تجربه‌های برنامه سازی در ایران- ۱

اصول سه‌گانه ارسطو و برنامه سازی رادیویی

طاهره‌السادات هاشمی

تحقیق و توسعه صدا

اصول سه‌گانهٔ ارسطو و برنامه‌سازی رادیویی

طاهره‌السادات هاشمی

تحقیق و توسعه صدا

شهریور ۱۳۸۰

تهران

فهرست مطالب

پیش‌گفتار ۱
مقدمه ۱
اصول سه‌گانهٔ ارسطو ۷
انسجام ۱۱
هماهنگی ۳۳
درخشش ۳۹
منابع و مآخذ ۴۹

فهرست مطالب

پیش‌گفتار ۱
مقدمه ۱
اصول سه‌گانهٔ ارسطو ۷
انسجام ۷
هماهنگی ۹
درخشش ۹
انسجام ۱۱
پیش از طرح ۱۲
طرح ۱۵
آرم برنامه ۲۲
آغاز ۲۴
میانه ۲۶
پایان ۲۸
هماهنگی ۳۳
درخشش ۳۹
ماهیت کلام ۴۰
شیوه‌های وصف ۴۳
توصیف ۴۳
گزارش ۴۴
روایت ۴۵
مباحثه ۴۶
تتمه ۴۷
منابع و مآخذ ۴۹

پیش‌گفتار

در مثل که مناقشه نیست، بنابر این اجازه بدهید با یک ضرب المثل آمریکایی آغاز کنیم: اینکه سگی پای مردی راگاز بگیرد خبر نیست، وقتی مردی پای سگی راگاز بگیرد یک خبر یا یک سوژه به دست آمده است!

بنابراین وقتی قرار است پای تبلیغ در میان باشد، باید از بروز ضایعه‌ای مثل یکنواختی و عدم جذابیت به شدت جلوگیری کرد؛ لیکن اسباب تأسف اینجاست که ما تازه باید از خود سؤال کنیم که آیا اصلاً پای تبلیغ و اشاعهٔ تفکر در میان هست یا نه؟!

در این عصر پر آشوب که روان آدمی، فرهنگ، اندیشه و هنر و حتی موجودیت او تحت تأثیر فشار تنوع رو به زاید رسانه‌هاست آیا وقت آن نیست که ما با ایجاد تنوع و نوآوری بطور جدی پای تبلیغ را به میان بکشانیم؟

و اما در این مجال، تذکار چند نکته برای برنامه ساز ضروری به نظر می‌رسد:

ـ یک برنامه‌ی رادیویی یا تلویزیونی را به مراتب سریع‌تر و آسان‌تر از یک روزنامه می‌توان پخش کرد. وقتی مطلبی از رادیو یا تلویزیون پخش شد در یک لحظه، در همه جا گسترده می‌شود ولی بعد به گونه‌ای ناپایدار و فرار، از اذهان می‌گریزید مگر آنکه با عنصر خلاقیت همراه باشد. یک برنامه آنقدر باید هیجان برانگیز باشد که بسادگی با احساس مخاطب در آمیزد.

ـ رادیو و تلویزیون می‌توانند ضمن ارتقای اطلاعات، دانش‌ها و احیاء فرهنگ و اندیشه، حتی به نوعی به «روان درمانی» مخاطبانشان بپردازند و آنان را از برخی عقده‌های حاصل از محرومیت برهانند و این همان اصل مهم ارسطویی به نام «کثارسیس» است که در منطق ادبیات مورد بحث قرار می‌گیرد و ما در صفحات بعد از آن یاد خواهیم کرد.

ـ برای مخاطبان رادیو، تلویزیون و مطبوعات، شنیدن، دیدن و مطالعه نوعی ارتباط و مکالمه با جهان است. این ارتباط منجر به شکستن انزوای شخص می‌شود و احساس اشتراک با جامعه را در او زنده می‌کند.

ـ متأسفانه در ایران، رسانه‌ها بویژه تلویزیون در این سال‌ها در ساخت و تهیه فیلم‌ها و سریال‌ها و بطور کلی برنامه‌ها بگونه‌ای پیش رفته‌اند که مخاطبان به لحاظ فرهنگی و سطح آگاهی و بینش، بسیار کم اطلاع و آسان‌پذیر بار آمده‌اند. و این بی تردید یک آسیب شدید روانی و فرهنگی است.

ـ یکی دیگر از خدمات رسانه‌ها، یاری دادن به مخاطبان در جهت تنظیم بهتر اوقات و برنامه‌ریزی زندگی روزانه و فعالیت‌های شخصی است و در جامعه ما که شرایط زندگی روز به روز روابط فرد و اجتماع را پیچیده‌تر می‌سازد، این خدمات بسیار مهم و اساسی است. متأسفانه در رادیوی ما هماهنگی و توازن و ترتیب و توالی شبکه‌ها و برنامه‌ها در هر ۲۴ ساعت به گونه‌ای نیست که الگوی صحیح و مشخصی به شنوندگان ارائه شود.

ـ امروزه رسانه‌ها باید پیش از آنکه منعکس کننده‌ی سلیقه و عقیده‌ی برنامه ساز یا نویسنده باشند باید عهده دار بازتاب افکار، سلیقه‌ها و علایق مخاطبانشان باشند تا قدرت نفوذ بیابند. بنابراین نویسندگان و برنامه‌سازان، ناگزیر از صرف تلاشی مداوم‌اند تا بتوانند خود را با دگرگونی‌های شیوه‌ی زندگی مخاطبان هماهنگ سازند و برای عقب نماندن از این سیر تحول و بویژه در جهت ارضای کنجکاوی‌های جدید و روز افزون، باید در ساخت و ارائه‌ی برنامه‌ها و طرح‌های نو بکوشند.

ـ رادیو و تلویزیون امتیاز پخش و نشر انحصاری اخبار را از مطبوعات می‌گیرند؛ بویژه

آنکه برای نشر برخی از رویدادها (مانند مسابقات ورزشی و مراسم و آیین‌های مختلف کشوری) نیز مجهزترند و نیز می‌توانند اوقات فراغتی را که صرف مطالعه یا امور دیگر می‌شوند به انحصار خود در آورند. برنامه‌ساز باید این امکان را در نظر بگیرد و به ابعاد وسیع بازتاب کار خود بیندیشد.

به هر روی هنوز هم علیرغم جذابیت‌های سینما و تلویزیون، رادیو مقام خاص فرهنگی خود را داراست و بنابراین باید بتواند نیروهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را در مجرای صحیح خود سوق دهد.

به قول تی.اس.الیوت: «قوانین ادبی موجود، مجموعه‌ای بسته نیست و آثار جدید پیوسته می‌آیند و تفسیر و نقد، درباره‌ی آنها بسط و گسترش می‌یابد»، امید داریم پژوهشگران ما نیز با تکیه بر استانداردهای ادبی و خلاقیت‌های هنری به معیارها و نظام‌های اصولی‌تر و دقیق‌تری دست‌یابند.

به هر روی این رسالهٔ کوچک در سال ۱۳۷۳ به نگارش درآمد. اما عرضه و انتشار آن به تعویق افتاد، اینک از ادارهٔ کل تحقیق و توسعهٔ صدا که صمیمانه، زحمت خواندن و نشر آن را بعهده گرفتند سپاسگزارم. هر چند شاید دیر است ولیکن مدیریت جدید این اداره، بر آن است که پژوهشگران و برنامه‌سازان علاقمند را به تحقیق و پژوهش و نگارش آراء و دیدگاهایشان ترغیب و حتی یاری کند و ما فقط امیدواریم این مدیریت حداقل چند سالی باقی بماند!

طاهره‌السادات هاشمی
تابستان ۸۰

مقدمه

این رساله بحثی است پیرامون **اصول برنامه‌سازی در رادیو** بر اساس پژوهش‌های ادبی و آکادمیک. البته پرداختن به راه‌های گوناگون در کسب و ایجاد خلاقیت در برنامه سازی، بر پایه‌ی اصول نقد ادبی، یک مقوله‌ی نوین نیست هر چند که در ایران، مانند بسیاری از محدودیت‌هایی که در حوزه‌ی نقد ادبی وجود دارد؛ شکل غریب و تازه‌ای به نظر می‌رسد! ولی صاحبان بزرگ‌ترین فرستنده‌های رادیویی و تلویزیونی جهان[1]، اساس کارشان را بر استانداردهای ادبی استوار ساخته‌اند.

در این مختصر سعی بر آن است تا حتی المقدور با پیمودن مسیری معین، از وارد شدن در مقولات پیچیده و دشوار نقد ادبی اجتناب شود ولی از همین ابتدا باید خاطر جمع بود که قضاوت‌ها و استخراج اصول و نکاتی از تجارب ادبی برای برنامه‌سازی، یک امر ذوقی نیست و بی‌تردید ما به یکی از حوزه‌های دانش و اندیشه وارد شده‌ایم. (چنانچه از همان آغاز نیز، ارسطو به عنوان یک اندیشمند فلسفه‌دان، ادبیات را در ابواب منطقی طبقه‌بندی کرد) از سوی دیگر هر کاری که به نوعی با ابزار بیان و گفتار، وارد حوزه‌ی تأثیر و تأثر می‌شود وارد قلمرو ادبیات گردیده است.

بنابراین اجازه بدهید اثبات این نکته را که برنامه‌ی رادیویی نیز می‌تواند یک اثر ادبی

تلقی شود منتفی بدانیم. بحث در این است که چگونه می‌توان یک برنامه‌ی رادیویی را وارد حوزه‌ی تأثیر و تأثر کرد آنچنان که یک «اثر» تلقی شود. ارسطو در **فن شعر** بـا مـنطقی فلسفی شرح می‌دهد که چگونه **تراژدی** به عنوان یک نوع ادبی بر سراسر موجودیت روانی ما تأثیر می‌گذارد و ما می‌خواهیم با بررسی دیدگاه‌های او و دیگران در این باره استنباط کنیم که چگونه می‌توان اثرات مشابه این تأثیر را در کارمان پدید بیاوریم.

گراهام هوف می‌نویسد [۲]:

«ارزش یک اثر ادبی، در نهایت به وسیله‌ی سهیم بودن آن در تجربه انسانی و به طور کـلی پـرورش اخـلاقی وی و پـیشرفت اجـتماعی یـا تـاریخی، مـورد قـضاوت قـرار می‌گیرد.»

یک برنامه‌ی رادیویی نیز به عنوان یک اثر ادبی باید واجد چنین شرایطی گردد تا به عنوان یک ارزش، مورد قضاوت قرار گیرد.

و اما آنچه در این مختصر خواهد آمد، مبتنی است بر نقد ادوار ادبی در اروپا[۳]، و این البته نه به آن معناست که ادبیات غنی ایران، فاقد نظام پذیری در ارائه‌ی نظریاتی بـرای تطبیق و ارزش گذاری است، بلکه متأسفانه بیانگر این حقیقت تلخ است که نقد ادبیات ایرانی در گذشته و حال از سوی ادیبان و پژوهش‌گران، جدی تلقی نشده است و در حالی که موازین ادبیات اروپایی و حتی آمریکایی ـ که ادبیاتی بی‌قدمت و بی‌پیشینه‌ی غـنی تاریخی است ـ با دقت تدوین و بررسی گردیده، ما هنوز یک سبک شناسی مدون از آثار ادبی مان در دست نداریم.

بی‌تردید، برای پی بردن به اهمیت و ارزش رسالتی که بر دوش داریم، باید انـدکی ژرف‌تر به تجزیه و تحلیل بپردازیم.

شاید اگر باور کنیم که از میان سه نوع حکمتی[۴] که علمای فلسفه برای حیات بشر برشمرده‌اند، سومین آن رسالت ماست، حوصله‌ی آن را داشته باشیم که چند خطی از افکار

ارسطو را مرور کنیم.

ارسطو بعد از ذکر دو نوع حکمت نظری و عملی، نوع سومی را نیز برشمرده که عبارت است از حکمت ابداعی که وی آن را حکمت شعری نیز نامیده است. هر چند وی در باب این سومین حکمت، با دقت و تفصیلی که درباره‌ی دو نوع دیگر، تحقیق و تأمل کرده، وارد بحث نشده، اما به هر تقدیر این طرز نگرش و تلقی او از ابداع و هنر، حاکی از اهمیت آفرینش‌های هنری در مجموعه‌ی نظام فلسفی اوست. تاریخ نیز نشان داده است که ابداع هنری، بسیار عمیق‌تر و پر جاذبه‌تر از اندیشه و فلسفه، بشر را تحت تأثیر خود قرار داده است.

ارسطو معتقد است: تراژدی با تصویر و القای هراس و شفقت، روح را تزکیه می‌کند و بدان آرامش می‌بخشد. این تلقی ارسطو از تراژدی نشان‌گر میزان تأثیر شعر و هنر است. بنابر این همین اندازه، کافی است که به قطع و یقین بدانیم، کار ما تحت تأثیر قرار دادن مخاطبی است که چه بسا هیچگاه فرصت اندیشیدن و تعقل نیافته و حالا قرار بر این است با ابزاری که هنر و ابداع در اختیارمان قرار می‌دهد او را بی آنکه از استهلاک خشک عقلانی آزرده گردد، وارد عرصه‌ی آگاهی کنیم.

و اما در حال حاضر برای ما یک نکته‌ی اساسی وجود دارد که شاید بهتر باشد ادب به خرج داده و صریح نگوییم و پای حافظ شیراز را به معرکه بکشانیم که:

نه هر که چهره برافروخت دلبری داند نه هر که آیینه سازد سکندری داند

و این دلبری و سکندری نه کار هر کسی است، پیش از آنکه در جستجوی معیارها و راه‌هایی برای «برنامه سازی» باشیم آیا بهتر نیست که جویای «برنامه ساز» باشیم؟! کسی که ایمان دارد کار او ساختن و پرداختن و آفرینش جهانی است که باید اعتقادات و یافته‌هایش را از طریق آن متجلی سازد ... کسی که بتواند لااقل در ساعات کار، غمِ نان را به فراموشی بسپارد!

بسیار اسباب تأسف است که در ایران چنین سخنانی شعار تلقی می‌شود و شگفت آنکه

اهالی کفر مانند انگلیس و آمریکا و فرانسه و امثالهم، هنرمندانشان به هر قیمتی شده عشق را بر نان ترجیح می‌دهند و ما در بیوگرافی هیچکدامشان نمی‌توانیم ثروت باد آورده‌ای را بیابیم، وقتی که از آلدس‌هاکسلی رمان نویس معاصر و مشهور انگلیسی پرسیدند: الان چه می‌نویسید؟ گفت[۵]:

«الان دارم داستانی تقریباً منحصر به فرد می‌نویسم، کتاب درباره‌ی جامعه‌ای است که به طور جدی تلاش می‌کند تا استعداد و توانایی‌های بشر را درک‌کند و به ظهور برساند. می‌خواهم نشان بدهم که بشر می‌تواند آینده‌ای از وجوه مثبت دو جهان شرق و غرب را به وجود آورد.»

آنچه او توصیف می‌کند، در حقیقت، دورنمای همان جامعه‌ای است که آرمان‌های انقلاب برایمان ترسیم کرده است.

پانوشت‌ها

۱ ـ یک نمونه‌ی مدون آن، که در ایران ترجمه شده است «نمایش چیست؟» اثر مارتین اسلین مدیر یکی از واحدهای تولیدی در اداره‌ی نمایش‌های رادیویی بی.بی.سی است. وی در رساله‌ی خود دربارهٔ تدوین نمایش رادیویی و ساخت برنامه، براساس ضوابط اجتماعی و فرهنگی شان، شیوه‌هایی را ارائه کرده است.

۲ ـ گراهام هوف، گفتاری درباره‌ی نقد، ترجمه‌ی نسرین پروینی، امیر کبیر، ۱۳۶۵، ص ۲۶.

۳ ـ بدیهی است که پدر نقد ادبی در جهان، ارسطو ـ فیلسوف یونانی ـ است که هنوز نیز اصول منطقی او درباره‌ی ادبیات، در زمره‌ی روشن‌ترین و کامل‌ترین اصول نقد ادبی است.

۴ ـ دکتر زرین کوب در این باره می‌نویسد:

«توجه ارسطو به حکمت عملی و حکمت شعری نه فقط حاکی از واقع نگری خود اوست بلکه در عین حال معرف کنجکاوی ذهنی است که عقیده دارد حتی در آنجا که نتوان از طریق تعقل محض به یقین علمی رسید، باز هر اندازه هم معرفت جزئی و غیرقطعی به دست آید، از جهل و بی خبری مطلق بهتر است ... بدین گونه، در آنچه به صناعت و شعر تعلق دارد ارسطو

در بیرون از عرصه‌ی محدود تعقل ـ که همیشه انسان را با حقیقت صرف و محض مواجه می‌سازد ـ دنیایی وسیع‌تر را نشان می‌دهد.»

(ارسطو و فن شعر، امیر کبیر، ص ۱۰۳)

۵ ـ از روی دست رمان نویس، ترجمه‌ی محسن سلیمانی، نشر هنر اسلامی ۱۳۶۷، ص ۱۲۸.

اصول سه‌گانهٔ ارسطو

گراهام هوف ضمن تشریح یکی از مهم‌ترین نظریه‌های نقد ادبی یعنی نظریه صوری می‌نویسد(۱):

«هنر، تنها دارای یک قانون است، کمال واقعی خود اثر»

برای رسیدن به این کمال واقعی، از زمان ارسطو تا به امروز، اصول و نظریه‌های بسیاری را بر شمرده‌اند، اما اغلب آنها کاربرد و اعتبار جهانی ندارند. با این همه یافتن اصولی مشخص از میان مکتب‌های بزرگ ادبی جهان، کار محالی نیست. ما در این مختصر بر اساس آراء ارسطو، سه اصل عمده را که می‌تواند پایه و زیر بنای نگرش و کار ما در برنامه‌سازی قرار گیرد، ذکر می‌کنیم:

انسجام

انسجام[1]، ضرورتی جهانی است و بنابر آن هر اثری باید از یک کلیت برخوردار باشد و همچنان که گراهام هوف می‌گوید، برش، تکه و یا توده‌های جدا از هم نباشد.

---

1. Integritas.

بنابر اعتقاد ارسطو، عملی کامل است که دارای یک آغاز، یک میانه و یک پایان باشد و نیز دارای حد و اندازه‌ای باشد که با یک نظر، قابل درک گردد.

هنری جیمز نیز می‌گوید:

«جوهر اثر، باید محکم و فرم آن زنده (ارگانیک) باشد. باید از فرم وارفته و فاقد استحکام پرهیز کرد.»

و بالاخره کالریج یکی از نقادان مکتب رمانتیک آلمان بر آن است که[۲]:

«اثر را باید به گونه‌ای عرضه داشت که مانند یک گیاه تا رسیدن به فرم ثابت و ماندنی خود رشد کند.»

بنابراین انسجام و کلیت یک اثر ادبی و به تعبیر ما یک برنامه‌ی رادیویی یا تلویزیونی، مبتنی است بر پی ریزی طرحی کامل و استوار که باز بنابر تصریح ارسطو[۳] اگر یک جزء از اجزای آن را جا به جا کنند و یا حذف نمایند، ترتیب کل آن بهم بخورد و متزلزل شود.

پس در طرح جامع و درست، هیچ جزئی قابل حذف و قابل اضافه شدن نیست.

در ضمن انسجام، شامل تناسب از نظر کمی نیز می‌شود. ارسطو معتقد است که شرط زیبایی، داشتن اندازه‌ای معین و همچنین داشتن نظم است. وی دربارهٔ تراژدی[۴] می‌گوید:

«همانگونه که برای اجسام و جانوران اندازه‌ای معین از حیث بزرگی لازم است تا نظر بر آن محیط تواند شد، در افسانه‌ای هم که مضمون تراژدی است کار بر همین گونه است و باید اندازه‌ی آن آنقدر باشد که برای حافظه، فرا گرفتن آن به آسانی دست دهد.»

بنابراین، طرح باید منجر به ساخت برنامه‌ای شود که حافظه‌ی مخاطب، ظرفیت پذیرش آن را داشته باشد.

هماهنگی

هماهنگی[۱] را می‌توان به لزوم یکپارچگی و تناسب تعبیر کرد. یک اثر ادبی یا هنری ممکن است، یک کلیت باشد (دارای انسجام باشد) لیکن کلیتی بی‌تناسب و بی‌توازن جلوه کند.

پیروان کالریج معتقدند که (۵) اثر باید در درون خود، مبین این علت باشد که چرا چنین است و جز این نیست.

این تناسب و توازن در هماهنگی، شامل هر دو جنبه‌ی کمیت و کیفیت می‌شود که شرح آن خواهد آمد.

درخشش

منظور از درخشش[۲] در اثر همان است که آن را سحر قلمداد می‌کنند. این اصل به درجات مختلف از عالی‌ترین تا نازل‌ترین حد، در آثار ادبی و هنری وجود دارد. در پایین‌ترین و ناخالص‌ترین حد مانند گزارش نویسی، باید درجه‌ای از درخشش ـ که می‌توان از آن به خلاقیت نیز تعبیر نمود ـ وجود داشته باشد وگرنه خارج از حوزه‌ی تأثیر و تأثر می‌گردد و بنابر این فاقد کشش خواهد بود.

چنانچه سه اصل (۶) مذکور در تمامیت یک اثر رعایت شود باید در جاودانه بودن آن تردید نکرد. یک برنامه‌ی رادیویی نیز می‌تواند چنین باشد. بیاییم در صفحات آینده آنچه را تحت این سه اصل تشریح می‌گردد مورد تأمل قرار دهیم. بی‌تردید امروز نیاز ما، ساختن برنامه‌هایی با تأثیری جاودانه و زیباست...

پانوشت‌ها

۱ ـ گراهام هوف، گفتاری دربارهٔ نقد، ترجمه‌ی نسرین پروینی، نشر امیر کبیر، ص ۲۸.

---

1. Consonantia.
2. Claritas.

۲ـ همان، ص ۲۹
۳ـ ارسطو و فن شعر، عبدالحسین زرین کوب، ص ۱۲۸.
۴ـ همان، ص ۱۲۶.
۵ـ گراهام هوف، گفتاری درباره‌ی نقد، ص ۳۰
۶ـ گراهام هوف نیز در باب این اصول سه گانه معتقد است که:
«یک اثر ادبی این چنین، یک کار هنری تمام شده است و بدین دلیل است که می‌توان این اصول را جهانی دانست.» ص ۳۲.

انسجام

انسجام در اثر، حاصل ذهنیت منطقی هنرمند است. هر قدر هم که بیان، زیبا و حس برانگیز باشد؛ نمی‌توان بدون داشتن قالب و فرمی قابل قبول، اثری را وارد حوزه‌ی تأثیر و تأثر کرد. بنابراین برای بیان حالت‌ها و تشریح موقعیت‌ها، باید طرحی را ارائه کرد که در نهایت به تکامل تدریجی فکر و نیز غایتی که منظور هنرمند است بیانجامد.

بنابر اعتقاد ارسطو هر کار منسجمی باید آغاز، میانه و پایان داشته باشد و این خط آغاز، میانه، پایان چیزی نیست جز همان که در نقد ادبیات داستانی آن را «حرکت داستانی»[1] می‌نامیم.

این حرکت بنابر اقتضا می‌تواند کُند یا تند باشد اما به هر حال می‌توان به یاری حدود و تعریفات، مسیر معینی را برای آن تعیین‌کرد.

بی تردید هنرمند نباید بنشیند و بدون مقدمه شروع به نوشتن کند و یا به تدوین کارش بپردازد، به این امید که مسیر کار، او را به جلو هدایت خواهد کرد، بلکه برای آنکه بیراهه

1. movement.

نرود و سر در گم نشود، ناگزیر از داشتن نقشه و یا طرح اولیه‌ی کار است که در آن، شکل اثرش تعیین و مشخص شود.

مراحلی را که باید برنامه‌ساز طی کند تا به اثر خویش انسجام ببخشد، در این فصل به اختصار ذکر می‌کنیم.

پیش از طرح

پیش از تدوین طرح، همواره باید مراحلی را طی کنیم تا از کافی بودن اطلاعات، شواهد و مدارکی که مورد نیاز کار است اطمینان حاصل نماییم. چه بسا پیش آمده که علی‌رغم مهارت نویسنده یا برنامه ساز، برنامه طوری از آب در آمده که فاقد کارایی و نفوذ لازم است و این به احتمال زیاد به دلیل تحقیقات ناقص است. در این باره بد نیست چند جمله‌ای از هنریک ایبسن را به عنوان شاهد مثال نقل کنیم. وی پیش از نوشتن نمایشنامه، مراحل دشواری را طی می‌کرد و هیچگاه قبل از انجام تحقیق و بررسی کامل پیرامون محیط و اشخاص نمایش، نوشتن را آغاز نمی‌کرد. وی می‌گوید[۱]:

«آشنایی من با محیط و اشخاص نمایش، امری بسیار مشکل و پر دردسر است. من معمولاً اشخاص بازی خود را به سه طبقه تقسیم می‌کنم که هر یک با طبقه دیگر تفاوت فاحش دارد. وقتی من به نوشتن نمایشنامه مصمم می‌شوم مثل این است که در ضمن مسافرتی، می‌خواهم با چند نفر که با هم در یک کوپه هستیم، تازه آشنا شوم. اولین قدم برای طرح آشنایی برداشته می‌شود و پس از آن راجع به مطالب مختلف، وارد بحث و گفتگو می‌شویم. وقتی مطالبی را که درباره‌ی این اشخاص بر من معلوم شده روی کاغذ می‌آورم، می‌بینم «اشخاصِ‌بازی» خود را به مراتب بهتر و

کامل‌تر از اول می‌شناسم و به روحیات آنها کـاملاً آشـنا هستم. و ضعف نفس‌ها و علایق و صفات ممتاز آنها کاملاً در نظرم مجسم می‌شود.»

بدیهی است نمایشنامه‌ها و برنامه‌هایی که از همراهی مخاطبان خـویش مـحرومند، نویسندگان و تهیه کنندگانی داشته‌اند که مراحل مقدماتی و زیر بنایی کار را نپیموده‌اند. به هر روی پیش از آنکه دست به قلم برده و مشغول طراحی رئوس کار، بر اساس موضوع و سوژه‌ی انتخابی مان باشیم بهتر است مراحل ذیل را با دقت طی کنیم (در ضمن شایان ذکر است بویژه در برنامه‌های مستند، هر نوع نویسندگی فاقد ارزش است مگر آن که همه‌ی وقایع و مثال‌هایی که برای دفاع از نظریه‌ی نویسنده لازم است عرضه شود):

ـ اولین قدم، مراجعه به فهرست کتب کتابخانه و انتخاب کتبی است که در زمـینه‌ی سوژه می‌تواند به نوعی مفید فایده باشد.

مرحله‌ی بعد، مراجعه‌ای طولانی و مفصل است به راهنمای نشریات ادبی و علمی تا مطالب منتشر شده‌ای که بسیار تازه‌تر از کتاب است بررسی و اطـلاعات لازم را فـیش برداری کرد. به غیر از تازگی و تنوع اطلاعات به دست آمده از این قبیل نشریات، می‌توان اسم و شغل و نقطه نظرهای برخی از صاحب نظرانی را که می‌توان تمایلشان را به مصاحبه جلب کرد، بدست آورد. خوشبختانه اینترنت به سهولت این امکان را فراهم می‌سازد.

ـ در این مرحله باید با متخصصان و صاحب نظران به مصاحبه پرداخت بویژه بـرای محقق و برنامه‌سازی که کمتر شناخته شده است بهتر است نامه‌ی مختصری بنویسد و در آن بروشنی توضیح دهد که چه هدفی دارد و چه مطلبی را مـی‌خواهـد در مـصاحبه بـا متخصص مطرح کند البته مصاحبه هم هنر و ظرافتی خاص را می‌طلبد که محقق باید سعی کند در آن مهارت یابد و خبره شود. نخست می‌بایست به اندزه‌ی کافی در باره‌ی شخص مصاحبه شونده بداند تا بتواند سؤالاتی را مطرح کند که متخصص به پاسخ دادن به آنـها راغب شود. دیگر آنکه محقق باید از هر گونه تمایل در جهت تأثیر گذاری یا نشان دادن

حیطه‌ی دانش و آگاهی خود جلوگیری کند و گاه برای به دست آوردن اطلاعاتی که متخصص تمایل به ابراز آن ندارد باید صبر کند تا در فرصتی بتواند سؤال را با بیانی ساده و روشن و با صراحت مطرح‌سازد. بنابراین رعایت کامل ادب و تواضع و نیز ایجاد رغبت در مصاحبه شونده، نشان دهنده‌ی توانایی و زیرکی محقق است.

ـ بویژه در مسائل سیاسی و اقتصادی و حتی هنری که هرگز محدود به مرزهای یک کشور خاص نیست یک تحقیق میدانی دقیق ایجاب می‌کند که برای محقق امکان سفر به کشورهای دیگر نیز فراهم شود. اما در این راه موانع بسیاری وجود دارد از جمله آن که هنوز برای محققان و پژوهشگران ایرانی، فراگیری دو و یا حتی حداقل، یک زبان خارجی ضروری به نظر نمی‌رسد! و این در حالی است که در غرب به کسی که به کمتر از سه زبان تسلط داشته باشد واژهٔ ignorant اطلاق می‌شود که به معنای جاهل و بیسواد است!

(مشهور است که میگل دِ اونامونو[1] متفکر، داستان نویس، مقاله نویس، شاعر و فیلسوف پرشور اسپانیایی و صاحب اثر ماندگار درد جاودانگی، غیر از زبان‌های باستانی به شانزده زبان دیگر مسلط بود. می‌گویند که وی زبان دانمارکی را فقط برای آنکه بتواند آثار یکی از نویسندگان دانمارکی را به زبان اصلی بخواند، فرا گرفت!)(۲)

همچنین علی رغم بسیاری از اسراف‌ها و بریز و بپاش‌ها، بویژه در سازمان‌ها و مراکز دولتی هنوز بودجهٔ معینی در این باره تخصیص نشده است.

ـ بین انتخاب اطلاعات صحیح برای روشن کردن یک نظریه و احتمالاً دستکاری حقایق و افزودن شاخ و برگ‌هایی به آن، مرزی است به باریکی یک خط ولی محقق با کمال دقت این خط باریک را می‌کشد و از آن عدول هم نمی‌کند.

ـ پس از جمع آوری اطلاعات و ساختن چارچوب کاملی از آن، باید با خیال راحت، به تدوین طرح کار که یک نمایش یا یک داستان و یا یک مستند است، بپردازیم.

---

1. Migvel de unamuno.

طرح

نقشه‌ی کار یا رئوس مطالب را چه در داستان و چه در کار مستند، «**طرح**»[1] می‌نامیم. طرح باید رشته‌ای از وقایع یا مطالب به هم پیوسته باشد و به نتیجه‌ی معینی نیز بینجامد. در داستان، این وقایع را بحران می‌نامند. ویژگی این بحران‌ها، برانگیختن علاقه و رغبت شنونده است و این کار هنگامی میسر است که او دلواپس بماند؛ یعنی در موقعیتی قرار گیرد که نداند بعد چه پیش خواهد آمد.

بحران‌ها، نقاط تغییر دهنده‌ی وضعیت‌اند و هر یک با دیگری گره خورده و همه با هم داستان را به سوی بحران عمده یا اوج، هدایت می‌کنند.

بدیهی است چنین ساختاری اگر بعنوان یک الگو، در ناخودآگاه برنامه ساز وجود داشته باشد او می‌تواند حتی در یک کار مستند، وقایع را به نحوی در کنار هم بچیند و تدوین کند که برای مخاطب **کشش** ایجاد شود. بدین ترتیب، حاصل کار برنامه‌ای خواهد بود که مهره‌ها در آن بسیار دقیق و زیرکانه بدنبال هم ردیف شده‌اند، یعنی درست مانند سیر حرکت داستان، اول نقطهٔ شروع خواهد بود، آن گاه بحران، بعد اوج و سپس پایان.

بنابر این طرح یا چارچوب برنامه باید واجد خصوصیات ذیل باشد:

ـ روشن و کامل باشد.

ـ رشته‌ی حوادث، رویدادها و مطالب، منظم و ناگسسته باشد.

ـ گره یا گره‌هایی داشته باشد و به اوج منطقی و قانع کننده‌ای برسد.

ـ در عین حال ساده باشد، زیرا بسط و گسترش یک طرح پیچیده در حوزه‌ی امکانات و مقدورات یک برنامهٔ دلخواه و مناسب نیست.

ادوارد مورگان فورستر معتقد است(۳) که عنصر راز یا غافلگیری در بنای طرح، اهمیت فراوانی دارد. اینکه «سلطان، مُرد و سپس ملکه درگذشت» یک طرح است، اما

---

1. Plot

وقتی بگوییم: «سلطان مرد و پس از چندی ملکه از فرط اندوه درگذشت.» طرحی است به علاوه‌ی یک راز. پس نقل حوادث در طرح باید با تکیه بر سببیت و روابط علت و معلول باشد. بنابر این از یکایک مصالح و وقایع و مطالبی که در طرح عرضه می‌شود باید بتوانیم سؤال کنیم که: «چرا؟» و چنانچه طرحی، کامل باشد چرایی و علت مسائل در آن روشن و واضح است.

البته بنابر تصریح منتقدان و نظریه پردازان ادبیات داستانی، برای ساختن طرح، دستورالعمل خاصی وجود ندارد. کسی نمی‌تواند به نویسنده بگوید که طرح داستان خود را چگونه بسازد و یا چگونه پرورش دهد. در نهایت این خود اوست که باید طرح را ـ به تدریج و بنابر واقعه و یا محوری که اساس کار خود قرار داده است ـ کامل کند.

ابراهیم یونسی در این باره می‌نویسد[۴]:

«اگر روشی قیاسی یا استنتاجی در خصوص چیدن حوادث و مناسبات و کردار و گفتار و عناصری که طرح را پدید می‌آورند وجود ندارد، چیزهای معینی هست که نویسنده باید از آنها پیروی کند.»

وی سپس مواردی را نقل می‌کند که البته بیشتر، جنبه‌ی اخلاقی دارد و به وجدان و تعهد هنرمند بستگی دارد[۵] تا به قدرت باز آفرینی او، ولیکن برای آنکه بتوانیم عادت پسندیده‌ی پرداختن به طرح را پیش از اقدام به ساخت برنامه و یا تدوین آن اثر، در خود بپرورانیم کلیاتی را ذکر می‌کنیم:

ـ نقل رویدادها به همان صورتی که اتفاق می‌افتند جنبش و نیروی طرح را از بین می‌برد درایدن که وی را در آکادمی‌های جهان بعنوان پدر نقد عملی در ادبیات انگلیسی می‌شناسند معتقد است:[۶]

«هنر واقعیت زندگی نیست و اگر چنین می‌بود امکان نداشت داعیه روشنگری زندگی را داشته باشد.»

بنابراین برنامه‌ساز باید با هنر خود این نقیصه را جبران کند و جنبش و حرکت و نیروی لازم را برای طرح تأمین نماید. طرح را باید چنان پرداخت که محتوای آن، مدام شور و احساس را برانگیزد و بر رغبت مخاطب لحظه به لحظه بیفزاید. و این البته بدان معناست که هیچ نشانه‌ای از یکنواختی و سکون زندگی عادی در آن ظاهر نشود.

ـ پس از اینکه مواد و مصالح کار آماده شد، باید به یک مسئله مهم توجه کرد و آن زمان مناسب پرداختن به طرح و تدوین کار است. چه بسا برنامه‌ای بی‌آنکه مناسبت زمان و موقعیت آن در نظر گرفته شود پخش می‌گردد. این کار علاوه بر آنکه جز اتلاف وقت، حاصلی ندارد، علاقه و رغبتی نیز در مخاطب بر نمی‌انگیزد. برنامه‌ساز، مدام باید در جریان وقایع و اخبار قرار گیرد و با طبقات مختلف مردم پیوند برقرار کند. شناختن علایق و سلیقه‌ها و حساسیت‌های مخاطبان، این هوشیاری را به وی عطا خواهد کرد که همیشه به موقع سراغ موضوعات و طرح‌های دست اول و بکر و جذاب برود و از کهنه‌گرایی بیزاری جوید.

ـ انگیزه‌ی برنامه‌ساز در تدوین طرح، اهمیت بسیار دارد (که بدان زاویه‌ی دید[1] نیز می‌گویند). تغییر انگیزه، می‌تواند نحوه‌ی گسترش طرح را از اساس دگرگون نماید. به عبارت دیگر می‌توان با تغییر انگیزه، طرح واحدی را به صور مختلف گسترش داد و یکی از مواردی که به نویسنده امکان می‌دهد طرح‌های کهنه را به صورت‌های نو بپردازد همین تغییر انگیزه‌هاست.

مثلاً خاطره‌ای از آزاده‌ای به دست ما رسیده و می‌خواهیم آن را در قالب یک داستان یا نمایش کوتاه بازسازی کنیم. وی سعی کرده پیش از وارد شدن به اردوگاه اسرا، از کمپ بگریزد و خود را به مرز ایران برساند. در اصل خاطره چنین آمده است که این آزاده‌ی دلیر، پس از سعی فراوان می‌تواند خود را از بغداد تا نزدیکی یکی از شهرهای مرزی ایران برساند

---

1. Point of view.

ولی یکی از مأموران انتظامی عراق هویت وی را فاش می‌سازد و او دستگیر می‌شود و مجدداً به بازداشتگاه برگردانده می‌شود. نویسنده‌ای طرح همین واقعه را با این انگیزه پی ریزی می‌کند که می‌خواهد بگوید او علی رغم شجاعت و تهوری که از خود نشان می‌دهد چگونه بر اثر یک بی‌احتیاطی، موجب می‌شود که تمام تلاش‌هایش نقش بر آب شود. در اینجا طرح چنان پیش می‌رود که بر اساس انگیزه‌ی نویسنده، آزاده در عین اقدام به این کار، جوانب آن را با دقت بررسی نکرده است. شخصیت او شتابزده می‌نماید و او تنها در اندیشه‌ی آن است که به نوعی هر چه زودتر خود را خلاص کند. اما نویسنده‌ی دیگری می‌تواند انگیزه‌ی آزاده را در ادای وظیفه و تکلیف جستجو کند و بنابراین شخصیتی بیافریند که در عین شجاعت و تهور، جوانب کار را هم می‌سنجد و بنابراین در پایان کار، هویت او به دلیل بی‌توجهی و ندانم کاری افشاء نمی‌شود. بلکه سرنوشت چنین رقم می‌خورد و منطق تراژیک داستان چنین اقتضا می‌کند که وی براثر کنجکاوی و تفحص دقیق یک مأمور عراقی به دام می‌افتد. و این چنین است که پایان نمایش در این طرح، طور دیگری از آب در خواهد آمد.

ـ طرح باید کشش داشته باشد و توجه و علاقه‌ی جمع کثیری را برانگیزد و تنها میل و رغبت عده‌ای قلیل را به خود معطوف نسازد.

این کار هنگامی میسر است که طرح کار، با مردم حقیقی و شرح و وصف و نمایاندن احساس و اعمال آنان سر و کار داشته باشد، زیرا در نهایت، هر برنامه‌ای باید برشی باشد از بخشی از زندگی، احوال شخص یا اشخاص در جامعه‌ای معین، به علاوه‌ی گیرایی و جذابیت برای همگان!

مثلاً طرح ما پرداختن به زندگانی عده‌ای است که در گذشته بر اساس آرمان‌ها و اعتقاداتشان در جبهه به شهادت رسیده‌اند. برای تدوین طرح، باید چند نکته را در نظر داشت: یکی آنکه هر چند این عده، متعلق به طبقه‌ای خاص از جامعه نبوده‌اند اما به هر حال قلیل بوده‌اند؛ دیگر آنکه متعلق به سال‌های گذشته‌اند و امروز با آن زمان به کلی

متفاوت است. بنابراین داشتن مخاطبانی در سطح وسیع و ایجاد کشش برای این طرح، مشکل است. در اینجا هدف غایی برنامه‌ساز نباید جلب شنونده‌ای باشد که علاقه‌مند و معتقد به شهید و شهادت و یا هر موضوع دیگر انتخابی اوست. او باید عمدتاً برای مخاطبی تمام توان و خلاقیت خود را بکار بگیرد که اساساً یا معتقد به این معانی نیست و یا هیچگاه فرصت اندیشیدن بدان را نیافته است و حالا برنامه‌ساز می‌خواهد، احساس و علاقه او را برباید و این کار ساده‌ای نیست.

ویلیام سامرست موام نویسنده انگلیسی در این باره معتقد است:

«نویسنده تا موقعی که به تمایلات مردم پاسخ ندهد کارش خواستار نمی‌یابد؛ با این همه، هستند نویسندگانی که می‌پندارند آنچه را که می‌نویسند مردم باید بپسندند و بخرند و اگر نمی‌خرند گناه از آنها است. متأسفانه من حتی یک نفر را ندیدم که بپذیرد که مردم به این علت به آثارش علاقه نشان نمی‌دهند که جالب نیستند ...»

ـ یکی از اهداف مهم برنامه‌ساز باید این باشد که کاری کند داستان، نمایش و یا برنامه‌ای را که می‌سازد، برای مخاطب قابل باور باشد؛ یعنی کیفیتی بدان ببخشد و وقایع و مطالب را به شیوه‌ای در کنار هم قرار دهد که طبیعی بنماید و خوشایند جلوه کند.

در ادبیات، اصطلاحی است که از آن به عنوان make-believe یاد می‌کنند یعنی «باورداشت[۷]» به عبارت دیگر باید زمینه‌ی باورداشت برنامه، قوی باشد. ابراهیم یونسی می‌نویسد[۸]:

«هنرمند باید سعی کند پندار واقعیت را در خواننده ایجاد کند و شک نیست که این کار هنر و قابلیت می‌خواهد. نمونه‌ی بارز این استادی را می‌توان در آثار ولز ـ نویسنده‌ی نامدار انگلیسی ـ یافت. وی با استادی شگرف

خود، حوادث ناممکنی را در پیش روی خواننده می‌نهد و با چیره‌دستی وی را به دنبال داستان و بسط و گسترش حوادث آن می‌کشاند. خواننده وقتی به ذهن و اطلاعات خویش مراجعه می‌کند می‌بیند که چنین وقایعی احتمال وقوع ندارد، اما با این حال بی‌میل نیست که آنها را باور کند و راست بپندارد و در پی سرنوشت اشخاص داستان می‌رود.(۹)»

بنابراین، اولاً: نویسنده یا برنامه‌ساز حتی اگر می‌خواهد کار مستند و غیر تخیلی انجام دهد باید به شیوه‌ای عمل کند که کار، تخیلی و جذاب به نظر برسد، بویژه در رادیو که تصویر وجود ندارد. مستندِ صرف و گزارش محض، فاقد گیرایی است و حتماً با ساختار داستانی و دراماتیک، باید بدان روح بخشید(۱۰). ثانیاً برنامه‌ساز باید در زمینه‌ی باورداشت مخاطب، اطمینان حاصل کند. نویسنده باید مدام از خود بپرسد:

آیا باور کردنی است؟! آیا شنونده برای اینکه متقاعد شود دلایل و توجیهات کافی دارد؟ و از این قبیل، و چنانچه توانست با اطمینان به این پرسشها پاسخ مثبت بدهد باید بداند که از عهده‌ی پرورش طرحی مورد قبول برآمده است.

ـ هر چند امروز روانشناسی نوین، پس از کشف ناخود آگاه جمعی می‌تواند اثبات کند که تجارب، احساسات و افکار یک شخص ممکن است تعمیم داده شود؛ ولیکن وقتی پای تفرّد یعنی محدودهٔ فردی هنرمند در میان است، باید پرسید «آیا طرح‌هایی که مادهٔ اصلی ساختمان آن‌ها احساسات شخصی هنرمند است، می‌تواند برای دیگران نیز مهم باشد؟» به هر حال نویسنده باید بداند که برای خودش نمی‌نویسد و بنابراین باید احساس، علاقه، سلیقه و بینش مخاطب را مقدم بدارد.

ـ یکی از تمرین‌های سودمندی که بویژه نویسنده و برنامه‌ساز تازه کار باید از آن غفلت نورزد تلخیص مستمر داستان‌های خوب است. چه بسا بسیاری از طرح‌های خوب

از این طریق به دست می‌آید. ابراهیم یونسی اذعان می‌دارد که[۱۱]:

«بدیهی است هدف از تلخیص و یادداشت چنین طرح‌هایی باید بررسی باشد نه تقلید ... حاجت به گفتن نیست که دو سوم افکار و تصوراتی که بدین ترتیب یادداشت شده، ارزش پروراندن نخواهد داشت، اما یک سوم بقیه شاید جبران زحمتش را بکند و پایه و اساس داستانهای مناسبی قرار گیرد.»

یافتن طرح بی‌تردید مستلزم داشتن حساسیت خاصی است و این خود بدین معناست که چشم و گوش هنرمند، باید همیشه و همه جا، به دنبال طرح باشد. یونسی در ادامه می‌نویسد[۱۲]:

«بدترین راه یافتن طرح، تقلید از طرح‌های مورد علاقه و بهترین راه، گرفتن آن از مردم است. نویسنده‌ای که پشت میز می‌نشیند و زیر و رو کردن خیالات و محتویات ذهنی خود را بر معاشرت با مردم ترجیح می‌دهد، نباید انتظار داشته باشد که طرح‌های شسته و رُفته‌ای به سراغش روند.»

بنابراین باز هم، ارتباط تنگاتنگ داشتن با مردم، حرف اول را می‌زند. با این همه برای برنامه‌سازی که حساسیتی درست و فوق‌العاده دارد، یک قطعه عکس، یک تابلوی نقاشی و یک منظره در دشت و یا خیابان نیز می‌تواند طرح برانگیز باشد!

چنانچه گفته شد اصول طرح داستانی یا دراماتیک باید اساس کار برنامه‌ساز قرار گیرد؛ حتی اگر برنامه، مستند و یا غیر تخیلی باشد رعایت این اصول برای ایجاد مطلوبیت و انسجام منطقی ضروری است.

هر چند که هیچگاه نمی‌توان برای «طرح» حد و مرز و چارچوب کاملاً مشخصی را

عرضه کرد و در نهایت خلاقیت‌های فردی نیز می‌تواند وجه ممیز کار باشد لیکن در نظر داشتن اصول و شیوه‌ها نیز بی‌تردید اساسی است.

آرم برنامه

آرم یا عنوان برنامه، باید به گونه‌ای باشد که شنونده دریابد، مطالب تازه و جذاب خواهد شنید. برنامه‌ساز باید به دنبال عنوانی بگردد که مخاطب را به همراهی با برنامه‌اش ترغیب‌سازد. در ذیل، برخی از شرایطی را که می‌توان در ساختن آرم رعایت کرد، آورده می‌شود:

ـ آرم باید تازه باشد؛ یعنی بوی کهنگی و پوسیدگی ندهد ونیز نباید مبتذل باشد، بدین معنا که نباید قبلاً تکرار شده باشد. موسیقی در آرم حرف اول را می‌زند. اگر بتوان برای آن موسیقی تازه‌ای سفارش داد که بسیار مطلوب است و الا حتی الامکان باید کوشید از موسیقی ویژه‌ای استفاده کرد که در عین زیبایی و تناسب، تکراری نباشد و همچنین مطلب، فیلم و یا برنامه‌ی خاصی را تداعی نکند.

ـ گیرا باشد و آمیزه‌ی نام و موسیقی، گوش و دل شنونده را تسخیر خودسازد و حتی برای خود برنامه‌ساز، موزون و خوش آهنگ باشد. ابراهیم یونسی می‌نویسد(۱۳):

«بهتر است نویسنده، عناوینی را که بررسی می‌کند و می‌خواهد عنوان داستان خویش را از میانشان برگزیند، با صدای رسا تکرار کند.»

بی‌تردید وقتی برنامه‌ساز با علاقه و رغبت در انتخاب نام و موسیقی برنامه بکوشد، به نوعی به انتخابش جذابیت بخشیده است.

ـ کاملاً با برنامه سنخیت داشته باشد، در غیر این صورت حتی اگر زیبا و دلنشین هم باشد مورد قبول و رضایت مخاطب قرار نخواهد گرفت.

ـ حتی المقدور ساده و کوتاه باشد. آرم طولانی چنانکه باید، مخاطب را تحت تأثیر

قرار نمی‌دهد و شاید بهتر باشد که عنوان، از پنج کلمه بیشتر نباشد. گاه کلمه‌ی واحدی که نکته یا لطف خاصی دارد می‌تواند از چند کلمه، زیباتر جلوه کند. به هر حال این امر بستگی تام به سلیقه و خلاقیت فردی برنامه‌ساز دارد.

ـ در عنوان برنامه، برنامه‌ساز باید ذوق ادبی خود را نشان دهد. وی هیچگاه نباید ساده‌لوحانه نامی را برگزیند که از فرط صراحت، طرح برنامه را لو دهد؛ مثلاً: برای برنامه‌ای که درباره‌ی شهید و شهادت ساخته می‌شود، برگزیدن عنوان‌هایی نظیر «شاهد» زیبا نیست. ابراهیم یونسی یک نکته لطیف را درباره‌ی برگزیدن عنوان داستان ذکر کرده که یادآوری آن برای ما نیز ضروری است. وی می‌نویسد (۱۴):

«الهام بخشی، خصوصیت مهمی است که عنوان داستان باید داشته باشد. می‌گویند استیونسن هنگامی که داستان مشهور خود را تحریر کرد، عنوان آشپز دریا را برای آن در نظر گرفت، اما این عنوان چیزی نداشت که خیال خواننده را برانگیزد و الهام بخش هم نبود؛ لذا آن را تغییر داد و نام «جزیره گنج» را بدان داد.»

ـ بهتر است آرم را بعد از تدوین طرح و حتی پس از ساختن و پرداختن برنامه ساخت. زیرا در این مرحله، برنامه‌ساز می‌تواند مجموعه‌ی کار را با وضوح و روشنی بیشتری ارزیابی کند.

برنامه‌ساز نباید آرم برنامه را تنها برای نامیدن و متمایز ساختن آن از دیگر برنامه‌ها بسازد، بلکه باید باور داشته باشد که آرم، یک عامل مهم جذابیت و گیرایی برنامه و در مقام آبروی آن است. همچنانکه یک کارخانه دار هنگامی که فر آورده‌ای نو را به بازار عرضه می‌کند، هر نام پیش پا افتاده‌ای را بر روی آن نمی‌گذارد و بر آن است که نام مناسب برای کالا، موجب جلب مشتری است. برنامه‌ساز نیز باید عنوانی مناسب و زیبا بیافریند تا کشش مخاطب را برانگیزد.

آغاز

آنتوان چخوف می‌گوید:

«مقدمه باید بلافاصله در ذهن خواننده چنگ زند و بی‌درنگ او را به قلمرو احساس و افکار خویش بکشاند. چند بند اول داستان باید چنان نیرویی داشته باشد که بتواند خواننده را از افکار و خیالات عادی خود جداسازد و وی را در افکار و احساسات نویسنده‌ی داستان غرق کند.»

همان گونه که اگر چند بند اول داستان، نتواند توجه خواننده را جلب‌سازد موجب می‌شود خوانده زحمت خواندن بقیه‌ی آن را بر خود هموار نکند، در برنامه نیز اگر آغاز[1] یا مقدمه، فاقد گیرایی باشد، مخاطب رغبتی برای همراهی نخواهد داشت.

پس از آرم، مقدمه در برانگیختن رغبت و میل شنونده در درجه‌ی اول اهمیت قرار دارد. متأسفانه در رادیو در اغلب برنامه‌ها، رسم بر آن است که بلافاصله پس از آرم، شعر و یا متنی ادبی خوانده شود و یا بخصوص در برنامه‌های زنده، با الفاظی تکراری و عباراتی مطول به تعارفات کلیشه‌ای پرداخته گردد، در نتیجه شنونده از همان آغاز دچار بی‌رغبتی می‌شود و حوصله‌ی شنیدن را از دست‌می‌دهد. و اما چگونه می‌توان برنامه را از چنین مقدمات کسالت آوری رهانید؟ اجازه بدهید در ذیل نکاتی ذکر گردد تا رعایت آن به مدد ذهنیت خلاق برنامه‌ساز بیاید:

ـ می‌توان مقدمه را با گفتگو آغاز کرد که اگر خوب نگارش یافته باشد، می‌تواند مخاطب را سریع و طبیعی به قلمرو احساس و فکر نویسنده بکشاند. منتها شرط نخستین آن پس از نگارشی صمیمی و جذاب این است که در نهایت کوتاهی، نشان دهنده‌ی شرایط، اوضاع و حال و هوای[2] حاکم بر برنامه باشد.

1- Commencement 2. mood

ـ نویسنده نباید به صرف آنکه مطلبی جالب است بدون در نظر داشتن محتوا و موضوع برنامه، آن را به عنوان مقدمه به کار برد زیرا شنونده همچنان که با برنامه پیش می‌رود در می‌یابد که نویسنده تنها دَرِ باغِ سبزی به او نشان داده و مقدمه، ربطی به برنامه ندارد.

بدیهی است که نویسنده باید مطلب جالبی را برگزیند که در ارتباط تنگاتنگ با برنامه باشد.

ـ اگر قرار است نویسنده، مقدمه‌ای نقلی و توصیفی را در ابتدای برنامه بیاورد، باید آن را ساده و روشن بیان نماید و حتی با موسیقی مناسب و زیبایی نیز در آمیزد تا برای مخاطب فاقد گیرایی نباشد.

بنابراین باید مقدمه را با نگارشی قوی ظرف ۱ تا ۳ دقیقه به پایان رسانید و وارد اصل مطلب شد.

ـ مقدمه باید روشن و مربوط و در یک کلمه جزء لازم و لاینفک برنامه باشد. نویسنده نباید فرض را بر این بگذارد که مقدمه بابی جدا و یا غیر ضروری است. او باید مقدمه را به عنوان یک پیش درآمد هیجان برانگیز و پر احساس که کاملاً یکی از اجزای اصلی برنامه است، بپذیرد.

یک مقدمه‌ی خوب اگر حذف شود، برنامه ناقص خواهد بود. بنابر این برنامه‌ساز می‌تواند محک خوبی بیابد، چنانچه مقدمه را حذف کرد و دریافت در کلیت برنامه خللی وارد نمی‌آید باید به فکر پرداخت مقدمه‌ای دیگر باشد.

ـ صریح و خالی از ابهام باشد تا شنونده بتواند بدون هیچ کوششی، در حال و هوای کلی برنامه قرار بگیرد. نویسنده باید بتواند با صداقت و سادگی، مخلص کلام برنامه را با شنونده در میان بگذارد. این کار آنقدر باید صمیمانه انجام پذیرد که شنونده چاره‌ای جز همراهی با برنامه نیابد.

میانه

بنابر اعتقاد ارسطو امر تام، امری است که آغاز، میانه[1] و پایان داشته باشد(۱۵).

پس از مقدمه‌ی برنامه، باید به میانه‌ی آن پرداخت. میانه ای که در پس آن یک پایان منطقی و قابل قبول قرار دارد.

البته ما در این مختصر نمی‌خواهیم وارد مقوله‌ی داستان و نمایش شویم ولی چنانچه در آغاز نیز اشاره شد، رعایت ساختار دراماتیک در هر اثر مستند و غیر تخیلی نیز شرط ضروری ایجاد جذابیت است.

بنابراین آنچه را که به طور کلی در میانه باید رعایت کرد ذکر می‌کنیم:

تعلیق

تعلیق[2] یا دلهره و اضطراب، پدیده‌ای است که در اثر آن مخاطب در یک حالت نگرانی در انتظار می‌ماند تا نتیجه به وقوع بپیوندد.

ابراهیم مکی در این باره می‌نویسد(۱۶):

«تعلیق در واقع پیش از آنکه یکی از عوامل و عناصر ساختار نمایشی باشد، کیفیتی است که بر اثر رعایت اصولی خاص در تماشاگر ایجاد می‌شود. تعلیق به این اعتبار، یکی از حالت‌های نفسانی تماشاگر و واکنش روانی او نسبت به عوامل دیگر است.»

و اما برای رعایت این اصول خاص، باید بلافاصله پس از مقدمه‌ی کار، در راه دشوار و دقیقی گام نهاد. چنانچه گفته شد قصد نداریم وارد قلمرو نمایش و داستان شویم، بنابراین به طور کلی می‌گوییم که:

ـ موفقیت برنامه‌ساز هنرمند، در ایجاد چنین حالتی، بستگی تام و تمام به شناخت

---

1. Miliem 2. Suspense

روحیه، خلق‌وخو و علایق مخاطب دارد. بر اثر چنین شناختی، برنامه‌ساز می‌تواند شرایطی را که منجر به پذیرش پیام و القای احساس وی در مخاطب می‌شود، پدید آورد. ابراهیم مکی اذعان می‌دارد که[۱۷]:

«برای ایجاد تعلیق باید تمهیداتی به کاربست تا تماشا گر ذهنش را به کار بیندازد و خود به جست و جوی راه حلی برای مشکلی که در راه قهرمان قرار گرفته بپردازد و بی‌صبرانه انتظار کشد تا ببیند آیا راه حلی که او یافته مطابق با آنچه پیش می‌آید خواهد بود یا نه.»

در داستان و نمایش، قهرمان و مشکل او چنین همراهی و انتظاری را در مخاطب می‌آفرینند. ما در کار مستند و برنامه‌سازی نیز باید پدیده‌ای را جانشین قهرمان و مسئله‌ای را جایگزین دشواری او کنیم تا چنین حسی را بیافرینیم. بنابراین در اینجا برنامه‌ساز هوشمند با احاطه‌ای که بر روحیات، علایق و خلق و خوی مخاطب دارد، مسئله و موضوعی را در برنامه طرح خواهد کرد که مستقیماً وی را درگیر کند و کاری می‌کند که قهرمان، خود مخاطب باشد و دشواری، دشواری خود او؛ بنابراین در یک کلام، شرط ایجاد تعلیق، کشانیدن صمیمانه مخاطب است در اهداف و مطالب برنامه و فعال ساختن ذهن او برای اندیشیدن به راه‌ها و چاره‌های ممکن، در ضمن ممکن است نویسنده گاهی برای ایجاد تعلیق، پای یک راز و یا موضوعی تازه و بکر را به میان بکشاند و موقعیتی غیر عادی و بویژه غیر تکراری! را پدید آورد به گونه‌ای که مخاطب، مشتاق تشریح و توضیح آن شود و همین کنجکاوی هیجان والتهاب او را برای پی گیری برنامه برانگیزد.

اوج

اوج[1] یکی از اجزای اساسی واصلی طرح است و در واقع طرح بدون اوج معنا ندارد.

---

1. Climax

در داستان و نمایش، اوج داستان باید عالی‌ترین نقطه‌ی علاقه و لطف داستان باشد و در کار ما، به نوعی در آستانه پایان کار باید بتواند کشف و شهود مخاطب را برانگیزاند. به عبارت دیگر نقطه‌ی اوج برنامه، وقتی است که مخاطب، معرفت و ادراکی تازه نسبت به حقایق طرح شده در برنامه می‌یابد و این ادراک و معرفت بر بینش و جهان بینی او تأثیر می‌گذارد. جمال میرصادقی درباره‌ی اوج در داستان برآن است که (۱۸):

«اوج داستان که نتیجه‌ی منطقی حوادث پیشین است، همچون آبی است که از زیر زمین جریان داشته و از نظر پنهان مانده است و جاری شدن آب بر زمین، پایان ناگزیر آن است.»

بنابراین اوج باید مقدمه‌ای باشد برای پایان و نتیجه؛ کشف و شهودی که پایان آن را ارسطو کثارسیس [1] می‌نامد.

«کثارسیس» یعنی تزکیه‌ای که روح مخاطب در جریان آن پاک می‌شود. البته این پدیده در پایانِ نوع خاصی از ادب نمایشی یعنی تراژدی به وقوع می‌پیوندد ولی اگر قرار است برنامه تأثیر بگذارد باید به نوعی با روح و احساس مخاطب در آمیزد، حتی اگر محور برنامه مسایل سیاسی باشد، اوج ـ که در واقع، نتیجه‌ی منطقی مطالب و یا سلسله‌ی وقایع است ـ وقتی روی می‌دهد که بحران و التهاب مخاطب ـ که بر اثر تشنه ساختن او برای درک مطلب و یا هیجان و اضطراب در اثر حوادث و وقایع در وی به وجود می‌آید ـ به نهایت رویارویی و تعارض خود برسد تا وی را برای دریافت نتیجه آماده‌سازد (۱۹).

پایان

در مرحله‌ی پایانی [2]، باید همه‌ی مسائل در نهایت روشنی و صراحت تحلیل شود و

---

1. Catharsis 2- Fin

مطلب لاینحلی باقی نماند. در داستان و نمایش، پایان با گره گشایی[1] به وقوع می‌پیوندد.

گره گشایی، پیامد وضعیت و موقعیت پیچیده یا نتیجه‌ی نهایی رشته‌ی وقایع است و نیز نتیجه گشودن رازها و از میان رفتن سوء تفاهمات. در گره گشایی داستان و نمایش، سرنوشت شخصیت یا شخصیت‌ها تعیین می‌شود و آنان در جریان چگونگی موقعیت خود قرار می‌گیرند. در برنامه‌های مستند و غیر تخیلی نیز پایان باید مانند داستان و نمایش، خاطره انگیز و به یاد ماندنی باشد. ارزش یک پایان خوب کمتر از یک آغاز هیجان انگیز نیست. در صحنه‌های پایانی نمایش، رسم بر این است که نویسنده‌ی خوش ذوق با پرداخت گفتگوهایی جذاب و زیبا، تأثیری مطلوب بر مخاطب باقی گذارد. ابراهیم مکی، در این باره تحت عنوان «آخرین گفتار شخص بازیگر قبل از ترک صحنه» می‌گوید(۲۰):

«در این هنگام باید گفتاری جذاب و مؤثر برای شخص بازیگر تهیه کرد که قبل از خروج از صحنه آن را ادا کند تا خاطره‌اش در ذهن بماند و تماشا گر را در آرزوی بازگشت مجدد او مشتاق نگه‌دارد. آخرین گفتار یک شخص بازیگر، قبل از ترک صحنه اگر جالب نوشته شده باشد به هنر پیشه امکان می‌دهد تا آنرا به طرزی مؤثر ادا کند. کارگردانان نیز به آخرین جمله‌ی هنرپیشگان در یک صحنه، اهمیتی فراوان می‌دهند و ایشان را وا می‌دارند تا این جمله را قبل از خروج ادا کنند.»

بنابراین بویژه در رادیو که ارتباط با کلام برقرار می‌شود، گزینش کلماتی مؤثر که زینت یک تحلیل و نتیجه‌ی منطقی است الزامی‌می‌باشد. متأسفانه بسیاری از برنامه‌سازان، خداحافظی را پایان کار می‌دانند و گاه سعی می‌کنند با آب و تاب کلماتی را ردیف کرده و

---

1. Resolution or Denouement

شنونده را به امان خدا رها کنند. بخاطر داشته باشیم پایان، خداحافظی نیست. یک پایان جذاب می‌تواند شنونده را در انتظار آغازی دیگر تشنه و مشتاق نگه دارد.

پانوشت‌ها

۱ـ اگری لاجوس، فن نمایشنامه نویسی، ترجمه‌ی دکتر مهدی فروغ، ص ۵۰.

۲ـ به نقل از مقدمهٔ «هابیل و چند داستان دیگر» نوشتهٔ میگل دِ اونامونو، ترجمهٔ بهاء الدین خرمشاهی، ص ۲، چاپ دوم ۱۳۶۹، انتشارات امیر کبیر.

۳ـ جنبه‌های رمان، ادوارد مورگان فورستر، ترجمه‌ی ابراهیم یونسی، چاپ امیر کبیر، ص ۱۱۳.

۴ـ هنر داستان نویسی، تألیف ابراهیم یونسی، انتشارات نگاه، ص ۵۲.

۵ـ همان، آقای یونسی درباره‌ی انتحال آگاهانه می‌نویسند:

«انتحال آگاهانه، گناهی است نابخشودنی، اگر نویسنده نمی‌تواند بدون دزدی از خیال دیگران بنویسد بهتر است ننویسد و پی کار دیگری برود. مردم را می‌توان فریب داد؛ ناشران را هم می‌توان اغفال کرد اما دیوار فریب، سرانجام فرو می‌ریزد و جامعه، نویسنده‌ی دزد را از خود می‌راند.»ص ۵۴

ایشان همچنین معتقدند: پرداختن به طرح‌هایی که پیرامون ناخوشی‌ها و مسائل ناخوشایند دور می‌زند، کار درستی نیست و نیز می‌گویند باید از آوردن وقایعی که جز تصادف، عللی ندارند پرهیز کرد.

۶ـ به نقل از «شیوه‌های نقدی ادبی» اثر دیوید دیچز و ترجمه محمد تقی صدقیانی و «دکتر غلامحسین یوسفی»، چاپ دوم، انتشارات علمی، ص ۲۸۷).

۷ـ Make-believe یک اصطلاح ادبی است که منتقدان به طور خاص در زمینه‌ی شعر، آن را به کار می‌برند. بر اساس مشخصه‌ی باورداشت، مخاطب تمایل دارد ادعای هنرمند را باور کند. دکتر سیروس شمیسا بر آن است که غزلیات سعدی دارای چنین مشخصه‌ای است؛ وی می‌نویسد:

«اشعار او مانند آثار هر شاعر بزرگ دیگری دارای مشخصه‌ی باور داشت (Make-believe) *است، اکثر غزلیات او طوری است که به نظر می‌رسد سعدی از حقیقت سخن می‌راند و معشوق خاصی را در نظر دارد و با آن معشوق حقیقی است که ماجرا می‌راند.»*

سیر غزل در شعر فارسی، چاپ اول، انتشارات فردوسی، ص ۷۷.

۸ـ هنر داستان نویسی، ابراهیم یونسی، انتشارات نگاه، صص ۴۹، ۵۰

۹ ـ به تازگی سریال جذابی از کانادا با عنوان «در برابر آینده» از کانال دوم سیما پخش می‌شود. این شخصیت فرضی به واسطه گربه‌ای که هر روز روزنامهٔ فردا را برایش می‌آورد، از وقایع آینده آگاه می‌شود. او تمام توان خود را بکار می‌بندد تا دیگران را در جریان حوادثی که در سر راهشان کمین کرده است قرار دهد. فیلمنامه نویس که از اصول روانشناسی کاملاً آگاه هست، انسان خستهٔ عصر خود را شناخته و می‌داند که در این روزگار، خوبی و زیبایی و حس انسان دوستی یک آرزوست و این آرزو را او با خلاقیت خود در شخصیت «گری هابسن» متجلی ساخته است. گری وجود خارجی ندارد. اما مخاطب دلش با اوست و دوست دارد که مانند او باشد.

۱۰ ـ البته امروزه بنابر اذعان روانشناسان شنیدن رادیو می‌تواند قدرت تخیل و حتی تفکر مخاطب را برانگیزد و این در حالی است که تلویزیون با غیر فعال کردن هشیاری موجب پدید آمدن حالتی نیمه هوشیار می‌شود که در طی آن فعالیت مغز کاسته می‌شود.

۱۱ ـ همان، ص ۵۴

۱۲ ـ همان، ص ۵۵

۱۳ ـ هنر داستان نویسی، تألیف ابراهیم یونسی، چاپ پنجم، انتشارات نگاه، ص ۵۲.

۱۴ ـ هنر داستان نویسی، تألیف ابراهیم یونسی، چاپ پنجم، انتشارات نگاه، ص ۱۱۰.

۱۵ ـ ارسطو و فن شعر، عبدالحسین زرین کوب، امیر کبیر، چاپ دوم، ۱۳۶۹، ص ۱۲۵.

۱۶ ـ شناخت عوامل نمایش، ابراهیم مکی، چاپ دوم، سروش، ص ۲۳۲.

۱۷ ـ همان، ص ۲۳۳.

۱۸ ـ ادبیات داستانی، جمال میر صادقی، انتشارات شفا، ۱۳۶۶، ص ۲۳۳.

۱۹ ـ ارسطو در تعریف تراژدی می‌گوید:

«پس تراژدی تقلید است از کار و کرداری شگرفت و تمام، دارای درازی و اندازه‌ای معین، به وسیله‌ی کلامی‌به انواع زینت‌ها آراسته و آن زینت‌ها نیز هر یک به حسب اختلاف اجزا، مختلف و این تقلید به وسیله‌ی کردار اشخاص تمام می‌گردد؛ نه اینکه به واسطه‌ی نقل و روایت انجام پذیرد و شفقت و هراس را برانگیزد تا سبب تزکیه نفس انسان از این حوادث و انفعالات گردد.»

این تزکیه را در اصطلاح ادب یونانی «کثارسیس» می‌نامند.

جی.ا.گودن، در ذیل کثارسیس می‌نویسد:

«تراژدی که موجب بیدار شدن احساسات نیرومندی در تماشاگر می‌شود تأثیری شفا بخش نیز در بر دارد به گونه‌ای که پس از غلیان و اوج احساسات یک حس رهایی از هیجان پدید می‌آورد که آرامش بخش است.»

عین عبارات او در این باره چنین است:

"the tragedy, having a roused powerful feelings in the spentator, has also

a therapeutic effect, after the storm and climax there comes a sense of release from tention, of clan." (page.109)

۲۰ـ شناخت عوامل نمایش، تألیف ابراهیم مکی، سروش، ص ۱۵۴.

هماهنگی

گفتیم که هماهنگی[1] یعنی لزوم یکپارچگی و تناسب و این یکپارچگی و تناسب را نباید با یکنواختی اشتباه گرفت. هماهنگی، ایجاد تعادل و توازنی است کـه در طـی آن مخاطب مدام با آمیزه‌ای از تنوع، مشتاق پی گیری برنامه باقی خواهد ماند. به بیان بسیار ساده و روشن، اساسی‌ترین کار یک برنامه‌ساز عبارت است از جلب توجه و مهم‌تر از آن، حفظ توجه مخاطب تا پایان. تنها پس از تحقق یافتن این اصل است که می‌توان به سایر مقاصد والا مانند ترویج دانش و بینش، شعر و زیبایی، سرگرمی و تطهیر عواطف مخاطبان، جامهٔ عمل پوشاند. اگر برنامه‌ساز توجه مخاطب را از دست بدهد و نتواند حواس او را کاملاً به آنچه گفته می‌شود معطوف دارد، تمامی سعی و تلاشش نقش بر آب خواهد بود. بنابراین ایجاد رغبت و انتظار، همچنان که شالوده‌ی تمام ساختارهای نمایشی است باید شالوده‌ی کار برنامه‌ساز و جزو اهداف اساسی او قرار گیرد. باید مطالب و گفتگوهای طرح شده در برنامه، مدام تغییر یابد زیرا هر نوع یکنواختی، بی‌تردید منجر به فرو نشاندن توجه و ایجاد

1- Consonantia

کسالت برای مخاطب خواهد شد. مارتین اسلین در این باره معتقد است که [۱]:

«ایجاد کشش و انتظار لزوماً تنها از راه شگردهای مربوط به طرح و توطئه‌ی داستان صورت نمی‌گیرد. حتی در آغاز یک باله‌ی بی‌طرح و توطئه‌ی داستانی، زیبایی رقصندگان می‌تواند برای برانگیختن رغبت و توجه کفایت کند و توقع تماشاگران برای مشاهده‌ی طیف کامل گام‌ها و حرکات باله هم می‌تواند زمینه‌ی انتظار و کشش کافی را برای حفظ تمرکز و حواس ایشان به مدت طولانی فراهم آورد.»

بنابراین شیوه‌ی ارائه‌ی مضمون و ایجاد یک واریاسیون[1] و موفقیت برنامه‌ساز هنرمند در تغییر مداوم مضمونی پر کشش، می‌تواند رغبت آفرین باشد. برای ایجاد چنین واکنشی، بهتر است برنامه‌ساز خود را به جای مخاطب بگذارد.

اگر توانست در کمال بی طرفی، از خود سوالاتی از این قبیل بپرسد. می‌تواند به ایجاد کشش در برنامه‌اش امیدوار باشد.

بعد چه روی خواهد داد؟

و یا اینکه:

می‌دانم چه روی خواهد داد اما چگونه روی خواهد داد؟

و یا اینکه:

می‌دانم چه اتفاقی روی خواهد داد و می‌دانم چگونه اتفاق خواهد افتاد، ولی چه واکنشی در برابر آن پدید خواهد آمد؟

و یا مثلاً اگر از همان اول جرقه‌ی جذابیت زده شود از خود بپرسد:

ترکیب طرح این برنامه چگونه خواهد بود؟

---

1. Variation

به هر روی بی‌تردید یک سؤال اساسی و بنیادی باید در همان اوایل برنامه در ذهن مخاطب ایجاد شود تا او بتواند با برنامه تا پایان کنار بیاید. در ضمن وقایع باید از تکرار مفاهیم و وقایعی که به نوعی در جاهای دیگر برنامه نیز عنوان شده‌اند خودداری ورزید. همچنین سوالاتی که ممکن است پاسخ‌های قابل پیش بینی را در ذهن مخاطب برانگیزند، باید حذف کرد. مارتین اسلین بر آن است که[۲]:

«هر صورت‌بندی اعجاب آور، هر گونه ترفند کلامی، هر گونه شوخ گویی و یا تصاویر لفظی و بدیعی به کیفیت پیش بینی ناپذیری جاذبه و توجه آفرینی گفت و شنودها می‌افزاید.»

البته ناگفته نماند که در برنامه‌های تلویزیونی اعم از نمایش یا مستند، حرکت‌های دوربین و ترفندهای تصویری باعث ایجاد ظرافت‌های بصری می‌گردند که در نهایت، توجه و رغبت مخاطب را بر می‌انگیزند اما ما در رادیو چنین امکانی نداریم. لیکن همین امر، موجب برخورداری ما از یک امکان وسیع‌تر و احساس برانگیزتر است. ما باید بجای ترفندهای تصویری و حرکت‌های دوربین، با ارائه‌ی تصاویری از طریق جملات و کلام در ذهنیت شنونده به تخیل او مجال جولان دهیم. رادیو می‌تواند با ایجاد یک صحنه‌ی نمایشی به یاری افکت و گفتگو، به عدد مخاطبان خویش هزاران تصویر متفاوت را در ذهنیت‌های مختلف پدید آورد و این قدرتی است که برنامه‌ساز نباید از آن غفلت ورزد. شاید برای همین است که گوش دادن به رادیو برای مخاطب آرامش و خیال انگیزی و گاه جذابیت بیشتری نسبت به تلویزیون داراست و نیز شاید برای همین است که به هر حال علی رغم پیشرفت ابزار و رسانه‌های بصری، هنوز رادیو مقام خود را داراست.

و اما عنصر مهم دیگری که می‌توان به آن پرداخت، کیفیت گفت و شنود گویندگان و یا کاراکترهای نمایش رادیویی است. مارتین اسلین در این باره به طور قطع و یقین اذعان می‌دارد که[۳]:

«کاراکتری که هرگز یک سطر سخن غافلگیر کننده، زیرکانه، سرگرم کننده و یا جالب به زبان نمی‌آورد، برای جلب همدردی و یا بیزاری تماشاگر دچار مشکلات زیاد خواهد بود.»

بویژه در برنامه‌هایی که به صورت زنده ارائه می‌گردد نباید تنها به صدای خوب و پخته‌ی گوینده اکتفا ورزید. طرح برنامه هر قدر که استادانه و نویسنده هر قدر که با آگاهی و علم دست به قلم برده باشد، عدم جذابیت کاراکتر گوینده می‌تواند برنامه را از توجه و اعتبار ساقط کند. گوینده‌ی توانا باید نیک محضر و نکته سنج باشد و مهم‌تر آنکه از پرگویی‌هایی که متأسفانه باب شده و به طرز ناخوشایندی معمول و شایع است، برحذر باشد. موضع گیری‌های بموقع، هماهنگ با هیجان‌ها و فضاهای متفاوت در برنامه، به طرز شگفت آوری بر اقبال عامه خواهد افزود.

به هر روی همان گونه که یک قطعه موسیقی باید با وزن و نواخت خود پیش رود و باید به بخش‌ها و موومان‌ها و ملودی‌های متمایزی تقسیم گردد تا بدور از یکنواختی و کسالت بر روح و ذهن شنونده تأثیر گذارد، یک برنامه نیز باید بر همین منوال با یک واریاسیون و آمیزه‌ی سرشار از تنوع به عنوان یک مجموعه‌ی هماهنگ، به مخاطب عرضه شود. به قول حافظ:

عشق و شباب و رندی، مجموعه‌ی مراد است
چون جمع شد معانی، گوی بیان توان زد

بنابر این همچنان که در بین دو صحنه‌ی نمایشی همجوار هر چه تفاوت بیشتر باشد خطر یکنواختی که سر منشأ کسالت و خستگی مخاطب است کمتر می‌گردد باید بخاطرمان باشد که رئوس مطالب و وقایع را در طرح طوری کنار هم بچینیم که هر بخش که عموماً با یک موزیک فاصله از بخش دیگر جدا می‌شود از نظر قالب از بخش دیگر متمایز باشد؛ مثلاً در یک برنامه ترکیبی بعد از یک گفتار صمیمانه و یا یک گزارش شنیدنی، یک قطعه

نمایش کوتاه می‌تواند، شنونده را از کسالت برهاند. بنابراین بهترین آمیزه، در یک برنامه رادیویی، شاید مجموعه‌ای باشد مرکب از گفتگوی صمیمانه‌ی گوینده (نه گفتار محض و خالی از بار عاطفه که قالب مقالات مجله و یا اخبار است)، نمایش‌های کوتاه و جذاب، گزارش‌های کوتاه از موارد بسیار خاص و شنیدنی و بالأخره قطعات موسیقی زیبا و احساس برانگیز که از ارکان اساسی هر برنامه رادیویی است.

پانوشت‌ها

۱ ـ نمایش چیست؟، مارتین اسلین، ترجمه‌ی شیرین خالقی، انتشارات آگاه، ص ۴۷.

۲ ـ همان، ص ۵۱.

۳ ـ همان، ص ۵۴.

درخشش

چنان که گفته شد مراد از درخشش[1] همان سحر کلام است؛ همان که در ترجمه از بین می‌رود و بنابر قول گراهام هوف(۱):

«تمام آنچه که در نهاد جمال شناسی و در حیطه‌ی زبان شناختی وجود دارد، آن چیزی است که ماورای استفاده‌ی مادی یا صرفاً بیانی کلام است.»

ارسطو در فن شعر، به طور مفصل بخشی را به اوصاف گفتار شاعرانه اختصاص داده؛ وی معتقد است که(۲):

«کمال گفتار شاعرانه در این است که به روشنی موصوف باشد بی‌آنکه مبتذل و ناپسند باشد و گفتار وقتی کاملاً به روشنی موصوف تواند شد که از الفاظ معمولی تألیف یافته باشد، به شرط آنکه شاعر هم به پستی و ابتذال

1- claritas

دچار نشود.»

ارسطو در جای دیگر [۳] می‌گوید که باید از به کار گیری الفاظی که با استعمال متداول عامه مخالف باشند دوری جست و بنابر قول صریح او وقتی کلام از این نوع الفاظ تألیف بیابد، سبک آن مشحون از معما و غرابت خواهد بود.

به هر روی اختصاص بخش عمده‌ای از فن شعر به اوصاف گفتار شاعرانه، نشان دهنده‌ی اهمیت فوق العاده‌ی کلام و بیان در نظام منطقی ادبیات است که برای ما ـ که کلام تنها پل ارتباطی با مخاطب است ـ باید فوق العاده اساسی و بنیادی تلقی شود و برایمان حساسیت برانگیز باشد. آری باید به نیروی شگفت آفرین کلمات توسل جست؛ نیرویی که می‌تواند پدید آورنده‌ی مفاهیمی خیال انگیز و تصاویری جاویدان باشد. مفاهیمی که به قول موریس مترلینگ زیبایی‌هایی گیراتر و فنا ناپذیرتر از زیبایی‌های اندیشه هستند.

ماهیت کلام

البته کلام هنرمندان همان اجزای کلام عادی است و در اغلب اوقات همان کلماتی است که در کوچه و بازار می‌شنویم ولی ترکیب آنها وقتی که از دستان هنرمند می‌تراود به گونه‌ای است که تأثیری فوق‌العاده بر مخاطب بر جای می‌نهد. این کلمات باید با دقتی بسیار، گزینش گردند. با ذوقی هنرمندانه در کنار یکدیگر چیده شوند تا بیان کننده‌ی خصوصیات و کیفیات و وقایع و اهداف برنامه‌ساز باشند. ابراهیم مکی درباره‌ی مکالمه‌ی دراماتیک اذعان می‌دارد که [۴]:

«از مهم‌ترین ویژگی‌های کلام دراماتیک ریتم آن است که بنابر کیفیت عاطفی وقایع در نظر گرفته می‌شود و با دخالت و تصرف در ساختمان ظاهری جمله به وجود می‌آید. همان‌گونه که شاعر با در هم شکستن قالب عادی زبان و پس و پیش کردن اجزای آن به جوهر و ماهیت شعر دست

می‌یابد. نویسنده‌ی کلام دراماتیک نیز با ایجاد تغییرات لازم در ساختمان کلام به مفاهیم عاطفی عالی‌تری که منطبق بر کیفیت دراماتیک مورد نظر است، می‌رسد.»

این ویژگی تنها مختص به گفتگو در نمایش نیست بلکه نویسنده‌ی مستند هم که با هدف جذب مخاطب وارد کار می‌شود ناگزیر از داشتن حساسیت شاعرانه است. چنانکه می‌دانیم سبک ادبی قابل ترجمه نیست. کلمات به قول سارتر شیء محسوب می‌شوند یعنی تنها معنای آنها مورد نظر نیست بلکه هر کلمه نیز مانند معنای آن مهم است و اگر متنی هنرمندانه پرداخته شده باشد هر کلمه اعتبار خود را داراست و قابل جا به جا شدن، حذف و یا جایگزین شدن با مترادف آن نیست.

و اما بنابراین انتقال بار عاطفه و احساس، یکی از وظایف اساسی نویسنده‌ی کلام رادیویی است. نظامی‌گنجوی که در منظومه‌ی دل انگیز «خسرو و شیرین» در انتقال بار عاطفی و دراماتیک اشخاص داستان غوغایی به پا کرده، می‌تواند شاهد مثالی بسیار مناسب بر ایمان باشد. یک نمونه از گفتار او که در نهایت زیبایی و استحکام لفظ و معنا سروده شده و می‌تواند الهام بخش واقع شود در اینجا ذکر می‌شود. این چند بیت گزیده‌ای از مناظره‌ی خسرو با فرهاد است:

«نخستین بار گفتش کز کجایی — بگفت از دار ملک آشنایی
بگفت آنجا به صنعت در چه کوشند — بگفت انده خرند و جان فروشند
بگفتا جان فروشی در ادب نیست — بگفت از عشقبازان این عجب نیست
بگفت از دل شدی عاشق بدین سان — بگفت از دل تو می‌گویی من از جان
بگفتا عشق شیرین بر تو چون است — بگفت از جان شیرینم فزون است
بگفتا دل ز مهرش کی کنی پاک — بگفت آنگه که باشم خفته در خاک
بگفتا گر خرامی در سرایش — بگفت اندازم این سر زیر پایش
بگفتا گر کند چشم تو را ریش — بگفت این چشم دیگر دارمش پیش

بگفتا دوستیش از طبع بگذار بگفت از دوستان ناید چنین کار»

کلام نظامی سرشار از همدلی و صمیمیت و در عین حال روشنی و سادگی است. کلمات او مأموریت انتقال بار عاطفی را به مخاطب به بهترین وجه به انجام می‌رسانند. «پل آرنولد در مقاله‌ای تحت عنوان «عناصر نمایش» دربارهٔ زبان یکی از شاعران می‌گوید[۵]:

«زبان کلودل، نخست به کمک آهنگی که خاص شخص اوست و بسی مرموز و دیر آشنا و ناخود آگاه است در روح شنونده می‌نشیند سپس از طریق التهاب و گرمای احساساتی که مبنای آن کلام است و نوعی خواب تلقینی، از راه نازونواخت و ملاطفت، مخاطب را برمی‌انگیزد و به وسیله‌ی کلماتی که پیاپی و بی‌انقطاع می‌آیند و تسلسل خواسته و دانسته و طولانی و کند الفاظی که از راه مقاومت، قدرت برانگیختگی ما را در هم می‌شکند، روح و جسم شنونده را به اسارت شخصیتی دیگر در می‌آورد.»

این بیان آرنولد دربارهٔ کلودل به نوعی دربارهٔ نظامی نیز صدق می‌کند. در همین منظومه در جایی شیرین با آن روح بلند که همواره مناعت طبعی بی‌نظیر از خود نشان داده است، از جفای خسرو چنان بی‌قرار و نالان می‌شود که بی‌اختیار شکوه را سر می‌دهد. این گلایه آنقدر رقیق و دل انگیز است که محال است بنابر قول آرنولد ارادهٔ مقاومت و قدرت برانگیختگی ما را در هم نشکند و به نوعی ما را منفعل نسازد. خلاصه‌ای از آن شکوهٔ عتاب آمیز از این قرار است:

«نخواهم کردن این تلخی فراموش که جان شیرین کندمریم کند نوش
نبودم عاشق ار بودم به تقدیر پشیمانم خطا کردم چه تدبیر
چنین تا کی چو موم افسرده باشم برافروزم و گرنه مرده باشم

به نفرینش نگویم خیر و شر هیچ خداوندا تو می‌دانی دگر هیچ
وگر شه گوید او را دوست دارم بگو کاین عشوه ناید در شمارم
وگر گوید کشم تنگش در آغوش بگو کاین آرزو بادت فراموش»

باز به قول آرنولد باز می‌گردیم. وی در پایان مقاله‌ی «عناصر نمایش» درباره‌ی کاربرد زبان چنین نتیجه گیری می‌کند (۶):

«کاربرد زبان در نمایش، کاری خاص و فن ویژه‌ای است که کنش آن نه اساساً ارشاد و هدایت اندیشه یا دلالت بر معنی است بلکه تأمین جریانی شاعرانه، غنایی و یا عرفانی است که حالتی روانی و یا مابعدالطبیعی در میان تماشاگران بر می‌انگیزد.»

اینجاست که «کثارسیس» یا پالایش روانی ارسطو از طریق کلمات به محسوس‌ترین وجه متجلی می‌شود.

شیوه‌های وصف

چنان که می‌دانیم کار عمده‌ی نویسنده بویژه در رادیو آن است که به یاری کلمات، اولاً پندار واقعیت را در مخاطب ایجاد کند و ثانیاً با انتقال عاطفه و احساس، او را درگیرسازد. همچنین بدیهی است که شنونده‌ی ما از نقل ساده و یکنواخت بیزار است. و گرایش او به شنیدن گفتگویی است که یا در قالب نمایش، استادانه پرداخت شده است و یا در قالب یک برنامه‌ی مستند به نحوی صمیمانه و جذاب او را ناگزیر از همراهی ساخته است. در اینجا برخی از شیوه‌های وصف را به اختصار ذکر می‌کنیم.

توصیف

هدف توصیف[1]، القای تصویر و تجسم موضوع است به همان گونه که در نخستین وهله

1. Description

به چشم ناظر می‌آید. باید چنان به توصیف کیفیت اشیا، اشخاص، اوضاع و احوال و اعمال و رفتار پرداخت که مخاطب را از راه شنیدن وادار به دیدن کرد.

جوزف کنراد در مقدمه‌اش بر «زنگی کشتی نارسیوس» می‌نویسد(۷):

«کاری که من در پی انجام آنم این است که با قدرت کلمات مکتوب وادارتان کنم که ببینید.»

سرهربرت رید نیز بیان کامل‌تری دارد؛ وی می‌گوید(۸):

«اگر از من بپرسید که شاخص‌ترین کیفیت نوشته‌ی خوب چیست من فقط یک کلمه می‌گویم: بصری بودن! آری بیان تصویر از راه کلمات، و اما بیان تصاویر خودش کلی کار است.»

بله! و این شعاری است که نویسنده رادیویی باید آن را نصب العین کار خویش قرار دهد:

«بیان تصویر از راه کلمات!»

گزارش

گزارش[1]، شرح یا توصیف، جزئیات وضعیت و موقعیت[2] یا واقعه‌ای است که معمولاً بر پایه‌ی مشاهده و تحقیق و یا هر دوی اینها بنا می‌شود. بسیاری از گفتارها و مقالات روزنامه‌ها و نیز اغلب داستان‌های غیر تخیلی و مستند[3] از گزارش مایه‌گرفته است. زبان گزارش صریح و مستقیم است، حال آن که زبان داستان و نمایش غیر مستقیم و تصویری است. در واقع گزارش شرح می‌دهد و داستان روایت می‌کند. در داستان وقتی به تشریح حادثه‌ای پرداخته می‌شود، به چگونگی وقوع آن و به احساس حال و هوای آن بیشتر

---

1. Report
2. Situation
3. Documentary

توجه می‌شود تا مطلع کردن مخاطب از ماوقع؛ حال آن که در گزارش تنها به ذکر واقعه و خصوصیت خبری آن پرداخته می‌شود. گزارشگر باید دارای ذهنیتی خلاق و هوشی سرشار باشد تا بتدریج در شکار وقایع و رویدادهای جالب و تازه، استاد گردد.

در رادیو یک گزارشگر آگاه هیچگاه اطلاعات خود را به رخ نمی‌کشد و سعی می‌کند به جای شاخ و برگ‌های بیهوده، چکیده‌ای جذاب از ماوقع را به مخاطب اطلاع دهد و بویژه از پرگویی‌های ملال آور بپرهیزد و با لحنی مؤثر، موجز، مخاطب را در جریان گزارش، صمیمانه و بی تکلف همراهی کند.

روایت

روایت[1] نوعی از بیان است که با سیر حوادث در زمان و با آن بخش از حیات و زندگی که در حرکت و جنب و جوش است، سرو کار دارد. روایت چنان که مشهور است به سؤال «چه اتفاقی افتاد؟» پاسخ می‌دهد. هدف روایت، تصویر و تجسم حوادث به طور محسوس و زنده است و بنابراین از انواع دیگر بیان مانند توصیف و شرح، گزارش و مباحثه نیز مدد می‌گیرد. روایت باید عنصر بسیار مهم کار یک نویسنده‌ی رادیویی باشد. بی‌تردید یک نویسنده‌ی رادیویی باید عادت خواندن داستان و رمان را سرلوحه‌ی عادات روزمره‌ی خویش قرار دهد تا بدین ترتیب بر شیوه‌های درست روایت گویی،تسلط یابد.

در روایت نیز، انتقال عاطفه و احساس، حرف اول را می‌زند. بی‌تردید هر چه مطالعه‌ی جنبی نویسنده، بیشتر و احاطه‌ی او بر روحیات مخاطبان وسیع‌تر باشد، در به کار گیری «روایت» موفق‌تر خواهد بود. بویژه به لحاظ جامعه شناسی برای شنونده‌ی ایرانی که از آغاز با نقل و نقالی، خو گرفته و شنیدن داستان از همان کودکی تار و پود فرهنگ و آداب او را تنیده است بهره بردن از شیوه‌ی «روایت» حتی در برنامه‌هایی که موضوع آن سیاسی است، بسیار مؤثر خواهد بود.

---

1. Narration

مباحثه

چنان که بخواهیم شخصی را قانع کنیم، به بیان مباحثه‌ای[1] متوسل می‌شویم. مشهورترین مباحثات، مجموعه مباحثات سقراط است. وی از این طریق به انتشار افکار و آرای خویش همت می‌گماشت.

مولوی نیز در مثنوی معنوی چنین شیوه‌ای را دنبال می‌کند و مخاطب را ناگزیر از همراهی با پیچیده‌ترین مباحث فلسفی، عرفانی و مذهبی می‌سازد و چنان این شیوه را استادانه به خدمت معانی دشوار و بلند خود می‌گیرد که حتی مخاطب عامی نیز می‌تواند از اشعار او لذت برد.

رادیو از این طریق بیشتر در گفتگوهای نمایشی می‌تواند سود ببرد. به هر حال در مکتوبات غیر نمایشی نیز برای اثبات قضایا بین دو گوینده، می‌توان مباحثه‌ای ظریف و لطیف ترتیب داد که به دور از پرگویی و هر گونه اظهار فضل باشد. بدیهی است چنانچه این گفتگو خوب پرداخته شود، شنونده با آن همراه می‌شود. ابراهیم مکی در بخشی تحت عنوان کشمکش در مکالمه می‌نویسد (۹):

«نویسنده باید جریان بازی پینگ پنگ را در نظر داشته باشد و رشته‌ی سخن باید درست مانند توپی که بین دو بازیکن رد و بدل می‌شود مرتب بین اشخاص بازی با ضربه‌های مناسب از طرف یکی به طرف دیگری پرتاب شود. اشخاص بازی باید حمله‌های طرف مقابل را رد کنند و به حمله‌ی متقابل بپردازند تا فکری که در خلال جمله‌های دراماتیک از طرف حریفشان به سوی آنها پرتاب می‌شود، دریافت دارند.»

---

1. Argument

اگر بتوان هیجان یک بازی ورزشی را در خلال مباحثه پدید آورد و با در بیم و امید نگاه داشتن شنونده، گفتگوها را زنده و جذاب پرداخت، می‌توان تا لحظه‌ی آخر برنامه، مخاطب را تشنه و مشتاق نگاه داشت.

تتمه

و اما در آخر، چند نکته‌ی دیگر برای نویسنده رادیویی ذکر می‌شود:

ـ سبک گفتار نویسنده باید به گونه‌ای باشد که هیچ فشاری برای تجزیه و تحلیل آن به مغز شنونده وارد نشود و نظرها و تصورات نویسنده باید بدون نیاز به توضیحات اضافی به مخاطب انتقال یابد. باید به خاطر داشت که در یک مقاله چاپ شده امکان بررسی و تأمل مجدد برای خواننده وجود دارد اما برای شنونده‌ی رادیو، این امکان منتفی است.

ـ گفتار باید ساده و طبیعی و به دور از پیرایه‌های ادبی و حشو و زواید و صنایع لفظی بوده و نیز باید لغات و کلمات، ساده و در عین حال تازه و روح بخش باشد. مطالعه‌ی دواوین ونیز آثار منثور ادیبان کلاسیک ما بهترین روش تمرین برای ساده نویسی و پرداختن زیبای کلام است. بنابراین نویسنده نباید خود را بی‌نیاز از مراجعه‌ی مدام به آنها بداند.

ـ از آوردن برخی کلمات ربطی رایج و مبتذل (مانند «در رابطه» و...) و نیز برخی عبارات کلیشه‌ای باید احتراز کرد. این عبارات، بیشتر در هنگام ابتدا و انتهای برنامه به گوش می‌خورد! سلام‌های پر طمطراق و خداحافظی‌های پر آب و تاب، اندک اندک در رادیو به صورت کلیشه در آمده و از این قبیل است برخی از عباراتی که قبل و بعد از بخش‌های مختلف برنامه آورده می‌شود. (نظیر با هم گوش می‌کنیم، با هم شنیدیم و...) به خاطر داشته باشیم که نویسنده‌ی صمیمی از عبارات کلیشه‌ای بشدت احتراز می‌کند و برای ابتدا، انتها و وارد شدن در مدخل بخش‌های مختلف برنامه روش دیگری را بر اساس ذوق پیش می‌گیرد. او حتی می‌تواند سؤالی طرح کند و یا به نکته‌ای اشاره نماید که در ذهن

شنونده تداعی خاصی را پدید آورد که آمادگی روانی و ذهنی او را برای شنیدن بخش بعدی برنامه برانگیزد و...

ـ در جایی که جمله‌ای کوتاه می‌تواند رساننده‌ی مطالب باشد، نباید از جملات بلند و پیچیده استفاده کرد.

ـ رادیو، آیینه‌ی تمام نمای زبان و ادب سرزمین ماست. از آوردن کلمات غلط مانند احتراماً،گاهاً، دوماً، جسماً، روحاً و از این قبیل و نیز تعابیر نامأنوس! که متأسفانه رو به تزاید است، باید اجتناب ورزید. همچنین است احتراز از کلمات غریب و بیگانه بویژه در جایی که معادل فارسی آن موجود است.

پانوشت‌ها

۱ ـ گفتاری دربارهٔ نقد،گراهام هوف، ترجمه‌ی پروینی، ص ۳۱.
۲ ـ ارسطو و فن شعر، زرین کوب، ص ۱۵۴.همان، ص ۲۴.
۳ ـ همان.
۴ ـ شناخت عوامل نمایش، ابراهیم مکی، ص ۱۳۳.
۵ ـ نمایش در شرق، مجموعه مقالات، ترجمه‌ی ستاری، ص ۱۱۳.
۶ ـ همان، ص ۲۴.
۷ ـ ادبیات و سینما، احمد امینی، ص ۸.
۸ ـ همان.
۹ ـ شناخت عوامل نمایش، مکی، ص ۱۴۱.

منابع و مآخذ

ـ ـــــ (۱۳۶۷). **از روی دست رمان‌نویس**. ترجمه‌ی محسن سلیمانی، تهران: نشر هنر اسلامی.

ـ ـــــ (۱۳۶۷). **نمایش در شرق**. ترجمه‌ی جلال ستاری، تهران: نمایش.

ـ اسلین، مارتین (۱۳۶۱). **نمایش چیست؟**. ترجمه‌ی شیرین خالقی، تهران: آگاه.

ـ اگری لاجوس (۱۳۶۷). **فن نمایش‌نامه‌نویسی**. ترجمه‌ی مهدی فروغ، تهران: نگاه.

ـ امینی، احمد (۱۳۶۸). **ادبیات سینما**. تهران: انتشارات فیلم.

ـ دِ اونامونو، میگل (۱۳۶۹). **ادبیات کلاسیک معاصر، هابیل و چند داستان دیگر**. ترجمه‌ی بهاءالدین خرمشاهی، تهران: امیر کبیر.

ـ دیچز، دیوید (۱۳۶۹). **شیوه‌های نقد ادبی**. ترجمه‌ی غلامحسین یوسفی و محمد تقی صدقیان، تهران: علمی.

ـ زرین کوب، عبدالحسین (۱۳۶۹). **ارسطو و فن شعر**. تهران: امیر کبیر.

ـ شمیسا، سیروس (۱۳۶۱). **سیر غزل**. تهران: فردوسی.

ـ مکی، ابراهیم (۱۳۷۱). **شناخت عوامل نمایش**. تهران: سروش.

جنبه‌های رمان. ترجمه‌ی ابراهیم یونسی، تهران: امیرکبیر.

ـ میر صادقی، جمال (۱۳۶۴). **عناصر داستان**. تهران: شفا.

ـ نظامی گنجه‌ای (۱۳۷۰). **کلیات خمسه**. تهران: امیر کبیر.

ـ یونسی، ابراهیم (۱۳۶۱). **هنر داستان نویسی**. تهران: نگاه.

- Guddon J.A. **A Dictionary of literary terms**.