای القای صدای آتش سوزی کاغذ مچاله کند و بادکنکی را بترکاند، صدای خلق شده طبیعی تر و تولید آن ساده تر و سریع تر است، تا اینکه بخواهیم این صداها را بعداً تولید و در مرحله تدوین به نمایش اضافه کنیم. البته آن دسته از جلوه‌های صوتی را که نمی‌توان بدین ترتیب ایجاد کرد نظیر صدای مرغ ماهیخوار برای تداعی موقعیت کنار ساحل دریا، یا صدای کوبیده شدن در زندان، در مرحله پس از ضبط گفت و گوی نمایش اضافه و تدوین می‌شوند.

سکوت

با نوشتن واژه (سکوت) در متن، از سکوت به عنوان بخشی از زمان بندی و ضرباهنگ طنز یا موقعیت نمایشی می‌توان بهره برد. اما سکوت به معنای پوچ و خالی بودن نیست. مثلاً انواع سکوت را که در اینجا فهرست شده اند در نظر بگیرید:

- سکوت به معنای «نظری ندارم».
- سکوت به معنای «سعی دارم بهانه یا توضیح مناسبی بیابم».
- سکوت به معنای گناهکار بودن.
- سکوت به معنای قرار گرفتن بر سر دوراهی «برد بدون باخت میسر نیست».
- سکوت به معنای «نمی‌دانم».
- سکوت به معنای «چطور بگویم»؟.
- سکوت به معنای «سعی دارم تصمیم مشکلی بگیرم».

در طنز نویسی و لطیفه گویی مهم آن است که بدانیم سکوت چطور و به وسیله چه کسی شکسته می‌شود، مگر آنکه سکوت به عنوان بخش پایانی لطیفه به کار رفته باشد که در این صورت بخشی از نتیجه آن لطیفه محسوب می‌شود. سکوت ابزار کارآمدی در تأثیر متقابل و تعامل میان شخصیت هاست.

سکوت به معنای واقعی کلمه، درنگ‌های کوتاه، مکث‌ها و تأکیدها، هیچ کدام در گفت و گوی شخصیت‌ها ضرباهنگ و ریتمی به وجود نمی‌آورند، در عین حال سکوت به معنای خلأ و تهی بودن نیست. این درنگ‌ها و سکوت‌ها در متن، یا از طریق علائم سجاوندی یا با نوشتن (مکث) یا کاربرد سه نقطه (...) باید مشخص شوند. مثلاً متن گفت و گوی مردی را در نظر بگیرید که با رئیسش به رستوران رفته و با پرداخت صورت حساب سعی دارد او را تحت تأثیر قرار دهد، تبادل گفت و گوی آنها بدین صورت خواهد بود:

رئیس: امیدوارم زیاد به خرج نیفتاده باشی!؟
مرد: نه، البته که نه. (مکث) ای وای، بیخشید آقای جانسون، فرد... متأسفم اما ممکنه شما... می‌شه به من... کمی پول قرض بدهید (تأکید) فکر کنم فراموش کردم کیف پولم را همراهم بیاورم. (سکوت)

گفت و گو

صرف نظر از نوع رسانه‌ای که برای آن مطلب می‌نویسید، گفت و گو باید واقع‌گرایانه به نظر برسد نه اینکه واقعی. گفت و گوی نمایشی باید نظیر گفت و گوهای معمولی باشد، اما بدون پراکنده‌گویی‌ها، گفتار با خود و حرف‌های نامربوط که مختص گفت و گوهای روزمره معمولی است.

هر گفت و گویی سه کارکرد دارد: آشکار کردن ویژگی‌های شخصیت، پیش بردن طرح داستانی و انتقال اطلاعات. اما در نگارش طنز گفت و گو باید کارکرد چهارمی نیز داشته باشد و آن ایجاد خنده است.

گفت و گو و شخصیت

اشتباه رایج در نگارش هر نوع گفت و گویی آن است که همه شخصیت‌ها به یک شیوه صحبت کنند، که معمولاً این شیوه همان شیوه سخن گفتن نویسنده است. هر کدام از شخصیت‌ها باید ضرباهنگ و الگوهای گفتاری مختص به خود را داشته باشند، به گونه‌ای که اگر نام آنها را از متن حذف کنیم، باز هم گفتار مربوط به هر یک از آنها مشخص باشد. هنگام نگارش گفت و گو همواره با خود صادق باشید و از خود بپرسید آیا این شخصیت در این موقعیت واقعاً همین حرف را خواهد گفت یا همین عمل را انجام خواهد داد؟

عوامل متعددی در تعیین نوع و سبک سخن گفتن



**رادیو شمارا از
محدودیت‌های عملی و عینی
که در سایر رسانه‌ها وجود
دارد، می‌رهاند. در رادیو
می‌توان هزاران تماشایی
فوتبال را در یک جا جمع کرد،
به آینده یا گذشته سفر کرد،
و در عین حال هزینه‌های
تولید را در کمترین حد ممکن
نگه داشت. همه این کارها را
می‌توان با جلوه‌های صوتی
انجام داد**

برد. مثلاً ممکن است شخصیتی بی‌وقفه و پشت سر هم کلمات یا عباراتی را تکرار کند، جملاتی را همیشه به شکل منفی شروع کند، دستور زبان غلطی را به کار ببرد، یا ضمیر «من» را مرتب تکرار کند. برای درک بهتر الگوهای گفتاری به صحبت‌های مردم در زندگی واقعی به دقت گوش بسپارید و نیز به برنامه‌های نمایشی رادیو گوش کنید و آثاری را که مختص رادیو نوشته شده‌اند بخوانید.

گفت و گو و توصیف

نگارش گفت و گو برای رادیو نسبت به نگارش انواع گفت- و گوهای دیگر باید با دقت بیشتری انجام شود و تکمیل‌کننده جلوه‌های صوتی و موسیقی در خلق محیط واقعی و آدم‌هایی که در آن به سر می‌برند، باشد. این کار باید بدون جلب توجه و ناپیوسته انجام شود.

اگر زمان داستان نمایش شب است، شخصیت‌ها را وادارید که راجع به ستاره‌ها حرف بزنند، اگر هوا سرد است، آنها را وادارید راجع به لباس و اینکه ای کاش جلیقه پشمی به تن کرده بودند حرف بزنند، اگر زن زیبایی در نمایش حضور دارد، شخصیتی را وادارید که زیبایی او را توصیف کند. در هر حال، تمهیدی بیابید که برای طبیعی جلوه دادن حضور و نحوه سخن

شخصیت وجود دارد. سن، طبقه اجتماعی، جنس، زمینه‌های اجتماعی، تحصیلات، هوش و محل زندگی، همگی بر الگوهای گفتاری شخصیت و واژگانی که به کار می‌برد و موضوعاتی که برای صحبت انتخاب می‌کند، اثر گذارند. ویژگی‌های شخصیت نیز بر نحوه گفت و گوی او اثر می‌گذارد، مثلاً اینکه آیا او آدمی شاد و خوش مشرب است یا آدمی بددل، متعصب، بدبین، از خود مطمئن، ترسو، از خود راضی یا متواضع است.

- فرامتن، انسان‌ها از انواع ترفندها استفاده می‌کنند، از صحبت کردن راجع به موضوعات خاص اجتناب می‌کنند، دروغ می‌گویند، فریب می‌دهند، وانمود می‌کنند، احساسات حقیقی خود را پنهان می‌کنند، زبان خود را تغییر می‌دهند، و خلاصه از هر نوع حيله و ترفند رفتاری بهره می‌گیرند تا مقصود اصلی سخن خود را پنهان سازند. در واقع، در ورای واژگانی که بیان می‌شوند همواره فرامتنی پنهان است.

شخصیت‌های نمایشی داستان خود را خوب بشناسید تا بفهمید چه فکری در سر دارند و چه سخنی بر لب.

- الگوهای گفتاری، الگوهای گفتاری متمایز نه تنها به گفت و گوی شخصیت‌ها فرودیت می‌بخشد، بلکه می‌توان از این الگوها به عنوان تکیه کلام خاص هر یک از شخصیت‌ها سود

گفتن شخصیت در یک موقعیت به کار آید، و نیز کنش نمایشی را به پیش براند.

لهجه محلی و لهجه اجتماعی

- لهجه اجتماعی، شیوه تلفظ و آهنگ کلام که خاص یک کشور، بخشی از یک کشور، شهر یا خاص یک فرد باشد. لهجه محلی، لحن گفتاری، اصطلاحات، لهجه و واژگان که خاص یک منطقه یا یک گروه اجتماعی باشد؛ به عبارت دیگر زبان بومی.

اگر از شما خواسته شود که متنی را با لهجه خاص اهالی یک منطقه بنویسید، شاید بتوانید طوری سر و ته قضیه را به هم آورید، اما متن شما از وحدت و واژگان، ساختار جملات و آهنگ گفتار یک سخن گوی واقعی برخوردار نخواهد بود. لهجه اجتماعی یا لهجه محلی را فقط در صورتی به کار ببرید که بتوانید به آن اصالت ببخشید. تحقیق و جست و جو در این کار به شما کمک می کند تا گویش صحیح را پیدا کنید یا اینکه می توانید از کسی که با لهجه مورد نظر شما آشناست بخواهید به شما کمک کند.

بهتر است لهجه بومی را کم و فقط با واژه یا عبارت هر از گاهی به کار برد تا کمی حال و هوای متن را عوض کرد. معنای اصطلاحات غیر معمول در متن باید از فحوای کلام شخصیت ها واضح و مشخص باشد. مشخص کردن لهجه از طریق کاربرد علایم آواشناسی، خواندن آن را برای بازیگر مشکل می سازد، پس بهتر است به ساختار جملات و سیمای نگارش تکیه کرد و از این طریق لهجه را مشخص ساخت.

نکاتی چند درباره گفت و گو

- از زبان شکسته استفاده کنید، همان زبانی که مردم در گفتار عادی خود به کار می برند، متنی را که نوشته اید به صدای بلند بخوانید و به صدای خود گوش کنید، ببینید خودتان چگونه کلمات را ادا می کنید. روش بهتر آن است که صدای خود را ضبط کنید یا از دوستی بخواهید که آن را به صدای بلند بخواند. - گفت و گو باید به گونه ای باشد که بتوان آن را بیان کرد، بنابراین باید از زبان پرمغله و پرپیچ و تاب و کلماتی که تلفظشان مشکل است یا باعث صغیری شدن صدا می شود پرهیز کنید.

- واژه های پوچ و بی معنا را به کار نبرید. - زبان ادبی و پر از استعاره و تشبیه مناسب نگارش گفت و گوهای نمایشی نیست، مگر آنکه این نوع حرف زدن ویژگی خاص شخصیت باشد.

- جملات کوتاه از صحبت های طولانی و بی سر و ته بهتر است. با این همه سعی کنید زیاد از حد سر و ته حرف ها را نزنید و به اصطلاح آنها را منته نکیند.

- همواره با در نظر گرفتن ضرباهنگ و ریتم، مدت

گفت و گوها را تغییر دهید.

- از گفت و گوی به اصطلاح پینگ پونگی پرهیز کنید که در آن جملات خیلی کوتاه مثل توپ پینگ پونگ از یک طرف به طرف دیگر گفت و گو رد و بدل می شود، مگر آنکه از این کار هدف خاصی داشته باشید.

- در اکثر مبادلات کلامی سلسله مراتبی از لحاظ قدرت سخن گویان وجود دارد. ببینید چه کسی در گفت و گو غالب است و اینکه آیا این غلبه را به واسطه موقعیت یا شخصیت خود به دست آورده است. این نکته را نیز در نظر بگیرید که چه کسی گفت و گو را هدایت و مطالب مطرح در آن را تعیین می کند.

- از اسامی شخصیت ها برای هویت بخشیدن به افراد در نمایش طنز یا یک صحنه نمایشی استفاده می شود. از آنجایی که مادر زندگی واقعی مرتباً به اسامی افراد اشاره نمی کنیم، راه حل مشکل طبیعی جلوه دادن صدا زدن نام شخصیت ها در یک صحنه نمایشی آن است که مثلاً شخصیت را در میان گروهی از افراد قرار دهیم و یکی از میان آنها بخواهد با شخص دیگری صحبت کند و او را به نام بخواند.

- بین صداهای گوناگون حاصل از گفت و گو، موسیقی، جلوه های صوتی و سکوت، هماهنگی ایجاد کنید.

نکات کلی

- اگر تعداد شخصیت ها در یک صحنه زیاد باشد، برای شنونده آسان نخواهد بود که صدای آنها را در صحنه دنبال کند.

- مراقب باشید که با سکوت یکی از شخصیت ها در صحنه باعث ناپدید و فراموش شدن وی نشوید. زیرا در این صورت شنونده نیز حضور او را فراموش می کند.

- طول سکانس ها، تعداد افراد حاضر در صحنه، ضرباهنگ گفت و گو، کوتاه و بلندی صدا و موقعیت نمایشی باید متغیر باشد. از سوی دیگر، اگر متن طنز نمایشی شما زیاد از حد شلوغ باشد از نظم و ترتیب لازم خود خارج می شود. حفظ وحدت و یکپارچگی زمان، مکان و کنش نمایشی کمک می کند تا طنز نمایشی از کانون توجه بهتری برخوردار باشد.

شیوه های قالب بندی نمایش های کوتاه طنز رادیویی

در آغاز نمایش کوتاه طنز، هدف آن است تا جایی که امکان دارد طبیعی تر و سریع تر مشخص کنیم که این نمایش درباره چه کسی یا چه چیزی است و نمایش در چه موقعیتی شکل می گیرد. اجازه دهید به چند نمونه نگاهی بیندازیم.

تلفن

جلوه صوتی: تلفن زنگ می زند.

نفر اول: سلام، جناب آقای رئیس جمهور.
تلفن امکان آسانی است و به نوعی کلیشه محسوب می-
شود. در صورت استفاده از این ابزار، سعی کنید وجود آن را
طبیعی جلوه دهید.

قالب‌های آشنا

برای هجو یک فیلم، برنامه تلویزیونی، آگهی و غیره در یک
برنامه طنز لازم است از تیتراژ ابتدایی آنها برای معرفی‌شان
استفاده کنید (البته با پرداخت حق مؤلف) یا می‌توانید با چیزی
شبهه سبک و حال و هوای آنها شروع کنید که همچون تیتراژ
راه‌های خوبی برای شناسایی باشد.

جلوه‌های صوتی

جلوه صوتی: صدای سوت کشتی، صدای تلاطم دریای
خروشان
صدای سوت کشتی موقعیت بارانداز را تداعی می‌کند، اما
همراه شدن صدای تلاطم امواج دریا با آن مشخص می‌کند که
کشتی در حال حرکت است و ماروی آن هستیم.

جلوه صوتی و گفت‌وگو

جلوه صوتی: صدای زنگ اخبار
نفر اول: مریض بعدی لطفاً!

جلوه صوتی: صدای کوبیدن چکش بر روی میز
نفر اول: زندانی به جایگاه برود.

در هر دو ساختار صوتی فوق، مابلافاصله می‌فهمیم که کجا
هستیم، چه کسی حرف می‌زند و نشانه‌هایی در مورد موضوع
نمایش داریم. در هر دو ساختار از صداهای طبیعی و
گفت‌وگوها در موقعیت‌های واقعی استفاده شده است.

کاربایی در حیطه طنز رادیویی

صاحبان ایستگاه‌های رادیویی محلی و مستقل بسیار مشتاقند
که با پخش نمایش‌های کوتاه طنز، داستان‌های کوتاه و
لطیفه‌های باب روز، شنونده‌های خود را سرگرم سازند و آنها را
وادارند که درباره برنامه‌های طنز رادیو اظهار نظر کنند، یا اینکه با
اختصاص بخشی از برنامه‌های خود به شنونده‌ها، به آنها
فرصت می‌دهند تا اگر طنزی را برای اجرا آماده دارند، ارائه
دهند. اما رادیوی محلی جایی نیست که با این گونه فرصت‌ها
برای نگارش طنز پولی به دست آورید.

شبکه‌های رادیویی دیگری نیز هست که می‌توانید در آنها
فرصت‌هایی را برای نگارش مجموعه‌های طنز، نمایش‌های
طنز، جنگ‌های شادی متشکل از نمایش‌های کوتاه طنز و انواع
دیگر جنگ‌های شادی و سرگرمی بیابید. در برخی از جنگ‌های
شادی که از نمایش‌های کوتاه طنز تشکیل شده‌اند، متن‌های



ابزاری که نویسندگان رادیو در
اختیار دارند بسیار اندک است اما با
به کارگیری مهارت و تخیل، با این
ابزار اندک می‌توان آثار بزرگی
خلق کرد. این ابزار عبارتند از
موسیقی، جلوه‌های صوتی، سکوت
و گفت‌وگو

ارسالی و سفارش نشده پذیرفته می‌شوند، شبکه جهانی BBC نیز همه ساله فرصت‌هایی را در سطح جهان برای نویسنده‌ها فراهم می‌آورد.

طراحی متن طنز رادیویی

در طراحی متن‌های طنز رادیویی نکات زیر را به خاطر داشته باشید:

- متن مربوط به یک شخصیت را در بیش از یک صفحه ادامه ندهید. اگر این کار امکان‌پذیر نبود، برای پرهیز از پاره شدن رشته سخن در انتهای صفحه عبارت (ادامه دارد) را ذکر کنید و صفحه بعدی را با عبارت (ادامه می‌دهد) شروع کنید: سوزان: (ادامه می‌دهد).

- فقط دستورات ضروری را به بازیگران بدهید. از فحوای خود متن معلوم است که بازیگر نقش خود را چگونه باید اجرا کند.

شخصیت‌های نمایشی داستان خود را، خوب بشناسید تا بفهمید چه فکری در سر دارند و چه سخنی بر لب. به برنامه‌های نمایشی رادیو گوش کنید و آثاری را که مختص رادیو نوشته شده‌اند بخوانید

- از راهنمایی‌هایی که در متن‌های تلویزیونی می‌آید نظیر «روی کاناپه ولو شده و چای می‌نوشد و محو تماشای عکسی است»، استفاده نکنید.

- به همین منوال، حالت‌های چهره و حرکات دست و صورت را که نمی‌توان در رادیو نشان داد، به خاطر داشته باشید. وضوح و روشنی ضروری‌ترین ویژگی هر نوع متنی است و برای همین بین گفتار شخصیت‌ها و متن‌های توصیفی باید فاصله‌ای باشد تا از هم متمایز شوند. زمان اجرای یک صفحه متن تقریباً برابر با یک دقیقه باید باشد.

طراحی متن نمایش کوتاه طنز رادیویی

نفر اول: خوب، پس گفت و گو یعنی همین، آره؟
نفر دوم: بله، گفت و گوی بین دو نفر با فاصله یک سطر از هم و حروف ریزتر می‌آید، برعکس نام شخصیت‌ها که در سمت راست و با حروف درشت‌تر می‌آید، تقریباً چیزی شبیه همین گفت و گوی میان ما.

جلوه صوتی: صدای کندن خیابان با مته برقی، صدا ابتدا بلند است و سپس به صورت زیر صداست.

نفر اول: این صدا چه طور به اینجا رسید؟
نفر دوم: این جلوه صوتی است. این صدا زیر صدای گفت و گوی ما پخش می‌شود تا صدای ما شنیده شود.

نفر اول: این صدا چه طور قطع می‌شود؟

جلوه صوتی: دستگاه خاموش می‌شود.

نفر دوم: این جوری.

نفر اول: خیلی کلکی تو. خب از موسیقی چه طور استفاده می‌شه؟

موسیقی: ترانه کریسمس سفید با صدای بینگ کروسبی.

نفر دوم: (پخش موسیقی زیر صدا) به همین راحتی، کاری نداره.

نفر اول: (پخش موسیقی زیر صدا) چرا صدای موسیقی قطع نمی‌شه؟

نفر دوم: (پخش موسیقی زیر صدا)، لابد یکی از اون تکنو مخ‌ها یا به اصطلاح تکنسین‌های صدا سر جاش بند نیست و داره می‌رقصه و صدای ما همچنان روی موسیقی پخش می‌شه.
نفر اول: (پخش موسیقی زیر صدا) به همین سادگی!

طراحی متن نمایش کوتاه طنز رادیویی (ادامه)

موسیقی: قطع می‌شود.

نفر اول: تازه الان لم کار دستم اومده.

جلوه صوتی: تلفن زنگ می‌زند.

نفر اول: این حتماً یکی از تهیه‌کننده‌های هالیووده. الو.

نفر سوم: (از تلفن) اینجا ویندوز آلفابتاست، می‌خواستم توجه شما را جلب کنم به...

جلوه صوتی: تلفن قطع می‌شود.

نفر دوم: فکر می‌کنی هنوز هم خیلی روشناسی، آره؟

نفر اول: ای ناقلا، چرا این صدا با صدای معمولی فرق داشت، این شماره‌های سمت راست متن برای چیه؟

نفر دوم: (از تلفن) این صدا به ما می‌گه که اون تکنومخ صدا رو دست کاری کرده، طوری که ما فکر کنیم صدا از گوشی تلفن، بلندگو، یا چیز دیگری می‌آد. شماره‌ها هم برای اینه که هر کسی بتواند راحت و سریع به متن خودش رجوع کنه.

نفر اول: معلوم می‌شه که کارت درسته. اما این سؤال‌ها رو هم می‌تونن جواب بدی چرا هر نمایش طنز رادیویی باید عنوان داشته باشه، چرا هر صفحه شماره داشته باشه و متن گفت و گوی یک نفر نباید از انتهای یک صفحه به صفحه بعد ادامه پیدا کنه؟

نفر دوم: تو مثل اینکه اصلاً حواست نیست، وقتمون تموم شده.

منبع:

- روش، جنی. (زیر چاپ). نگارش کم‌دی. (ترجمه معصومه امین). تهران: قاب. (تاریخ انتشار به زبان اصلی ۲۰۰۲).

