گفت و گو

گفت‌وگو با رئیس اتحادیه رادیو و تلویزیون‌های آسیا و اقیانوسیه (ABU)

رادیو شنونده خود را دارد

رئیس اتحادیه رادیو و تلویزیون‌های آسیا و اقیانوسیه (ABU) در انحصار دولت قرار داشتن شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی در ایران را یکی از عواملی دانست که باعث جدا شدن این کشور از سایر کشورهای آسیایی شده است. دیوید استلی کمیت برگزاری جشنواره‌های مختص به برنامه‌های رادیویی را پایین خواند و افزود: جشنواره‌های فیلم و تلویزیون بسیاری در سطح دنیا برگزار می‌شود و از آن جا که این جشنواره‌ها بر تصویر استوار هستند، تماشاگران بسیاری را به سمت خود جلب می‌کنند. با این حال رادیو نقش مهمی را در دنیا برای انتقال اطلاعات ایفا می‌کند. وی با اشاره به تفاوت دو رسانه رادیو و تلویزیون خاطرنشان کرد: تلویزیون بیشتر برای سرگرم کردن مخاطبان استفاده می‌شود، ولی رادیو نقش اطلاع‌رسانی دارد. برای همین برگزاری جشنواره برنامه‌های تلویزیونی و جشنواره فیلم بسیار راحت‌تر از جشنواره‌های رادیویی صورت می‌گیرد. دیوید استلی، با ابراز خرسندی خود نسبت به برگزاری جشنواره رادیو در ایران اظهار کرد: نقش «ABU» این است که به صدای جمهوری اسلامی ایران کمک کند که کشورهای مختلف در این جشنواره شرکت کنند. وی همچنین به جشنواره برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی ABU اشاره کرد و گفت: در این جشنواره گاه بیش از ۵۵ کشور آسیایی شرکت می‌کنند و گرفتن جایزه ABU کار آسانی نیست. اما برای این که سطح کیفی برنامه‌های رادیویی در آسیا و اقیانوسیه بالا برود بهتر است، علاوه بر جشنواره ABU، جشنواره‌هایی مانند جشنواره رادیو در ایران در سراسر کشورهای آسیایی برگزار شود. به اعتقاد دیوید استلی، سطح کیفی جشنواره برنامه‌های رادیویی تهران به مرور زمان رو به بهتر شدن است و این جشنواره هر سال قوی‌تر از سال قبل برگزار می‌شود. سعی ما بر این است تا کشورهایی چون استرالیا، چین، کره و ژاپن را نیز به برگزاری چنین جشنواره‌ای تشویق کنیم. چرا که در حال حاضر جشنواره برنامه‌های رادیویی در این کشورها به برگزاری مسابقه میان تولیدات داخلی محدود می‌شود.

دیوید استلی، درباره ثبت رسمی جشنواره برنامه‌های رادیویی ایران در ABU متذکر شد: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران عضوی از ABU است و نه جشنواره برنامه‌های رادیویی این کشور. ABU حاضر است جشنواره‌های برنامه‌های رادیویی را در سطح جهان تبلیغ کند تا در دوره‌های بعدی کشورهای آسیایی بیشتر در این عرصه حاضر شوند. وی در پاسخ به این پرسش ایسنا که سطح کیفی برنامه‌های رادیویی در ایران را نسبت به آسیا چگونه ارزیابی می‌کند، گفت: ایران به لحاظ تولید برنامه‌های رادیویی و سایر برنامه‌ها کشوری پیشرفته محسوب می‌شود. چرا که گستره وسیعی از اطلاعات از طریق شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی این کشور به مخاطبان منتقل می‌شود. در شبکه‌های رادیویی ایران علاوه بر توجه به مبحث سرگرمی، به موضوعات دینی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی نیز توجه می‌شود. در بسیاری از کشورها مبنای برنامه‌های رادیویی بر سیاست داخلی استوار است. اما در ایران شاهد تولید برنامه‌های رادیویی در ژانرهای مختلف هستیم. رئیس اتحادیه برنامه‌های رادیو و تلویزیونی آسیا و اقیانوسیه(ABU)، درباره برنامه‌های رادیویی آسیا و مقایسه آن با برنامه‌های اروپایی و آمریکایی گفت: مردم آسیا دوست دارند درباره فرهنگ و آموزش برنامه ببینند. اما در اروپا و آمریکا بیشتر درباره مسائل سیاسی روز و موسیقی برنامه ساخته می‌شود.

رادیو رسانه‌ای مهم برای کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود، چرا که در این کشورها دسترسی به تلویزیون هنوز در سطح گسترده‌ای وجود ندارد. بنابراین رادیو جایگزین خوبی برای تلویزیون است. در کشورهای در حال توسعه‌ای مانند هند، لائوس و کامبوج، حتی مردم قادر نیستند روزنامه بخرند در نتیجه رادیو همچنان رسانه‌ای مهم محسوب می‌شود.

دیوید استلی، درباره در انحصار دولت قرار داشتن شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی در ایران تصریح کرد: این مسئله باعث شده که ایران از سایر کشورهای آسیایی جدا شود؛ چرا که در اغلب کشورهای آسیا در کنار چند شبکه دولتی، چندین شبکه رادیویی و تلویزیونی خصوصی فعالیت می‌کند. حتی در کشورهای همسایه ایران، افغانستان و پاکستان نیز تعداد زیادی شبکه خصوصی وجود دارد. وی همچنین به این پرسش که آیا راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی خصوصی در ایران، جایگاه این کشور را در ABU بالا می‌برد، پاسخ منفی داد و افزود: برای عضویت در ABU باید یک شبکه ملی داشت و اغلب کشورهای آسیایی دارای یک شبکه رادیویی و یک شبکه تلویزیونی ملی هستند. بر این اساس از آن جا که شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی در ایران به (IRIB) محدود می‌شوند، این سازمان تنها عضو ایران در ABU است و از این پس اگر رادیوهای دیگری در ایران به وجود بیایند در سطح پایین‌تری از (IRIB) قرار می‌گیرند. استلی، با بیان این که در سال‌های اخیر برنامه‌های رادیویی به سمت موسیقی پیش رفته‌اند گفت: برنامه‌های رادیو همواره ترکیبی از کلام و موسیقی خواهند بود. چرا که از رادیو بیشتر برای دریافت اطلاعات و اخبار استفاده می‌شود.

در کل جهان اغلب جوانان از رادیو برای شنیدن موسیقی استفاده می‌کنند و برنامه‌های مبتنی بر کلام در بین افراد مسن‌تر شنونده دارد. جوانان اطلاعات مورد نیاز خود را از طریق و رسانه‌های جمعی پیشرفته‌تر مانند اینترنت دریافت می‌کنند. با این حال رسانه رادیو همچنان شنونده خود را دارد. زمانی که تلویزیون وارد شد، همه فکر کردند که زمان شکست رادیو فرا رسیده است. اما این اتفاق نیفتاد. همان طور که تلویزیون به مرگ سینما منجر نشد. رئیس اتحادیه رادیو و تلویزیون آسیا و اقیانوسیه در پایان با اشاره به استفاده از تکنولوژی دیجیتال در رسانه رادیو گفت: با ورود این تکنولوژی به عرصه رادیو شاهد بهتر شدن وضعیت این رسانه خواهیم بود. رادیوهای دیجیتال بسیار کوچک هستند. در این سیستم مونیتوری وجود دارد که برای مثال وقتی موسیقی‌اش پخش می‌شود، تصویر و مشخصات آن، همانند ویدئو کلیپ بر روی صفحه ظاهر می‌شود.

گفت‌وگو با عذرا وکیلی سردبیر، تهیه‌کننده و گوینده برتر رادیو ایران

سلامی صمیمی به همه کودکان ایران

مهسا رضوی

«... و آیا ما می‌توانیم آنقدر سهل‌انگار باشیم که اجازه دهیم کودکانمان هر داستان پیش افتاده‌ای که هر نویسنده معمولی می‌تواند روایت کند را بشنوند و بدین ترتیب اندیشه هایی را وارد ذهن کودکانمان کنیم که بسیاری از آنها کاملاً برخلاف چیزی است که باید آرزو کنیم آنها وقتی بزرگ شدند بدانند و در زندگی‌شان به کار بندند؟ نه، نمی‌توانیم!»

افلاطون، جمهوریت

عکس: مهدی حسنی، شرق

هرچه زمان می‌گذرد، هنرمندان، جامعه‌شناسان، متولیان فرهنگ و صاحب‌نظران عرصه تعلیم و تربیت با وجود همه اختلاف‌نظرهایی که ممکن است در مورد تعریف هنر، کارکرد رسانه یا روش‌های تربیت و تنبیه افراد جامعه داشته باشند، بیشتر از پیش بر سر این حقیقت به تفاهم می‌رسند که: هنر در آموزش و پرورش کودکان و تربیت نسلی آفریننده، هوشمند، انتخاب‌گر و کامیاب نقشی انکارناپذیر دارد. مرکز هنرهای آفریننده کودکان آمریکا در گردهمایی سالانه خود در سال ۱۹۹۷، همه رسانه‌های این کشور اعم از سینما، کتاب، تلویزیون و رادیو را دعوت کرد که برنامه‌های حوزه کودکان خود را به گونه‌ای طراحی و اجرا کنند که در نهایت منجر به تحقق اهداف زیر شود: ۱- پرورش نیروی آفرینشگری و ذوق زیبایی‌شناسانه کودک ۲- پرورش تفکر انتقادی ۳- پرورش اجتماعی و توانایی انجام کار گروهی ۴- تقویت مهارت‌های ارتباطی ۵- پرورش ارزش‌های اخلاقی و معنوی ۶- شناخت خود ۷- پرورش توانایی درک کردن و احترام گذاشتن به پیش‌زمینه‌های فرهنگی و ارزش‌های دیگران.

در پایان این دستورالعمل برنامه‌سازی آمده است که با توجه به ضرورت تحقق اهدافی که گفته شد ما در هر رسانه‌ای که فعالیت می‌کنیم و با هر روشی که می‌توانیم باید تلاش کنیم تا تجربه‌ای منحصر به فرد و غنی از کودکی را برای نسل فردا بیافرینیم.

حال، در شرایطی که کشورهای پیشرفته جهان روز به روز بیشتر به ضرورت تخصصی شدن کار در حوزه کودک پی می‌برند، تا جایی که کشور ژاپن یک شبکه رادیویی ویژه کودکان خردسال پیش‌دبستانی تاسیس می‌کند، حذف گروه کودک رادیو ایران به قصد جمع و جور کردن شبکه‌ها و با این نیت که مبادا کیفیت فدای کمیت شود و هرچه حوزه‌ها در همه ادغام شوند کار با تمرکز بیشتری انجام می‌شود هم از آن حرف‌ها است!

گویی میان این همه شبکه‌ای که هر روز و معلوم نیست با چه پشتوانه مادی و فکری‌ای به جمع شبکه‌های صدا می‌پیوندد مثل همیشه و مثل خیلی عرصه‌های دیگر در جامعه، دیواری کوتاه‌تر از دیوار کودکان پیدا نمی‌شود. بحث درباره عملکرد صدای جمهوری اسلامی در حوزه کودک بحث مفصلی است که در قسمت دوم مطلب حاضر به آن خواهیم پرداخت، اما در این قسمت سراغ عذرا وکیلی یکی از پیشکسوتان حوزه برنامه‌سازی کودک در رادیو رفتیم تا با او درباره برنامه‌سازی برای کودک و برنامه «سلام کوچولو» که یکی از برنامه‌های موفق کودک رادیو در سال‌های اخیر است گفت‌وگو کنیم.

عذرا وکیلی در بخش برگزیدگان بخش داخلی هفتمین جشنواره بین‌المللی تولیدات رادیویی که هفته پیش در زیباکنار برگزار شد، در سه بخش تهیه‌کنندگی، گویندگی و سردبیری مقام اول را کسب کرد.

عذرا وکیلی فعالیت در رادیو را از نوجوانی و به عنوان هنرپیشه آغاز کرده است. سال ۱۳۴۸ وارد رادیو شد اما در سال ۱۳۵۲ بود که فعالیت حرفه‌ای‌اش را به عنوان تهیه‌کننده نمایشنامه‌های رادیویی و سردبیر، مجری و تهیه‌کننده برنامه‌های کودک آغاز کرد. وکیلی در طول بیش از سه دهه فعالیت مستمر در رادیو برنامه‌های مختلفی تهیه کرد. اما لذت‌بخش‌ترین و تاثیرگذارترین فعالیتش در رادیو را برنامه‌هایی می‌داند که برای کودکان تهیه کرده است.

به نظر وکیلی نوشتن و تولید برنامه برای کودک از سخت‌ترین و مهم‌ترین کارکردهای رسانه‌ای چون رادیو است، چرا که خانواده مبنای جامعه و کودک مهم‌ترین ثمره خانواده است: «اگر ما به عنوان کسانی که در رسانه اثر هنری می‌آفرینیم نتوانیم در پرورش شخصیت و شکوفایی استعدادهای کودکان جامعه نقش موثر داشته باشیم، در آینده کل جامعه دچار مشکل می‌شود.» به نظر عذرا وکیلی با وجود تمامی تحولاتی که در عرصه برنامه‌سازی کودک در دنیا رخ داده شکل و محتوای بسیاری از برنامه‌های کودک در صداوسیمای ما بر مبنای همان تصور غلطی تولید می‌شود که کار کودک را آسان‌ترین و دم‌دستی‌ترین حوزه برنامه‌سازی در رسانه می‌پندارد: «کار کودک ظرافت‌های خاصی دارد و آنقدر حساس است که کوچک‌ترین اشتباه در انتخاب متن، موسیقی و لحن می‌تواند بسیار گران تمام شود و تاثیر منفی روی شخصیت کودک بگذارد. برنامه‌سازی برای کودک بدون شناخت او و بدون مطالعه درباره روانشناسی کودک امکان‌پذیر نیست.» نویسنده، سردبیر، مجری و تهیه‌کننده برنامه صبحگاهی «سلام کوچولو» برای شناخت مخاطب خردسالش و تماشای واکنش‌های او به برنامه‌هایی که ساخته، بارها به مهدکودک‌های مختلف تهران سر زده است: «من گاهی به مهدکودک می‌روم و برنامه‌ها را برای بچه‌ها پخش می‌کنم و حرف‌ها، رفتارها و حتی حالات چهره آنها را با دقت زیر نظر می‌گیرم تا ببینم کودک کجاها گوش‌هایش را تیز می‌کند و حواسش را جمع می‌کند و کجا رادیو را رها می‌کند و پی کار دیگری می‌رود.»

اوسوالد بی‌شالو شاعر آمریکایی می‌گوید: «تفریح را انتخاب کن چرا که تفریح لذت می‌آفریند/ لذت دعوت به مشارکت می‌کند/ مشارکت تمرکز را بالا می‌برد/ تمرکز آگاهی را وسعت می‌بخشد/ آگاهی بصیرت را تقویت می‌کند/ بصیرت دانایی را به وجود می‌آورد/ دانایی عمل را آسان می‌کند و عمل به نتیجه می‌رسد.» عذرا وکیلی معتقد است: «برنامه‌ای که برای کودک ساخته می‌شود در درجه اول باید با هدف شاد و سرگرم کردن کودک تهیه شود. یعنی در درجه اول باید تمام تلاش‌مان را بکنیم با بهره‌گیری از موسیقی مناسب، قصه جذاب و فضای صمیمی کاری کنیم که کودک شاد شود و لذت ببرد و سپس به گونه‌ای غیرمستقیم و هنرمندانه و حداکثر یک نکته را در یک برنامه می‌توانیم به کودک آموزش دهیم، تحت هیچ شرایطی نباید کودک را با نصیحت یا حرف‌های پیچیده خسته کنیم.» او در تمام این سال‌هایی که با کودکان در ارتباط بوده، بارها دیده است که چگونه به محض اینکه رسانه بنای نصیحت و آموزش مستقیم را می‌گذارد کودک از برنامه رویگردان می‌شود و پی کار دیگری می‌رود.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های کار وکیلی و در واقع می‌توان گفت تاثیرگذارترین فعالیتش در حوزه برنامه‌سازی کودک، سبک جدیدی است که با ورودش به این عرصه پایه گذاشت: «وقتی من وارد کار کودک شدم، بچه‌های بزرگ‌تر یا هنرپیشه‌ها با صدای کودکانه حرف می‌زدند در حالی که به نظر من این روش برنامه را غیرطبیعی و عاری از صداقت و صمیمیت مورد نیاز برای تولید برنامه کودک می‌کند. به نظر من رادیو رسانه‌ای است که نخست باید بزرگ‌ترها را جذب کند چون گرفتن موج رادیو و پای رادیو نشستن برای کودک کار آسانی نیست اما وقتی بزرگ‌ترها صدای کودکان را بشنوند، جذب می‌شوند و چون از صدای طبیعی بچه‌ها خوششان می‌آید کودکان‌شان را هم تشویق می‌کنند که رادیو گوش بدهند. وقتی کودک می‌بیند یک نفر همسن و سال خودش در یک فضای کاملاً طبیعی در کنار بچه‌های دیگر قصه می‌گوید و بازی یا گفت‌وگو می‌کند ناخودآگاه با آنها احساس همراهی می‌کند، حس می‌کند او هم در بازی، در قصه‌گویی یا در گفت‌وگو مشارکت دارد.»

وکیلی هر دو سال یک بار، از بین کودکان ۳ تا ۶ ساله داوطلب، چند نفر را انتخاب می‌کند و برنامه را با حضور آنها در استودیو اجرا می‌کند. او به شدت روی این نکته تاکید دارد که همه چیز باید طبیعی باشد: «بچه‌ها ممکن است تپق بزنند، ممکن است وسط برنامه ناگهان بخواهند بروند بیرون آب بخورند یا حتی با هم دعوا کنند، اما تمام این لحظات باید ضبط و پخش شود تا هم کودک داخل استودیو و هم کودک شنونده احساس صمیمیت کند و در برنامه مشارکت داشته باشد. گاهی وقت‌ها بچه با هم سر چیزی درگیر می‌شوند و من می‌گذارم این درگیری پخش شود. نکته‌ای که اهمیت دارد این است که من به عنوان مجری و تهیه‌کننده در طول برنامه چه شگردی به کار ببرم که در پایان بچه‌ها به صورت خودجوش و طبیعی با هم آشتی کنند. این یک روش آموزش غیرمستقیم نه فقط به کودک بلکه به پدر و مادر کودک است.»

جولیا سوئر در مقدمه‌ای که بر کتاب «رادیو، راهی به سوی مطالعه» نوشته می‌گوید: «اگر ما به کتاب و قدرت آن در شاد و پربار کردن زندگی کودک ایمان داریم باید تلاش کنیم این کتاب را موثرتر از هر زمان دیگری تبلیغ کنیم و این تبلیغ هم باید به روش‌های جدید انجام شود.» عذرا وکیلی معتقد است یکی از مهم‌ترین نتایج مشارکت کودک در فرآیند بازی و قصه‌گویی علاقه‌مند شدن او به قصه و در نتیجه علاقه‌مند شدنش به کتاب است: «مثلاً من به بچه‌ها می‌گویم: بچه‌ها من امروز می‌خواهم یک قصه درباره کلاغ و موش و مورچه بگویم و از شما می‌خواهم به من کمک کنید. بعد من قصه‌گو می‌شوم و می‌گویم: «کلاغ گفت غار غار من این پنیر رو دوست دارم» بعد از بچه‌ای که خواسته کلاغ شود می‌خواهم جمله را تکرار کند، یک‌بار، دوبار، گاهی چند بار تا بالاخره جمله را می‌گوید و چون سواد خواندن و نوشتن ندارد وقتی می‌تواند جمله را کامل بگوید احساس می‌کند این قصه را خودش تعریف می‌کند یا حداقل در خلق داستان نقش دارد و به این ترتیب به قصه علاقه‌مند می‌شود.» وکیلی هر بار که به استودیو می‌رود یک کتاب قصه همراه خود می‌برد و وانمود می‌کند که همه قصه‌ها را از روی کتاب می‌خواند: «من کتاب را می‌گذارم مقابلم بعد آن را ورق می‌زنم طوری که کودک صدای ورق خوردن کتاب را خوب بشنود و می‌گویم: بچه‌ها ببینید من از روی کتاب قصه براتون می‌خونم، کتاب رو باید آهسته ورق زد که پاره نشه چون این کتاب قشنگه و...» من با این کار در واقع در ذهن کودک تصویر می‌آفرینم، رادیو رسانه تصویری نیست ولی مهم‌ترین کارش آفرینش تصویر در ذهن مخاطب است. و وقتی مخاطب ما کودک است، این وظیفه سخت‌تر و مهم‌تر می‌شود چرا که نیروی تخیل و رویاپردازی بزرگترین سرمایه رشد عاطفی و فکری کودک است. وکیلی از دوست کوچک نابینای ۷ ساله‌اش به عنوان نمونه‌ای در اثبات سخنش یاد می‌کند: «این پسر نابینای ۷ ساله که در حال حاضر مجری برنامه ما است وقتی پیش من آمد سه ساله بود و نمی‌دانست که نابینا است، فکر می‌کرد همه مثل او هستند و پدر و مادرش هم جرات نکرده بودند به او بگویند که نابینا است. اتفاقاً چند روز پیش و در هفته کتاب در مصاحبه تلویزیونی همراه من بود و آنجا در پاسخ به خبرنگار تلویزیون گفت: «من کتاب را خیلی دوست دارم و عکس‌هایش را نگاه می‌کنم، عکس‌های کتاب خیلی قشنگ است...» و آنجا بود که فهمیدم در تمام این مدت تصور می‌کرده که تصویرهایی که در ذهنش هنگام شنیدن قصه یا بازی و شعرخواندن شکل می‌گیرند، تصویرهای واقعی هستند که دیگران هم آنها را می‌بینند و به نظر من این کاری است که رادیو باید انجام دهد.» مجری و تهیه‌کننده برنامه «سلام کوچولو» معتقد است که درست است که ما باید کودکان را با ادبیات و فرهنگ کهن سرزمین‌مان آشنا کنیم اما این کار هم اصول و قواعد خودش را دارد، اصول و قواعدی که اگر رعایت نشوند، نتیجه کار معکوس خواهد بود و کودک را دلزده و گریزان می‌کند.

«با کودک باید راحت بود، او نهایتاً تا سه دقیقه با شما است بعد سه دقیقه حواسش جای دیگری می‌رود و این هنر مجری یا برنامه‌ساز است که با شگردهای خاص کودک را با خود همراه کند. من اگر تنهایی در استودیو بنشینم و قصه بگویم خیلی کارم راحت می‌شود اما قصه‌هایی که قرار است در حضور بچه‌ها و با مشارکت آنها گفته شود، به مهارت و دقت و دانش خاصی نیاز دارد. مثلاً من نمی‌توانم با بچه زیر ۶ سال درباره رستم شاهنامه صحبت کنم. باید بگویم یک نفر که خیلی زور داشت، یک شیر جنگل، این خیلی راحت‌تر در ذهنش می‌نشیند و بعد کم‌کم وقتی بزرگ‌تر شد آن کس که خیلی زور داشت می‌شود رستم شاهنامه. الان یکی از محبوب‌ترین قصه‌های نوه ۷ ساله من قصه رستم شاهنامه است. من به مرور زمان ذهن او را با شناخت یک اسطوره ملی آشنا کردم و او در وقت مناسب آن را پذیرفت و با آن ارتباط برقرار کرد.»

بعضی‌ها معتقدند با وجود رسانه‌های جدید، بازی‌های کامپیوتری و انیمیشن‌های متنوع و فراوان، رادیو، حداقل در مورد مخاطب کودک نمی‌تواند دیگر مانند گذشته‌های دور حرفی برای گفتن داشته باشد اما وکیلی با این نظر کاملاً مخالف است چرا که به نظر او هر رسانه جایگاه و تعریف خاص خودش را دارد. اگر رادیو نمی‌تواند مخاطب کودک را جذب کند ایراد از خود رسانه رادیو نیست بلکه برنامه‌ساز ناتوان است و نتوانسته از فرصتی که هنر و رسانه به عنوان وسیله انتقال اثر هنری دراختیارش گذاشته است استفاده کند: «اگر شما هدفی داشته باشید، و اندیشه غنی‌ای در پس کارتان وجود داشته باشد و خلاقیت به خرج دهید، در رادیو یا تلویزیون یا هر رسانه دیگر می‌دانید چطور مخاطبتان را جذب کنید. اتفاقاً رادیو در حال حاضر در دسترس‌ترین رسانه‌ها است. در سفر، پارک، اتومبیل، مهدکودک و... همه جا می‌تواند حضور داشته باشد. از کودکی که در اعیان‌ترین نقطه تهران زندگی می‌کند تا کودکی که اهل دورافتاده‌ترین روستاهای ایران است، هر قشر و طبقه‌ای می‌تواند به رادیو گوش دهد!!»

از مهم‌ترین موانع موفقیت برنامه‌های کودک در رادیو و تلویزیون ایران تعریف نشدن و مشخص نبودن گروه سنی مخاطب است. به نظر وکیلی «از کودکی تا نوجوانی چندین گروه مختلف سنی وجود دارد که هر کدام برنامه متناسب با ویژگی‌های خاص جسمی و روانی خود می‌طلبند. ما نمی‌توانیم سرمان را بیندازیم پایین و فقط برنامه کودک بسازیم و برویم. فایده‌ای ندارد.»

وکیلی پس از سی و پنج سال فعالیت مستمر در رادیو به این نتیجه رسیده که هنوز کار تخصصی در زمینه کودک انجام نمی‌شود و خیلی از مشکلات هم از همین جا شروع می‌شود: «در قبل از انقلاب بیشتر به برنامه کودک اهمیت می‌دادند، گروه‌های سنی مشخص‌تر بودند، یک برنامه ویژه خردسالان بود، یک برنامه ویژه نوآموزان و... اما بعد این روند ادامه پیدا نکرد.» وکیلی امیدوار است تغییراتی که ظاهراً قرار است در کنداکتور برنامه‌های کودک شبکه رادیوی ایران داده شود هرچه زودتر به ثمر بنشیند و ترجیح می‌دهد پس از دیدن حاصل این طرح‌ها، قضاوت کند.

قصه‌گوی مهربان و صبور کودکان ایران همچنان به قدرت رسانه رادیو در جذب مخاطب کودک ایمان دارد و یکی از زیباترین لحظه‌های برنامه‌سازی‌اش زمانی است که مادران، کودکان‌شان را برای شرکت در برنامه به استودیو می‌آورند. نواری را به او می‌دهند که روی آن صدای‌شان هنگامی که کودک بودند و با وکیلی گفت‌وگو کرده بودند ضبط شده است: «این اتفاق بارها افتاده، بارها و این برای من یکی از مهم‌ترین نشانه‌هایی است که ثابت می‌کند برخلاف تصور بعضی‌ها رادیو نمرده و برنامه کودک رادیو در طول این سال‌ها نمرده و هنوز می‌تواند تاثیرگذار باشد.»

اما عذرا وکیلی علاوه بر اینکه در کنار هنرمندی چون مریم نشیبا، شهرزادان قصه‌گوی رادیوی کودکان ایران بوده و هستند، در طول سی و پنج سال فعالیت حرفه‌ای‌اش یکی از تهیه‌کنندگان خلاق و برجسته نمایش رادیویی است.

وکیلی تاکنون مسئولیت تهیه‌کنندگی برنامه‌های نمایشی مختلفی چون از رمان تا نمایش (شبکه فرهنگ)، قصه شب (شبکه ایران)، قصه‌های تهران (شبکه تهران) و برنامه‌های نمایشی دیگر اداره کل نمایش رادیو را برعهده داشته است.

عذرا وکیلی، تهیه‌کننده نمایش در رادیو را یکی از مهم‌ترین عوامل نمایش می‌داند که باید شناخت کاملی نسبت به هنر نمایش و به‌ویژه نمایش رادیویی داشته باشد. تهیه‌کننده نمایش باید قبل از شروع کار حداقل دو سه بار متن نمایش را بخواند، اگر نمایشنامه بر اساس رمان یا فیلمی نوشته شده باید آن کتاب را بخواند و فیلم را تماشا کند. حس نویسنده یا هنرپیشه در هنگام آفرینش اثر در کتاب یا فیلم را درک کند و در رادیو هم آن را دوباره بیافریند.

تهیه‌کننده باید آنقدر روی متن تسلط داشته باشد که بتواند افکت و موسیقی را متناسب با هر لحظه نمایش درست و بجا استفاده کند مثلاً برای داستانی که در جنگ جهانی دوم اتفاق افتاد، یا نمایشنامه‌ای که فرانسوی است، باید متناسب با ویژگی‌های خودشان موسیقی و افکت انتخاب شود.

برای وکیلی مرحله ادیت کردن نمایش که معادل مونتاژ در سینما است اهمیت زیادی دارد و یکی از قسمت‌هایی است که ذوق و دانش تهیه‌کننده را نشان می‌دهد. در نهایت، به نظر این بانوی هنرمند پیشکسوت رادیوی ایران، مهم‌ترین ویژگی‌های هنرمندی که رادیو را به عنوان رسانه‌ای برای انتقال اندیشه‌هایش و خلق اثر هنری انتخاب می‌کند، نیروی سرشار آفرینندگی، دانش، صبر و پشتکار، عشق به مردم جامعه و احساس مسئولیت در برابر آنها است.

خلاصه گفت و گو

۱- جولیا سوئر در مقدمه‌ای که بر کتاب «رادیو، راهی به سوی مطالعه» نوشته می‌گوید: «اگر ما به کتاب و قدرت آن در شاد و پربار کردن زندگی کودک ایمان داریم باید تلاش کنیم این کتاب را موثرتر از هر زمان دیگری تبلیغ کنیم و این تبلیغ هم باید به روش‌های جدید انجام شود.»

۲- اوسوالد بی‌شالو شاعر آمریکایی می‌گوید: «تفریح را انتخاب کن چرا که تفریح لذت می‌آفریند/ لذت دعوت به مشارکت می‌کند/ مشارکت تمرکز را بالا می‌برد/ تمرکز آگاهی را وسعت می‌بخشد/ آگاهی بصیرت را تقویت می‌کند/ بصیرت دانایی را به وجود می‌آورد/ دانایی عمل را آسان می‌کند و عمل به نتیجه می‌رسد.»

ایستگاه شخصی

هویت رادیویی

سام فرزانه

هفته گذشته که نتوانستم ستون «ایستگاه شخصی» را بنویسم، مسئول صفحه رادیو و تلویزیون و تئاتر ناچار مطلب دیگری را در همین ستون، صفحه‌بندی کرد (دستش درد نکند) اما نام ستون همان ماند که قبلاً بود. یعنی با نام ستونی که چند هفته‌ای من نوشته بودم، مطلب دیگری، از نویسنده دیگری و با رویکرد دیگری چاپ شد.

نام ستون همان بود اما محتوا فرق کرده بود. درست مانند اتفاقی که بارها و بارها در رادیو روی می‌دهد. خیلی وقت‌ها شده که نام برنامه‌ای سال‌ها و سال‌ها می‌ماند ولی محتوایش عوض می‌شود و مخاطب هم البته این را می‌فهمد و بیشتر ترجیح می‌دهد که با برنامه دیگری همراهی نکند. دلیلش هم این است که مخاطب یک برنامه از آرم شروع تا صدای گوینده و نحوه پخش مطالب در لابه‌لای برنامه به آن عادت کرده است. این عادت هم چیزی نیست که به راحتی بتوان از یادش برد و نادیده گرفتش.

هویت یافتن برنامه‌های رادیویی سخت به دست می‌آید. مخاطب گذری که در تاکسی رادیو می‌شنود و مخاطبی که با شنیدن اولین کلمات عجیب و غریب از گیرنده، ترجیح می‌دهد دیگر به آن شبکه گوش نکند و پیچ رادیو را به سمت ایستگاه‌های دیگری می‌چرخاند، خیلی باید با برنامه‌ای و گردانندگانش اخت شود. این هویت ساده به دست نمی‌آید. اما می‌توان ساده بر بادش داد. چندتایی از برنامه‌های رادیو پیام این هویت را دارند، مثلاً برنامه‌ای که ساعد باقری شب‌های دوشنبه اجرا می‌کند، یا برنامه‌ای که سهیل محمودی شب‌های یکشنبه اجرا می‌کند. اگر شاعران دیگری بیایند و در این دو شب، جای این دو را بگیرند، حتماً آن برنامه مخاطب سابقش را نخواهد داشت. برنامه دیگری رادیو پیام دارد که صبح‌های دوشنبه با تهیه‌کنندگی و گویندگی جواد آتش‌افروز تهیه و پخش می‌شود. این برنامه به شیوه‌ای تهیه و پخش می‌شود که حتی عوض شدن صدابردارش هم جذابیت آن را می‌گیرد. اما واقعاً چند برنامه به این شکل و شمایل در رادیو شنیده می‌شود؟

چند برنامه در شبکه‌های مختلف رادیو داریم که یادمان بماند چه تهیه‌کننده، نویسنده، گوینده یا صدابرداری دارد؟ آیا شما که خواننده این ستون هستید، به غیر از سعید توکل و احمد شیشه‌گران که برنامه صبح جمعه با شما را تهیه می‌کردند، شما تهیه‌کننده دیگری در رادیو می‌شناسید؟

رسانه‌ها با ستارگانشان شناخته می‌شوند. روزی که محمد قوچانی سرمقاله شرق را می‌نویسد مردم سریع‌تر روزنامه را می‌خرند. چون این نام را با این روزنامه می‌شناسند.

رادیو چند نفر از این افراد دارد؟ بی‌شک کسانی که می‌توانند و قابلیت تبدیل شدن به ستارگان رادیویی را دارند در سازمان کم نیستند. زمانی که رضا رهگذر اجرای قصه‌های ظهر جمعه را در رادیو سراسری قطع کرد، یک دانشجوی ایرانی در دانشگاه مریلند آمریکا در رادیو اینترنتی خود یادی از رهگذر کرد و اینکه چقدر برنامه‌های او را دوست داشته است. زنده‌یاد منوچهر نوذری هم که از رادیو رفت، صبح جمعه لطف خود را (کمی تا قسمتی) از دست داد. مثال‌هایی از این دست کم نیستند. اگر روزی خبر رادیو سراسری بدون صدای خانم‌ها تاج‌نیا و صداقتی و آقایان هدایتی و خویشتندار پخش شود، شما فکر نمی‌کنید که اتفاقی افتاده است؟

این صداها هستند که در رادیو شناخته می‌شوند.

یکی از دلایلی که برنامه‌های رادیویی دچار این معضل می‌شوند و هویت همیشگی را ندارند، گستردگی برنامه‌ها و سازمان است. وقتی سازمان گسترده می‌شود، بهترین راه اداره رج زدن می‌شود. یعنی برای سیستم حقوقی بهتر است که یک صدابردار هشت ساعت در روز کار کند و از برنامه طنز تا برنامه سیاسی را صدابرداری کند. چنین صدابرداری قطعاً نمی‌تواند با برنامه اخت شود و ریزه‌کاری‌های برنامه را بداند و به اصطلاح با آن حال کند. یادش می‌رود که کجای آرم برنامه میکروفن را به گوینده بدهد و کجا از او بگیرد.

همین تراژدی برای تهیه‌کننده‌ها هم به وقوع می‌پیوندد. در برنامه‌های روزانه سردبیرها از خم و چم برنامه‌ای خبر دارند و تهیه‌کننده‌ها نوبتی سر برنامه می‌آیند. به این ترتیب شما برنامه‌ای درباره فلان مسئله فرهنگی را یک بار با موسیقی قوالی می‌شنوید و یک بار با موسیقی راخمانینف. گوینده‌های برنامه‌های روزانه هم همین وضع را دارند. شکل و ترتیب برنامه هم دچار همین معضل می‌شود. شما نمی‌توانید برنامه‌ای را با دو صدا و در دو هفته متوالی گوش کنید و باز هم بتوانید با آن ارتباط برقرار کنید. زمانی که تعداد شبکه‌های رادیویی زیاد شد، مدیران تصمیم گرفتند که هر گوینده، صدابردار، گزارشگر و تهیه‌کننده‌ای را تنها مجبور به کار در یکی از این شبکه‌ها کنند، به این ترتیب شما صدای گزارش آقای تفقد را که می‌شنوید یاد رادیو سراسری می‌افتید و زمانی که صدای آقای محمدی را می‌شنوید رادیو تهران به ذهنتان می‌آید. اما همین آقایان شاید روزی برای یک برنامه اجتماعی و روزی برای یک برنامه بهداشتی گزارش تهیه کنند.

رادیو پیام که می‌تواند چنین کاری بکند برای این است که گروه‌های مختلفی دارد که از شبکه‌های مختلف رادیویی به آن شبکه می‌آیند و تمام چهار ساعت را با شیوه خودشان اداره می‌کنند. حالا باید پرسید که چرا به این موضوع در رادیو فکر نمی‌کنیم؟ چرا به برنامه‌های روتین و روزانه تشخص لازم را نمی‌دهیم؟

■■■

اینکه بخش هویت را با مثالی از ستون ایستگاه شخصی آغاز کردم، به حساب این نگذارید که این ستون را با برنامه‌هایی که از آنها نام بردم مقایسه می‌کنم. شما این را بهانه‌ای بدانید برای شروع مطلب و نه چیز دیگر.