

کوتاه، اما گویا

گزارشی از درس استادان علی آذری ارقون و محمدمهدی سدیفی درباره
چگونگی آیت‌سازی در رادیو

❖ تدوین و تنظیم: فرزانه نزاکتی
کارشناس ارشد ارتباطات

اشاره

مینی‌مالیسم یا کمینه‌گرایی، مکتبی هنری است که اساس آن بر سادگی در بیان استوار است. در ادبیات، کمینه‌گرایی سبکی ادبی است که بر پایه ایجاز و فشردگی در محتوای اثر بنا شده است. مینی‌مالیست‌ها در کوتاه‌گویی تا به آنجا پیش می‌روند که تنها عناصر ضروری اثر، آن‌هم در کمترین و کوتاه‌ترین شکل، باقی بماند. به همین دلیل، کم‌حرفی از مشخص‌ترین ویژگی‌های این آثار است. در رادیو، آیتم، همان مینی‌مال برنامه است. آیتم‌سازی، کاری هنرمندانه است که تهیه آن به گفته استادان این فن، سخت‌تر از برنامه‌سازی است؛ تا آنجا که گاهی بیش از ساخت یک برنامه کار و زمان می‌برد. آیتم‌ساز باید خلاقیت بیشتری از برنامه‌ساز به‌خرج دهد. در ادامه با مرور دزین استادان این حرفه، به بیان ویژگی‌ها و باید و نبایدهای آیتم یا همان مینی‌مال رادیویی می‌پردازیم.

به ذوق و سلیقه آیتم‌ساز قالب آیتم می‌تواند انعطاف‌پذیر باشد. از نظر صاحب‌نظران ارتباطات و رسانه، قالب‌های آیتم‌سازی وجود دارد که شامل مصاحبه، گزارش، موسیقی، بریده گفتار و... است.

تفاوت و شباهت آیتم و برنامه

در کل این تصور را که آیتم تافته جداافتاده‌ای از برنامه است، باید از ذهن بیرون کنیم. واقعیت آن است که آیتم باید همان رنگ و بوی برنامه را داشته باشد. اما آیتم‌سازی کاری سخت‌تر از برنامه‌سازی است. برای اینکه در یک آیتم کوتاه سخت‌تر می‌توان همه عوامل لازم را در نظر

برنامه تعیین و تعریف کرده‌ایم، رعایت می‌کنیم. مانند: تفریحی و سرگرمی، خبری، اجتماعی، علمی و ... ضمن آنکه رویکرد برنامه باید متناسب با اهداف برنامه تعیین شود. اگر رویکرد ما با اهداف ما هماهنگ نباشد، بدون شک شنونده را از دست خواهیم داد. به‌عنوان نمونه، در یک برنامه جنگ عصرانه لازم نیست پیام‌های زیادی در یک آیتم یا آیتم سنگینی در برنامه داشته باشیم.

در مورد انتخاب قالب آیتم هم باید گفت: گرچه خود سردبیر یا تهیه‌کننده قالب برنامه و در نتیجه قالب آیتم را تعیین می‌کند، اما با توجه

آیتم چیست؟

آیتم، بخشی از برنامه است که در عین اینکه بسیاری از ویژگی‌های برنامه را دارد، باید به‌طور خاص تعریف و جایگاه و نقش ویژه آن در برنامه تعیین شود. این امر به‌معنای تضاد آیتم با برنامه نیست، بلکه فقط برای آن در برنامه نقش تعیین می‌شود. در واقع، شیوه‌های گفتار در برنامه مانند: متن، موسیقی، گزارش و آیتم‌ها و بخش‌های مختلف برنامه باید با هم جمع شوند تا هدف برنامه را تأمین کنند.

رویکرد و قالب آیتم‌سازی

در آیتم‌سازی هم، رویکرد برنامه را که در طرح

گرفت؛ به گونه‌ای که آیتم هم هدفمند باشد، هم جامعیت نسبی داشته باشد، هم پیام را خوب برساند و ارتباط خوب ایجاد کند، هم زیبا باشد و از نظر صدابرداری نیز مشکلی نداشته باشد. تفاوت آیتم‌سازی با برنامه‌سازی آن است که آیتم لزوماً آرم و نام نمی‌خواهد. گرچه اگر داشته باشد، مشکلی ندارد و گاهی خوب هم هست.

لزوم هنرمندانه بودن آیتم

هنرمندانه‌بودن کار رادیو در آیتم‌سازی شاخص‌تر است. آیتم‌سازی نوعی کار مینی‌مالیستی است که سخت‌تر از خود برنامه‌سازی است. نکته مهم اینکه، در آیتم، امر ساختن وجود دارد، وگرنه فقط کنار هم چیدن و میکس کردن یک‌سری گزارش با هم، آیتم نمی‌شود. اگر قرار باشد آیتم از برنامه ضعیف‌تر باشد یا صدابرداری آن مشکل داشته باشد، قابل قبول نیست. سطح آیتم باید بالاتر از برنامه باشد؛ چون آیتم‌ساز نسبت به تهیه‌کننده وقت بیشتر و در نتیجه امکان بیشتری برای بروز هنرمندانه خویش دارد. پس یک آیتم‌ساز یک تهیه‌کننده ناشی نیست.

موسیقی آیتم

کیفیت موسیقی، انتخاب نوع آن و... همه باید ظریف و دقیق باشد. به‌عنوان نمونه، در آیتم یک برنامه معارفی، موسیقی غربی نباید پخش شود. آشنایی تهیه‌کننده با موسیقی، امری است که حتماً باید در برنامه‌سازی در نظر گرفته شود. عواملی که باید برای انتخاب موسیقی در نظر بگیریم؛ اشتهار اجتماعی، تعلق ملودیا، تناسب با موضوع و ریتم برنامه است که با علم و تجربه به‌دست می‌آید. پرسش و مطالعه از کسانی که با سابقه‌تر هستند، در این زمینه کمک‌کننده است.

در آیتم‌های موجود گاهی دیده شده است که اشکالات موسیقایی در حد ذوقی و هنری نیست، بلکه اصولی و آن‌قدر مشهود است که موجب فقدان پخش برنامه می‌شود. بنابراین کسی که می‌خواهد آیتم بسازد، حتماً باید راه و رسم برنامه‌سازی را بداند. اگر لازم است، کلاس‌ها و کارگاه‌های لازم را بگذراند. یکی از عوامل مؤثر، انگیزه و خواست خود آیتم‌ساز است. اگر آیتم‌ساز به این کار علاقه‌مند باشد، با مطالعه دستورالعمل‌هایی که در این باره وجود دارد و قرار گرفتن در کنار یک برنامه‌ساز با سابقه و موفق، می‌تواند به او در ساخت آیتم کمک

کند. ممکن است ما به کرات در کار خود اشتباه کنیم و متوجه آن نشویم، اما وقتی حساسیت یک تهیه‌کننده قدیمی را ببینیم، می‌توانیم کارمان را اصلاح کنیم.

علاوه بر این، کمیته ارزشیابی برنامه‌های رادیو، درباره برنامه‌سازی، راهنمای استفاده از موسیقی و مباحث دیگر جزواتی تهیه کرده است که می‌تواند مفید باشد. وقتی موسیقی جدیدی به‌دست تهیه‌کننده یا آیتم‌ساز می‌رسد که شناسنامه ندارد و نمی‌داند که مربوط به عزاداری است یا بزم، محلی است، موسیقی فیلم است و یا... باید از اهل آن پرسد. موسیقی پهنه‌ای وسیع است. برای همین است که انتخاب موسیقی در ارزیابی کار تهیه‌کننده خیلی مهم است.

زمان آیتم

زمان آیتم کوتاه و مشخص است. اگر آیتمی دارای آرم و نام باشد، باید دارای مقدمه و مؤخره بوده، ویژگی‌های برنامه را هم داشته باشد که دیگر خود برنامه است. حتی در نظام برنامه‌سازی MC هم هر یک از آیتم‌ها یک برنامه تلقی می‌شود. چون مخاطب خود را تعریف کرده، زبان بیان خود را انتخاب نموده است و نام و نشان مستقلی دارد. برنامه سنگینی برای مخاطبان تاریخ‌شناس می‌سازیم؛ یا برنامه‌ای که در قالب نمایش است و محتوای تاریخی دارد؛ و یا برنامه دیگری که برای مخاطب عام مسائل تاریخی را مطرح می‌کند؛ گرچه هر سه درباره تاریخ است، اما چون مخاطب و سطح و قالب آنها متفاوت است، برنامه‌های متفاوت و مختلفی هستند. هیچ‌یک از اینها نمی‌تواند در قالب یک آیتم باشد.

آیتم‌سازی، ساختن بخش‌های کوتاه هنرمندانه است که به کلیت برنامه‌ها کمک کند. آیتم را می‌تواند خود تهیه‌کننده هم بسازد. بنابراین آیتم حتماً باید کوتاه باشد، چون نوعی میان‌برنامه است و خود آن یک برنامه مستقل و کامل نیست. مدت‌زمان آیتم با توجه به سایر بخش‌ها و ریتم کلی برنامه تعیین می‌شود. بسته به نوع برنامه، این ریتم متفاوت است. به‌عنوان مثال، در برنامه‌های صبحگاهی ریتم، تندتر و طول آیتم‌ها کوتاه‌تر است. آیتم‌ها یک حداکثر زمانی دارند که نباید از آن تجاوز کنند. اینها ریتم برنامه را تعیین می‌کند. به‌عنوان نمونه، ریتم برنامه شامل دو تا سه دقیقه برای تک گفتار و پنج دقیقه برای آیتم است. اما این کوتاهی نباید باعث اختلال در پیام شود. گاهی ایجاز، مخل برنامه است. تعداد زیاد

وقفه در آیتم مناسب نیست. آیتم نباید آن‌قدر سریع باشد که شنونده فرصت فکر کردن پیدا نکند. از موسیقی فاصله برای همین استفاده می‌کنیم. در آیتمی که می‌خواهیم شنونده را به تفکر واداریم، باید مجال اندیشه را به او بدهیم. نه اینکه چندین پیام در یک آیتم بگنجانیم و پیام بسیار کلیدی و طلایی را در انتهای آن قرار دهیم. شنونده نباید بلافاصله بعد از پیام آیتم به استودیو برگردد.

زبان و ساختار آیتم

یک پرسش خوب در اینجا آن است که آیا زبان آیتم و الزامات آن، محلی است یا بین‌المللی؟ همان‌طور که به عنوان نمونه، تست هوش از جمله موارد بین‌المللی است که ربطی به فرهنگ‌های مختلف ندارد و فقط برخی موارد را با فرهنگ کشور موردنظر تطبیق می‌دهند، ساختار آیتم هم همین‌طور است. این امر به فیزیولوژی انسان برمی‌گردد. در کار رسانه، فرد باید ابزارهای لازم را بشناسد، مواع را برطرف و مخاطب خود را طوری تعریف کند که دامنه وسیع‌تری را دربرگیرد. در مورد برنامه‌سازی با یک کلید می‌شود حتی به‌صورت شهودی به نتیجه رسید. آن کلید «مبنا قراردادن فیزیولوژی انسان» است.

همان‌طور که می‌دانید، بخشی از بحث زیبایی‌شناسی به فطرت و طبیعت انسان بازمی‌گردد. مثلاً در عکاسی، کنتراست، هارمونی و نقطه طلایی داریم. در طراحی آیتم هم برای زیباسازی، با استفاده از صدای زن و مرد یا صدای بم و زیر، کنتراست ایجاد می‌کنیم. هارمونیک‌بودن برنامه یا آیتم نیز به آن معناست که در عین تفاوت، میان بخش‌های آن تجانس وجود داشته باشد. نقطه طلایی آیتم نیز همان جایی است که گره‌گذاری یا گره‌گشایی پیام صورت می‌گیرد. بدین ترتیب، کار رسانه‌ای حتماً یک تبیین هنری دارد. اما برای شناخت بهتر آن، در جاهایی که تحقیقی صورت گرفته به‌سراغ آن می‌رویم؛ درغیراین‌صورت، شهود می‌کنیم.

صدای گوینده و مجری

باید توجه داشت که در هر صورت، مهم‌ترین رکن رادیو صداست و صدای گوینده و مجری باید خوب باشد. اگر اختلالی در صدا هست، حتماً باید برطرف شود. با توجه به نوع صدا معلوم می‌شود که چه مقدار صحبت یا صدای

فلانسی کفایت می‌کند. ما در برنامه **فرهنگ مردم** دریافته بودیم که یک صفحه متن و در برنامه آواها و نواها نصف صفحه متن - که حدود یک دقیقه می‌شد - کافی است. فقط در مورد گفت‌وگو با شنوندگان بود که به پرسش‌های آنها پاسخ می‌دادیم؛ چون نمی‌خواستیم پاسخ شنونده نیمه‌کاره بماند. در رادیو، باید هنر تقطیع برنامه را داشته باشیم. موسیقی باکلام، حداکثر سه دقیقه پخش شود. در موسیقی‌های طولانی ما بندهای تکراری را از وسط برمی‌داشتیم تا با حفظ کامل، آن موسیقی را در زمان خودمان پخش کنیم. این امر هم امکان دارد که در انتهای یک جمله یا بند، آن را فید (Fade) و محو تدریجی یا با صدای مجری ترکیب کرد؛ به‌ویژه در برنامه‌های صبحگاهی و عصرگاهی نمی‌شود یک موسیقی ۲۰ دقیقه‌ای پخش کرد. اما توجه داشته باشید که تیغ تهیه‌کننده هم باید تیغ هنرمندانه باشد؛ به‌طوری که کسی متوجه آن نشود و حتی هنرمندان دیگر از کار شما لذت ببرند. میزان دقیق اینها را می‌توانید از مقالات علمی یا با شهرد خودتان به‌دست آورید.

تعیین هدف برنامه

گاهی برنامه‌سازان در تعیین هدف برنامه دچار مشکل می‌شوند. توجه کنید که هدف برنامه باید از نوع ایجادکننده یا زائل‌کننده باشد. برای نمونه، ایجاد بالندگی در شنونده، یک هدف است. اکنون با مثالی چگونگی تعیین هدف برنامه را شرح می‌دهم: معمولاً هدف برنامه را براساس آسیب‌شناسی یا معضلی که درجایی داریم، تعریف می‌کنیم. مثلاً اگر معضل قاچاق در میان مردم شهرستان موردنظر وسعت زیادی دارد، برنامه‌ساز با توجه به آسیب‌شناسی و مطالعات اجتماعی این پدیده به موضوع بیکاری می‌رسد. سپس راه‌حل‌های احتمالی را بررسی می‌کند؛ مانند: ایجاد تعاونی‌ها. آنگاه هدف برنامه را ایجاد تعاونی به‌وسیله جوان‌ها یا خانواده‌ها تعیین می‌کند. بعد شیوه کار خود را تعریف می‌کند؛ به‌عنوان نمونه، ایجاد و معرفی الگوهای مثبت در زمینه راه‌اندازی تعاونی. پس از آن، به رویکرد برنامه می‌پردازد. مخاطب جوان که پای بحث تحلیلی مفصل نمی‌نشیند؛ پس قالب برنامه باید تفریحی و کارشناسی باشد.

دراماتیزه کردن آیتم

یکی از جذاب‌ترین قالب‌ها در رادیو، گزارش و

مصاحبه است. صدای شنونده یکی از جذاب‌ترین عوامل در برنامه‌سازی است. البته این الگوها باید به شکلی هنرمندانه مطرح شوند که یک وجه آن دراماتیزه کردن کار است. برای آنکه بدانیم مصاحبه و گزارش چگونه می‌توانند دراماتیزه شوند، باید بدانیم که ویژگی‌های درام چیست؟ گره‌افکنی و ایجاد پرسش یکی از راه‌های دراماتیزه کردن کار است. دراماتیزه کردن، توجه شنونده را به خود جلب می‌کند. اگر فقط مطالب را به‌صورت اطلاعات و اخبار بدهیم، ممکن است مخاطب همه آن‌را دریافت نکند. بنابراین در آیتم‌سازی، غیر از داشتن هدف، رویکرد و زبان هماهنگ با برنامه، لازم است کار را دراماتیک کنیم.

نکته آخر اینکه فراموش نکنید هنر برنامه‌ساز در دورریختن است؛ دورریختن برخی بخش‌ها به‌خاطر نداشتن پیام، به‌خاطر استفاده از صدای بد و... . آنگاه آنچه باقی بماند حتماً کار ناب و با کیفیتی است.

آیتم چیست؟

ترجمه تحت‌اللفظی کلمه «آیتم»، قطعه، قلم و بخش است. اما در رادیو، آیتم تعریف خاصی دارد. در رادیوهای خبری، مانند **BBC** منظور از آیتم لوکال (Local Item)، خبرهای محلی است. مثلاً به گزارش‌های خبری شبکه پنج سیما، آیتم لوکال می‌گویند. اما در ایستگاه‌های رادیویی خودمان، آیتم را در زمینه‌های مختلف مانند: اجتماعی، ورزشی، خبر، گزارش و... دیده‌ایم. بد هم نیست که در موضوعات مختلف آیتم داشته باشیم. در رادیو **BBC**، آیتم به‌خبر منحصر شده است، اما دست ما برای آیتم‌سازی بازتر است.

تعریف دقیق آیتم، بیان یک موضوع، گفتن یک سخن و شرح واقعه‌ای در یک جمله است. اگر در برنامه رادیویی، بخش‌های مختلفی مانند سلام و احوالپرسی، طرح موضوع، بحث، سخن کارشناس و... داریم، آیتم باید همه اینها را در یک جمله جمع کند؛ یعنی آیتم ۲۰ دقیقه‌ای نداریم. آیتم باید در کوتاه‌ترین زمان با کمترین جملات و کمترین موسیقی به‌نتیجه برسد. طرح موضوع، بسط موضوع و نتیجه‌گیری باید در کوتاه‌ترین زمان اتفاق بیفتد. اگر چنین نباشد، آیتم موفق نیست و تأثیرگذاری ندارد.

پس آیتم‌سازی، ساخت برنامه در حد یک

سطح آیتم باید بالاتر از برنامه باشد؛ چون آیتم‌ساز نسبت به تهیه‌کننده وقت بیشتر و در نتیجه امکان بیشتری برای بروز هنرمندانه خویش دارد. پس یک آیتم‌ساز یک تهیه‌کننده ناشی نیست.



جمله است؛ موسیقی شروع، میانی و موضوعی دارد؛ مطلب دارد؛ گوینده یا گزارشگر و گاهی هم صحبت با کارشناس دارد. درواقع، یک برنامه مینی‌مال است. وارد کردن این آیتم در یک برنامه بزرگ‌تر، بحث دیگری است.

موضوع آیتم

یکی از مشخصه‌های آیتم آن است که تنوع موضوعی ندارد. در یک آیتم، یک موضوع را مطرح می‌کنیم، روی آن بحث می‌کنیم، آن را بسط می‌دهیم و از آن نتیجه می‌گیریم. آیتم نباید خبر صرف باشد و بدون نتیجه‌گیری رها شود. طرح و بسط موضوع هم به‌تنهایی کافی نیست. پرسش‌های بعدی باید در انتهای آیتم مطرح شوند. رادیو باید شفاف باشد. باید درون آن را دید. از همه عواملی که به آیتم کمک می‌کنند (از جمله کارشناس و موسیقی) می‌توان برای نتیجه‌گیری استفاده کرد. این محدودیتی ندارد که از چه طریقی نتیجه بگیریم. گاهی نتیجه‌گیری را به‌خود شنونده محول می‌کنیم، اما آن هم باید همراه تفکر و با روشن کردن مسیر باشد.

زمان آیتم

نه در رادیوهای ما و نه در رادیوهای دیگر مدت زمانی برای آیتم مشخص نشده است. سال‌ها پیش در آموزش‌های ارتباطات می‌آمد که برای نتیجه‌گیری در یک رسانه‌جمعی مانند رادیو، ۱۰ دقیقه فرصت دارید. در حال حاضر این زمان به سه دقیقه رسیده است. الآن سرعت اطلاع‌رسانی بسیار بالاتر از گذشته است. اگر برنامه‌های رادیویی سی یا چهل سال پیش را گوش کنید، می‌بینید که پیشتر حتی گوینده‌ها شمرده‌تر صحبت می‌کردند اما حالا به ناچار سرعت بیان هم بالاتر رفته است. آیتم هر چه کوتاه‌تر باشد، بهتر است. اما اگر بیان مطلب، به ناچار طولانی شد، هیچ قانونی برای منع آن وجود ندارد. از این نظر آیتم‌سازی مانند آرم‌سازی است. وقتی موزیک، انتخاب نام، صداگذاری، گوینده و همه اینها خوب است، بعد می‌رویم سراغ آنکه از همه کوتاه‌تر است و در کمترین زمان، مطلب را رسانده است.

شروع آیتم

حال سؤال آن است که آیتم باید چگونه آغاز شود؟ با کلام یا با موسیقی؟ و آیا موسیقی فاصله می‌خواهد یا خیر؟ گوینده داشته باشد یا گزارشگر؟

برای پاسخ به این پرسش‌ها لازم است توجه کنیم که آیتم برای یک برنامه معین ساخته می‌شود. باید خود برنامه را در نظر بگیریم. وقتی در یک برنامه زنده، موضوع آیتم را معرفی می‌کنند و بعد موسیقی می‌گذارند، آن موسیقی به موسیقی آرم شما متصل می‌شود. پس اگر مطمئن هستید که تهیه‌کننده برنامه، قبل از آیتم شما از موسیقی استفاده می‌کند، شما اول آیتم موسیقی نگذارید. درغیراین‌صورت، حتماً در ابتدا و انتهای آیتم از موسیقی مشخص استفاده کنید که آیتم شما قابل تشخیص باشد.

موسیقی آیتم

موسیقی آیتم را به‌طور کلی به چهار نوع اصلی تقسیم می‌کنند:

الف- موسیقی آرم که تعریف خودش را دارد و باید نوعی موسیقی باشد که خیلی مورد مصرف قرار نگرفته و بکر باشد. در آن حتماً جایی برای گذاشتن کلام و معرفی موضوع و نام آیتم بگذارید. این موسیقی باید با فضای برنامه‌ای که برای آن ساخته می‌شود، همخوانی داشته باشد. آیتم مستقل نیست، بلکه درون یک برنامه است.

ب- موسیقی اینترلود که فقط فاصله است و هیچ چیز را بیان نمی‌کند. این موسیقی در برنامه‌سازی هم وجود دارد. بین بخش‌ها و آیتم‌ها فاصله می‌گذارد.

ج- موسیقی اینسیدنتال بر مبنای موضوع شکل می‌گیرد. اگر شما آیتم یا موضوعی، به‌عنوان نمونه شخصیت حافظ را دارید و در آن از موسیقی الکترونیک استفاده کنید، همه به شما می‌دندند. چون نه زمان آن با دوران زندگی حافظ سازگاری دارد و نه نوع و لحن آن. موسیقی باید بر مبنای موضوع به آیتم اضافه شود.

د- اسپشیل میوزیک یا موسیقی مخصوص. استفاده از موسیقی گاهی آن‌قدر مخصوص می‌شود که قبل از آن حادثه یا فرد خاص این موسیقی را خواهید شنید. به‌عنوان نمونه، در فیلم **پدر خواننده** هر جا قرار بود قتلی اتفاق بیفتد، از ملودی سرد کلارینت استفاده می‌شد. این موضوع در رادیو خیلی مهم است. البته این موسیقی‌ها زیرمجموعه‌هایی هم دارند. استفاده از موسیقی در آیتم‌سازی باید براساس این دسته‌بندی‌ها صورت گیرد. در تولید آرم، شروع و فاصله، باید با دقت از موسیقی استفاده شود.

گزارشگر و معرفی مهمان

درباره اینکه آیتم با صدای خود افراد آیتم‌ساز ساخته شود، اگر صدا جذاب نباشد، کل آیتم به هدر می‌رود. گرفتن گزارش بحثی دیگر است. در ساخت آیتم، اگر از صدای گوینده استفاده شود، مفیدتر است.

نکته دیگر اینکه، گاهی در یک آیتم، کسی حرفی می‌زند و می‌رود و هیچ‌کس نمی‌داند این شخص چه کسی بود! در این‌صورت، حرف‌های او هم اعتباری ندارد. اگر قرار است فردی وارد آیتم شما شود و به‌عنوان کارشناس یا مورد دیگر، حتماً باید معرفی شود، وگرنه ذهن شنونده مشغول هویت آن صدا می‌شود.

ایجاز و ابطال

یکی از اتفاقات مهمی که برای رادیو خوشایند نیست، تبدیل این رسانه گرم به رسانه‌ای سرد است. نوشتار در برنامه رادیویی نباید طولانی باشد. گوینده کلی زمین و زمان را به هم می‌بافد تا یک سلام کند. بعد گزارشگر جداگانه سلام و علیک می‌کند و با تمام عوامل داخل استودیو حرف می‌زند. بعد می‌گوید من در سطح شهرم و می‌خواهم بروم گزارش بگیرم. رادیویی که ثانیه‌هایش ارزش دارد، چرا باید اینقدر آسان وقت را هدر دهد! صدای بلند گزارشگر هم برای مدتی قابل تحمل است، نه برای طولانی‌مدت. با صدای بلند نباید آیتم ساخت. جسارت در رادیو هم اندازه دارد. ارتباط با آدم‌ها حریم و حرمتی دارد که باید حفظ شود. مخاطب ولی نعمت ماست. نباید این را فراموش کرد.

شفافیت در آیتم

در رادیو هیچ مطلب گنگی قابل قبول نیست. در این‌مورد خود شما و همکارانتان اولین قاضی هستید. آیتمی را که ساخته‌اید برای چند نفر از همکاران پخش کنید؛ اگر آنها فهمیدند شما چه گفتید مخاطب هم می‌فهمد.

این‌را هم بگوییم که برنامه‌ای که از همان ابتدا مبهم است و معلوم نیست چه می‌خواهد بگوید، مردود است. از به‌کاربردن الفاظ و عبارات ظاهراً شاعرانه و احساسی، ولی بی‌مفهوم هم پرهیز کنید. رادیو، حقیقت است. اگر حقیقت را بگویید تأثیرگذار هستید. به همان صورت که با هم حرف می‌زنیم، متن بگوییم.