

مصاحبه

رادیو و شناخت روایات فولکلور؛ مصاحبه با

پروفسور اولریش مارزلف^۱

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۴/۶، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۴/۲۵)

مصاحبه‌کنندگان: محمد اخگری^۲

علی آنی‌زاده^۳

مترجمان: هدایت‌الله شاه‌رکنی

سویل ماکویی

اشاره

اولریش مارزلف، از ایران‌شناسان آلمانی است که سال‌ها بر روی قصه‌های ایرانی مطالعه کرده است. گنجینه فرهنگ مردم رادیو که امروز در واحد فرهنگ مردم مرکز تحقیقات صداوسیما استقرار دارد، یکی از منابع این ایران‌شناس پرکار بوده است. انتشارات سروش کتاب او را با عنوان *طبقه‌بندی قصه‌های ایرانی* منتشر کرده است. برای اطلاع از نظرات این استاد ایران‌شناس دو مصاحبه با ایشان انجام شده است. مصاحبه اول، گفتگویی است که دکتر محمد اخگری با پروفسور مارزلف برای پخش از رادیو آلمانی برون‌مرزی انجام داده است. این مصاحبه را آقای سید هدایت‌الله شاه‌رکنی، مدیر سابق رادیو آلمانی برون‌مرزی به فارسی ترجمه کرده است. مصاحبه دوم، توسط آقای علی آنی‌زاده مدیر محترم فرهنگ مردم انجام شده است. در این مصاحبه به نقش رادیو در شناخت مؤلفه‌های فرهنگ مردم در ایران و سایر کشورها اشاره شده است.

۱. Ulrich Marzolph استاد ایران‌شناسی و رئیس انجمن قصه‌شناسی دانشگاه گوتینگن آلمان.

۲. استادیار دانشگاه صداوسیما. akhgari@gmail.com

۳. مدیر واحد فرهنگ مردم مرکز تحقیقات صداوسیما. anizadehali@yahoo.com

۱۸۴ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

لازم به توضیح است رادیوهای برون‌مرزی پل ارتباط فرهنگی ایران با دیگر ملل جهان به شمار می‌روند و بی‌گمان نقش مهمی در شناساندن فرهنگ فولکلور به دیگر ملت‌ها دارند. در این رادیوها نیز اغلب برنامه‌هایی با موضوع قصه‌ها و ضرب‌المثل‌های ایرانی تولید و به زبان‌های مختلف پخش می‌شود. رادیو آلمانی برون‌مرزی یکی از رادیوهای قدیمی برون‌مرزی است که نیم قرن از تأسیس آن می‌گذرد و روزانه دو ساعت برنامه به زبان آلمانی پخش می‌کند. پرداختن به مشترکات میان فرهنگ‌ها برای شناخت و تفاهم میان ملت‌ها از جمله اهداف رادیوهای برون‌مرزی است. در مصاحبه اول، موضوع افسانه‌ها و قصه‌های فولکلور به عنوان درونمایه‌های فکری و زیستی مشترک ملت‌ها مورد بحث قرار گرفته است و در مصاحبه دوم ارتباط رادیو و فرهنگ مردم مدنظر بوده است.

مصاحبه اول

اخگری: آقای مارزلف، شما سالیان متمادی درباره داستان‌ها، قصه‌ها و افسانه‌های ایرانی مطالعه کرده‌اید. چرا شما به عنوان یک آلمانی مجذوب فرهنگ فولکلور ایران شدید و آیا این ادبیات با داستان‌های فولکلور در اروپا اشتراکاتی داشت که در شما برای تحقیق در این باره ایجاد انگیزه کرد؟

مارزلف: مطالعه درباره افسانه‌های ایرانی، موضوع تحقیقی جذابی است. بیش از سی سال است که به این موضوع پرداخته‌ام. از همان روزهای نخست که با دنیای ادبیات و فرهنگ ایران آشنا شدم و به ایران سفر کردم، این موضوع برایم جذابیت داشت. واقعیت آن است که افسانه‌های ایرانی و افسانه‌های اروپایی بسیار به هم نزدیک‌اند. آنچه که به این افسانه‌ها شکل می‌بخشد، در وهله نخست تلاش برای رسیدن به خوشبختی است. رسیدن به خوشبختی مقصد همه افسانه‌های جهان است. در افسانه‌های ایرانی، تجربه تاریخی انسان ایرانی به بیان می‌آید و آن نیز زندگی در شرایط سخت یعنی جغرافیای خشک است و در این شرایط، آب سرمایه‌ای برای ادامه حیات است. زندگی در شرایط سخت و با کار طاقت‌فرسا توأم است و افسانه‌ها بازگوکننده

رادیو و شناخت روایات فولکلور؛ مصاحبه با پروفسور اولریش مارزلف ❖ ۱۸۵

این تلاش‌اند. چنانچه موقعیت جغرافیایی و شرایط زندگی مردم را مد نظر قرار دهیم، درمی‌یابیم که چرا یک فرد عادی مثلاً یک «خارکن» و یا «هیزمشکن» که از قشر فقیر جامعه است، تا این حد سختکوش است و با درآمد اندک برای خود در جامعه ایجاد فرصت می‌کند. هدف مطلق آنها رسیدن به چیزی بود که پیش رویشان قرار داشت؛ یعنی خوشبختی و خوشبختی در نگاه آنها به معنی کسب قدرت و یا کسب درآمد هنگفت نیست، بلکه خوشبختی به معنای زندگی همراه با قناعت است که در آن نباید نگران یک لقمه نان باشد و بتوان رزق خانواده را تأمین کرد تا آنها در صلح و آرامش زندگی کنند. اینها ویژگی‌های افسانه ایرانی است.

اخگری: آیا این ویژگی‌ها را در افسانه‌ها و قصه‌های اروپایی هم می‌بینیم؟

مارزلف: قابل درک است که آرزوی انسان رسیدن به یک زندگی ساده باشد و ما این ویژگی را در افسانه‌های اروپایی نیز شاهدیم که به دنیایی پر از شگفتی‌ها و وقایع باورناپذیر می‌رسند، اما با این وجود بسیار جذاب، مقبول و فراطبیعی هستند. در این افسانه‌ها نیروهای وصف‌ناپذیر حضور دارند که برخی از آنها همانند حاکمان در همه جا حکومت می‌کنند و برخی از دنیای خارج وارد می‌شوند مانند «دیوها» و «شیاطین» و یا «پریان» که به فرشتگان در افسانه‌های اروپایی شباهت دارند. موضوع مشابه دیگری که در افسانه‌های ایرانی و اروپایی وجود دارد، رسیدن به یک آرزوی مشترک است؛ یعنی گذران یک زندگی ساده.

اخگری: آقای مارزلف شما در تحقیقاتتان به افسانه‌ها در میان ملت‌های مختلف

پرداخته‌اید. مطالعات تطبیقی افسانه‌های فولکلور چه جنبه‌هایی را دربرمی‌گیرد؟

مارزلف: من باید به مطالعات و یافته‌هایی برگردم که پیشینه دویست سال کار علمی را با خود به همراه دارند. برخی این تحقیقات را «مطالعات افسانه» می‌نامند، ولی من ترجیح می‌دهم از اصطلاحی خنثی یعنی «مطالعات قصه» استفاده کنم. در مؤسسه تحقیقاتی که من در آن مشغول به تحقیق هستم یعنی در «فرهنگ افسانه‌ها» در شهر گوتینگن به این تحقیقات «مطالعات تاریخی و تطبیقی قصه‌ها» می‌گوییم و این سیر مطالعاتی شکل‌گیری قصه‌ها را از جنبه تاریخی و مطالعات تطبیقی می‌کاود.

اخگری: سیر مطالعاتی درباره قصه‌های ایرانی چگونه است؟

۱۸۶ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

مارزلف: آنچه در اینجا به قصه‌های ایرانی مربوط می‌شود، وضعیتی نسبتاً روشن است. ایران از نظر جغرافیایی بین بلوک‌های مختلفی قرار گرفته است. از شرق به کشور هند با سنتی بسیار کهن می‌رسد. راه‌های ارتباطی زیادی به این منطقه می‌رسد و مهاجرت اقوام در دوره باستان و پیش از اسلام از این راه‌ها انجام شده است. در شمال، آسیای مرکزی است که ادبیات و زبانی ترکی در آنجا نفوذ دارد و ترکیه نیز در غرب واقع است و از طریق مغولان این ادبیات به ایران نیز وارد شده است. البته نباید فراموش کرد که در غرب ایران منطقه عربی نیز قرار دارد و فرهنگ اسلامی از این منطقه به ایران وارد شده است و اسلام دین ایرانیان است. بی‌گمان همه این موارد بر آنچه که ما از آن به عنوان قصه‌های ایرانی یاد می‌کنیم، تأثیر گذاشته است. تحقیقات تاریخی و تطبیقی به همه این ویژگی‌ها می‌پردازد. امروزه از نظریه‌ای با عنوان «نظریه مهاجرت» یاد می‌شود. بر مبنای این نظریه «افسانه‌ها» نیز مانند «قصه‌ها» مهاجرت می‌کنند.

اخگری: افسانه‌ها چگونه مهاجرت می‌کنند؟

مارزلف: افسانه‌ها به دو طریق مهاجرت می‌کنند: ۱. از طریق کتاب؛ یعنی کتابی از جایی به جای دیگر و از کشوری به کشور دیگر می‌رود و در آنجا ترجمه می‌شود؛ مانند پنجه تتره یا کللیه و دمنه که تمثیل‌هایی از زبان حیوانات است. قبل از اسلام از سانسکریت به فارسی میانه، پس از اسلام به عربی و دوباره از عربی به فارسی ترجمه شد و از آنجا به زبان ترکی و دیگر زبان‌ها برگردان گردید و در نهایت از طرق پیچیده، به واسطه ترجمه‌های لاتین و عبری به زبان‌های ملی اروپا وارد شد و از زبان‌های ملی به روایات شفاهی وارد گردید. این یکی از راه‌های پیچیده، اما قابل ردیابی است که افسانه‌ها چگونه از طریق کتاب مهاجرت می‌کنند. این راه شاید برای افسانه‌های ایرانی تعیین‌کننده باشد.

۲. از طریق راویان؛ راه دیگر از طریق مهاجرت روایات به صورت شفاهی است که ما آن را به راویان مدیونیم؛ افرادی که قصه‌ها را با خود می‌آورند و به روایت قصه‌ها علاقه‌مندند. این راویان قصه‌ها را برای شنوندگان نقل می‌کنند و شنوندگان به نوبه خود به آنها گوش می‌کنند، با خود حمل می‌کنند و آنها را برای دیگران نقل می‌کنند. امکانات

رادبو و شناخت روایات فولکلور؛ مصاحبه با پروفسور اولریش مارزلف ❖ ۱۸۷

مختلفی برای نقل قصه‌ها وجود داشت که تجار و بازرگانان، ارتباطات جنگی و نیز انتقال از طریق طبقاتی از مردم، از جمله این راهای انتقال روایات به صورت شفاهی است.

اخگری: شما نقش ایران را در این میان به لحاظ موقعیت جغرافیایی و فرهنگی مهم ارزیابی می‌کنید؟

مارزلف: ایران در انتقال روایات شفاهی نقش بسیار بسیار مهم داشته است. صلیبیون در فلسطین با کالای «قصه عربی» برخورد کردند و این کالا را در قالب کتاب به اروپا بردند و به زبان‌های ملی ترجمه شد. ایران در روند انتقال روایات شفاهی نقشی کلیدی داشته است. زیرا هرآنچه از مشرق زمین می‌آمد و در اینجا منظور از مشرق یعنی هم آسیای میانه و هم هند [است که] باید از ایران عبور می‌کرد و راهی جز آن نداشت. در شمال استپ‌ها و صحراهایی بود که در آن کاری انجام نمی‌شد. در جنوب و شمال هم دریای خزر. پس بنابراین هرچه به ارتباطات تجاری و دیگر ارتباطات این مناطق مربوط می‌شد و از آسیای میانه به سمت اروپا می‌رفت، باید از ایران عبور می‌کرد و بر روایات فولکلور ایرانی تأثیر فراوان داشت. روایات با روایت پیش از اسلام و دوران اولیه اسلامی تماس برقرار می‌کرد و از آنجا به مناطق دیگر منتقل می‌شد. روایات ترکی و تا حدودی روایات عربی، بر روایات اثر گذاشته‌اند و در نهایت این روایات به طرق مختلف به اروپا رسیده‌اند.

اخگری: پس بنابراین مشترکات فراوانی بین قصه‌های فولکلور ایرانی و آلمانی وجود دارد؟

مارزلف: یک نمونه روشن از این قصه‌های مشابه، قصه بز و بزغاله‌هایش است که من غالباً این مثال را ذکر می‌کنم و به خوبی نشان می‌دهد که افسانه‌ها چگونه از راه‌های پیچیده مهاجرت می‌کنند. در ایران این قصه را با نام سنگول و منگول می‌شناسند. همین قصه در اروپا هم شهرت دارد. این مثال را برای آن نمی‌آورم که بگویم چگونه قصه‌ها از هند و ایران به اروپا می‌رسند، بلکه این مثال برای یافتن ریشه‌های مشترکی است که ما آنها را در دوره باستان متأخر یعنی قرن پنجم و ششم پس از میلاد مشاهده می‌کنیم. محور اصلی قصه آن است که بز، بزغاله‌هایش را راهنمایی می‌کند و به آنها می‌گوید که

۱۸۸ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

تحت هیچ شرایطی نباید به گرگ اجازه ورود بدهند و باید از جان خود محافظت کنند. این قصه از همان دوران در اروپا وجود داشته و گسترش یافته است. در قرن نوزدهم آن را در قالبی شاعرانه و بسیار زیبا در ایران هم می‌بینیم. بنابراین در اینجا با ریشه‌های مشترک روبه‌رو هستیم. اینکه این ریشه از منبعی مشترک نشئت گرفته و یا با نوعی درهم تنیدگی روایات روبه‌رو هستیم که از ایران و شرق به اروپا رسیده‌اند، عاملی تعیین‌کننده نیست. به نظر من عامل تعیین‌کننده آن است که افسانه‌های ایرانی و به عبارت بهتر بیش از ۹۰ درصد از قصه‌ها و افسانه‌هایی که در ایران گسترش یافته‌اند، با افسانه‌های اروپایی قرابت بسیار بسیار نزدیکی دارند.

اخگری: آیا می‌توان گفت که شناخت ادبیات و فرهنگ فولکلور ملل مختلف به فهم متقابل ملت‌ها از یکدیگر می‌انجامد؟

مارزلف: این موضوع بسیار جالب و مهم است. درک ملت‌ها از یکدیگر دشوار است، اما باید مرزهای زبانی را برداشت. تفاوت‌های فرهنگی متعددند. باید نخست آنها را بشناسیم تا بتوانیم به درک متقابل دیگران برسیم. وقتی به قصه و افسانه می‌پردازیم می‌بینیم که چه نقش مهمی در درک ملل از یکدیگر ایفا می‌کنند، اما پرسش این است که چگونه؟ پاسخ ساده است. مطالعه قصه‌های ایرانی نشان‌دهنده نیازها، آرزوها و کاستی‌ها و آلام است و نشان می‌دهد که این مردمان چگونه یکدیگر را درک می‌کنند و نشان می‌دهد که چقدر با آرزوها و آلام و نیاز مردمان اروپا قرابت دارند. از طریق ترجمه می‌توان به این نتیجه دست یافت و جامعه اروپا درمی‌یابد که روایات ایرانی چقدر با روایات اروپایی مشابهت دارد. این پل ارتباطی مطمئن و بسیار بسیار مستحکم برای آن است که ملل جهان به تفاهم فرهنگی دست یابند.

مصاحبه دوم

آنی زاده: همان طور که می‌دانید در ایران سید ابوالقاسم انجوی شیرازی در سال ۱۳۴۱ طی برنامه‌ای رادیویی به نام فرهنگ مردم، گنجینه‌ای از گزارش‌های توصیفی

رادیو و شناخت روایات فولکلور؛ مصاحبه با پروفیسور اولریش مارزلف ❖ ۱۸۹

مناطق مختلف ایران را گرد آورد. آیا این تجربه در آلمان یا سایر کشورهای دیگر وجود دارد؟

مارزلف: کار انجوی منحصر به فرد است. من از فعالیت‌های مشابه در کشورهای اروپایی و غربی و بویژه کشورهای خاورمیانه اطلاعی ندارم. اوج فعالیت جمع‌آوری فولکلور در غرب به اواخر سده نوزده و اوایل سده بیستم یعنی زمانی که رسانه‌های جدید هنوز در دسترس نبودند، بازمی‌گردد. جمع‌آوری فولکلور اغلب از طریق پرسشنامه‌هایی به دست آمده است که به طور معمول به مخاطبان وسیعی از «فولکلور» دسترسی داشتند نظیر استادان، مقامات محلی یا فرهنگیاران. پرسشنامه‌ها اغلب شامل پرسش‌های بسیاری درباره فولکلور بود که برخی از آنها بسیار جزئی و مرتبط با تمام ابعاد آن از جمله آداب و رسوم، باورها و روایت‌های فولکلور بودند. در قالب روایت مردم، تلاش‌های فردی جدی پژوهشگران فولکلور تا مدت‌های مدید بسیار تأثیرگذار بود، زیرا این افراد در تلاش برای دسترسی مستقیم به «راویان»شان بودند و روایت‌های مفیدی را تا حد ممکن به صورت مستقیم ثبت می‌کردند.

انجوی کار خود را پس از برنامه رادیویی فضل‌الله صبحی آغاز کرد و با استفاده از این برنامه رادیویی، ضمن آنکه به انتشار مطالب فرهنگ مردم اقدام کرد، افراد علاقه‌مند از سراسر کشور را برای گردآوری فولکلور دعوت به کار نمود و بدین ترتیب توانست به تدریج بزرگ‌ترین گنجینه فولکلور موجود در خاورمیانه را که به صورت مستقیم از مردم دریافت شده بود، ایجاد کند.

در ارزیابی کار منحصر به فرد *انجوی* باید گفت که این کار بدل به مسئولیت فوق‌العاده برای واحد فرهنگ مردم و همکارانی شده است که امروزه این کار را ادامه می‌دهند. بیش از هر چیز، این مسئولیت ایجاب می‌کند که از اشیای گنجینه، فارغ از اینکه امروزه این اشیاء ارزش مشخص دارند یا نه، محافظت شود. با تغییر زمانه، ارزش این تلاش‌های تاریخی مشخص می‌شود. آنچه امروز ممکن است بی‌فایده تلقی شود، فردا گنجینه‌ای از داده‌هایی است که به ما اجازه می‌دهد تا در مورد گذشته اطلاعات کسب کنیم. اگرچه ممکن است مردم ارزش پژوهش‌های تاریخی را زیر سوال ببرند، اما گذشته جایی است که حال ما در آن بنا شده است.

۱۹۰ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

آنی زاده: برنامه فرهنگ مردم بیش از ۵۷ سال پیایی تولید می‌شود و هنوز هم از برنامه‌های مطرح رادیو در ایران است. آیا تداوم این برنامه نیاز به تغییر ساختار و محتوا دارد؟

مارزلف: متأسفانه من در سال‌های اخیر به برنامه گوش نکرده‌ام. گرچه تغییر در ساختار برنامه به تغییر نگرش برنامه‌سازان و مخاطبان بستگی دارد. اگر کسی به تغییر می‌اندیشد، نیازمند توجه به ارزش در حال تغییر فولکلور تاریخی در جامعه امروزی است. آیا فولکلور تاریخی هنوز یکی از مؤلفه‌های حیاتی زندگی روزمره مردم است؟ برای مثال اگر آیین نوروز را در نظر بگیریم، پاسخ مثبت است. اما در مورد آیین‌های دیگر و افسانه‌ها چگونه؟ اگر می‌خواهیم ارزش افسانه‌ها برای مردم امروز ایران را دریابیم، باید مستقیماً از خود مردم سوال کنیم. به عبارتی این نکته‌ای است که من همواره به همه مجموعه‌داران فولکلور گوشزد می‌کنم که علاوه بر ارزش یک متن مشخص، معنای مرتبط با آن نیز ارزشمند است. مجموعه‌داران در ایران اغلب خودشان قصد دارند متنی را تهیه کنند که در بهترین حالت، همراه با اطلاعات پایه در مورد راوی متن است. اما در زمینه روایت چگونه؟ به طور معمول چنین افسانه‌ای در چه موقعیتی گفته شده؟ مخاطب آن چه کسی خواهد بود؟ چه معنایی برای راوی و مخاطب دارد؟ چه پیامی را منتقل می‌کند؟ اینها پرسش‌هایی هستند که پاسخ به آنها موجب می‌شود دریابیم آیا برنامه رادیویی برای تطبیق با نیازهای متغیر مخاطب نیازمند تغییر است یا نه و تا چه میزان.

آنی زاده: با توجه به ویژگی‌های خاص رادیو مانند شنیداری بودن آن و بهره‌مندی از تخیل شنوندگان و نیز بی‌بهره بودن از قدرت تصویر، چه موضوعاتی از فولکلور دارای قابلیت طرح در رادیو برای برنامه‌سازی است؟

مارزلف: گاهی تصویری کردن فولکلور کمک می‌کند تا مخاطب تصویر واضح‌تری دریافت کند. در هنگام دیدن، یک تفسیر مشخص از موضوع به مخاطب عرضه می‌شود، اما با شنیدن همان موضوع، با توجه به پیشینه اجتماعی و فردی خاص مخاطب، ممکن است تفسیرهای متفاوتی برداشت شود. با این روش، گوش دادن به یک برنامه رادیویی مانند گوش دادن به یک کتاب صوتی است. در این حالت، تصاویر

رادیو و شناخت روایات فولکلور؛ مصاحبه با پروفسور اولریش مارزلف ❖ ۱۹۱

ثابت برای هدایت تخیل شنوندگان وجود ندارد. همچنین باید پرسیم یک برنامه رادیویی خاص به دنبال چه چیزی است؟ آیا می‌خواهیم پیامی بسیار مشخص همراه با چارچوب و تفسیر روشن منتقل شود؟ یا می‌خواهیم با تقویت تجربه گوش دادن، خیال و تصورات شنونده را به عرصه‌های جدید و گاه ناشناخته سوق دهیم؟ خیال و تصور ابزارهایی قوی برای شروع این کار است و اگر بخواهیم برای شنوندگان روش‌های جدید بهبود زندگی‌شان را شرح دهیم، آنها باید به فولکلور دسترسی نامحدود داشته باشند.

آنی زاده: به نظر شما با توجه به گسترش رسانه‌های نوین آیا هنوز رادیو می‌تواند به گردآوری، تبیین و تحلیل مباحث فولکلور کمک کند؟

مارزلف: به نظر من رسانه‌های جدید به ضرورت رقیب اصلی رسانه‌های سنتی مانند رادیو نیستند، بلکه آنها روش‌های دیگری برای انتقال و دسترسی به اطلاعات ارائه می‌دهند. امروزه در غرب، افراد هنگام انجام کار دیگری مانند رانندگی یا کار خانه به رادیو گوش می‌دهند، یعنی رادیو همچنان رسانه اصلی برای انتقال اطلاعات است. همچنین شبکه‌های اجتماعی رسانه مهمی برای نسل جوان محسوب می‌شود و اگر می‌خواهیم پیام با همه ابعادش منتقل شود، باید رسانه‌های جدید را مورد توجه قرار دهیم. مسئله، این یا آن نیست، بلکه وجود یک طرح پیچیده است که در آن هر رسانه‌ای بتواند هدف مورد نظر را در بهترین شکل محقق نماید.

برنامه رادیویی /نجوی بسیار موفقیت‌آمیز بود، چون او از رادیو به عنوان وسیله ارتباطی در دو وجه استفاده کرد؛ از یک طرف برای انتقال اطلاعات به مخاطب و از سوی دیگر، دعوت از شنوندگان برای مشارکت در جمع‌آوری مواد فولکلور و ارسال آن به برنامه برای استفاده آنها در آینده. از آنجا که روش‌های ارتباطی طی دهه‌های گذشته تغییرات شگرفی داشته است، به نظر می‌رسد باید رسانه‌های جدید را نیز مدنظر قرار دهیم.

آنی زاده: از رسانه‌های نوین به چه نحو می‌توان برای توسعه نظری و عملی فولکلور استفاده کرد؟

۱۹۲ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

مارزلف: گفته می‌شود در غرب شنوندگان مدرن بویژه جوانان تمرکز کوتاه‌مدت دارند، بنابراین هر پیام برای انتقال باید کوتاه، جذاب، دقیق و ظریف ارائه شود تا در زمانی کوتاه از سوی شنونده هضم گردد. فولکلور باید برای شنوندگان جوان و کودک «دلپذیر» ارائه شود تا توجه آنها را جلب کند. در اینجا بار دیگر تأکید می‌کنم که باید بدانیم نسل‌های جوان چه نوع فولکلوری را ترجیح می‌دهند و می‌پذیرند. برای مثال اگر شنونده امروزی نتواند افسانه‌های سنتی را به دلیل از مدافتاده و کسالت‌بار بودن درک کند و نقش آنها را در فرهنگ سنتی بپذیرد، همچنان زندگی مدرن را حفظ خواهد کرد. در زمینه فولکلور، برنامه‌ای مانند «از ایران چه می‌دانیم؟» به نظر مناسب می‌آید. چنین برنامه‌ای می‌تواند جزئیات مهمی از فولکلور را در چند دقیقه کوتاه عرضه کند. هر فردی برای شناخت جایگاه خود در زندگی مدرن باید جزئیات فرهنگ سنتی خود را بشناسد و افرادی که این نوع آگاهی را دارند، ویژگی‌های متمایزی نسبت به آنانی دارند که فاقد آن هستند. البته ناگفته پیداست که همه این موارد باید با ارزیابی درست سنت صورت گیرد.