



رادیو و راهنماهای بیانی

❖ مریم سیدغفوری

کارشناس ارشد تهیه‌کنندگی نمایش تلویزیونی و سردبیر رادیوجوان

اشاره

راهنماهای بیانی (Vocal Cues) مجموعه‌ای از پیام‌های رسانه‌ای هستند که به هنگام نگارش، مفهوم خود را از دست می‌دهند و بیشتر در پرتو عواملی چون: چگونگی بیان کلام، کیفیت صدا و دیگر جزئیات بی‌شمار همچون بلندی یا شدت سطح صدا، شمار واژگان ادا شده در زمانی معین، دانگ یا گام صدا و عواملی دیگر از این دست، معنی و مفهوم می‌یابند. استادان و پژوهشگران برای بیان این مفهوم از اصطلاح Language Para بهره گرفته‌اند که معادل فارسی آن، «زبان آوایی» است. زبان آوایی، خود دارای دو عنصر و مؤلفه اساسی «کیفیت صدا» (Voice qualities) و «آوا» (Vocalization) است.

راهنماهای بیانی، سرچشمه و منبع بسیاری از تعبیرها و تفسیرها درباره مسائلی است که ما آنها را در شمار احساسات و عواطف قرار می‌دهیم. شناسایی عوامل تشکیل‌دهنده راهنماهای بیانی می‌تواند کلید برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبان در رسانه‌ای صمیمی و همدم چون رادیو باشد. برنامه‌سازان و در پیشانی آنها، گویندگان و مجریان رادیو به هر اندازه که در شناخت و به‌کارگیری این عوامل دارای اشراف و تسلط بیشتری باشند، به همان اندازه در برقراری و تداوم ارتباط مؤثر با مخاطبان خود، کامروا تر و موفق‌تر هستند.

مقاله پیش رو با بررسی مفاهیم و واژگان مرتبط با مفهوم راهنماهای بیانی، از الزامات و ضرورت‌های برقراری و تداوم ارتباطی صحیح و مؤثر در رسانه جمعی رادیو سخن می‌گوید و در این راه، شرایط اساسی شکل‌گیری فراگرد ارتباط مؤثر کلامی را در چنین رسانه‌ای صمیمی بیان می‌دارد.

آنچه در متن یا تکست، مقابل گوینده و مجری رادیو قرار می‌گیرد، متن کلامی و یا پیام کلامی است. اما چگونگی بیان کلام که شامل کیفیت صدا و جزئیات بی‌شمار دیگر است، «اطلاعات بیانی» نامیده می‌شود. یک عبارت ساده، مانند «از دیدن شما خوشحالم» می‌تواند با وجود پیام کلامی خود ریاکارانه و غیرصادقانه باشد و چندان رضایت و خوشحالی در آن احساس نشود. وجه تمایز طرز بیان در هر دو حالت به خوبی احساس می‌شود. باید تصور کرد که این کلمات در چه وضعیت و حالتی بیان میشوند، یا میان چه افرادی با چه نوع رابطه وابستگی در نظر می‌آیند. در اینجا ما سعی می‌کنیم وجه تمایز پیام‌های بیانی و کلامی را - و اینکه چه چیزی گفته می‌شود و چگونه گفته می‌شود - بررسی کنیم.

آلبرت مهربیان (Albert Mehrabian) به‌عنوان یکی از پژوهشگران پیشگام در عرصه تحقیقات کلامی که دارای آوازه‌ای بلند، به‌خوبی به تشریح اطلاعات بیانی می‌پردازد و چنین می‌نویسد: «اطلاعات بیانی، آن دسته از پیام‌هایی هستند که گفت‌وگو و در زمانی که نوشته شوند، مفهوم خود را از دست می‌دهند.»

با بررسی تاریخ مطالعات مربوط به «پدیده‌های بیانی» به نام مردم‌شناس شهیر دیگری به‌نام «جورج ال تراگر» (George L. Trager) برمی‌خوریم که برای اولین بار اصطلاح «فرازبان» (Paralanguage) را به کار برده است. کلمه پارا (Para) کلمه‌ای است یونانی به معنای «به علاوه»، «نزدیک» یا «فرا»؛ از این رو می‌توان گفت egaugnalarap که استادان و پژوهشگران ارتباطات آن را «زبان آوایی» ترجمه کرده‌اند، به نکاتی اشاره دارد که ورای زبان است یا اینکه مضاف بر آن است، که از این پس در این نوشتار، آن را «زبان آوایی» می‌نامیم.

زبان آوایی دارای دو عنصر اساسی است:

الف - «کیفیت‌های صدا» (Voice quality - ties) مانند «دانگ» یا «گام» (Pitch)، «دامنه» (Range)، «طنین» (Resonance)، «کنترل لب» (Lip control) و «تلفظ» (Articulation) (Lip control)

ب - «آدا» (Vocalization) یا صداهای منفک از ساختارهای زبان‌شناسی؛ مانند: گریه، خنده و غرغر (Grunting) و امثال آنها.

توجه و تمرکز اولیه این نوشتار بر کیفیت‌های صدا خواهد بود و در بخش مربوط به روانی یا

اطلاق (Fluency) زبان به «آدا» و شیوه‌های آن خواهیم پرداخت.

راهنماهای بیانی، عواطف ما را از یکدیگر متمایز می‌کنند و بر قضاوت‌های ما در مورد شخصیت و پایگاه‌های اجتماعی یکدیگر اثر می‌گذارند. با این حال، هر چند ما سعی در خودآگاهی خویش در «اثرگذاری دیداری» (visual impression) بر دیگران داریم، اما عده کمی از ما توجه لازم بر «اثرگذاری بیانی» (Vocal impression) خود بر دیگران می‌کنیم. دلیل بسیار خوبی برای این امر وجود دارد. برای مثال اگر شخصی به چهره شما خیره شود، شما می‌توانید بلافاصله با نگاه کردن خود در آینه دریابید که چرا آن شخص به شما خیره شده است. نگاه کردن به آینه امری طبیعی است و امروزه هر فردی حداقل یکبار در روز چهره خود را در آن می‌بیند و به چهره خویش خیره می‌شود. در مقابل، شما هرگز صدای خود را آن گونه که دیگران می‌شنوند، نمی‌شنوید. گاه ممکن است شما حتی صدای خود را نشناسید و تصور کنید آنچه می‌شنوید صدای فرد دیگری است.

برخلاف افراد عادی، هنرپیشگان، خوانندگان، سخنرانان و وعاظ و افرادی که آموزش‌های مربوط به آوا و آواشناسی را آموخته‌اند، دقیقاً می‌دانند که آوای آنها چگونه است و چه تأثیری بر روی مخاطب می‌گذارد. آنها حتی قادرند صدای تقلیدشده خود را که تشخیص آن برای افراد عادی دشوار است به راحتی تشخیص دهند. در حقیقت، صدای هر انسانی منحصر به فرد است؛ زیرا، صدای هر انسان ترکیبی از کیفیت‌های یگان‌های است که فقط خاص او و نه فرد دیگری است. در هنگام سخن گفتن چهار کیفیت اساسی صدا و آثار آن بر فراگرد ارتباطی به طور همزمان اثر می‌گذارند که در ادامه به این نکات می‌پردازیم.

اطلاعات در راهنماهای بیانی

گاه ممکن است به‌گونه‌ای شهودی احساس کنیم که می‌توانیم قضاوت‌هایی در مورد بیان و نحوه بیان چیزی که کسی به صورت پیام به ما می‌فرستد، انجام دهیم. شاید هر یک از ما بارها در طول زندگی خود در شرایط و گفت‌وگوهایی با دیگران بوده‌ایم و شنیده‌ایم یا حتی خود اعتراض کرده‌ایم که «با این لحن با من صحبت نکن.» در حالاتی نظیر وضعیت ذکرشده، خلق‌ها تنگ

و خشم و غضب به‌گونه‌ای محسوس در رفتارها مشخص است. همه این حالات از اینجا نشأت گرفته‌اند که ما از لحن صدای طرف مقابل خود حس نوعی مخالفت یا احساس ناخوشایندی را نسبت به خود دریافته‌ایم. ما نسبت به احساس او که در قالب لحن (Tone) صدا تبلور یافته است واکنش نشان می‌دهیم، و گرنه خود کلام در بسیاری از مواقع بسیار خوشایند و مؤدبانه است و اگر با لحنی مناسب توأم باشد، شاید خیلی دوستانه نیز جلوه کند. راهنماها یا نشانه‌های بیانی، سرچشمه و منبع بسیاری از تعبیرها و تفسیرها در مورد مسائلی هستند که ما آنها را در شمار عواطف و احساسات قرار می‌دهیم. با شناسایی درست همین نشانه‌هاست که ما به گنجینه عواطف دیگران واقف می‌شویم و با در دست داشتن کلید شناسایی این راهنماهاست که می‌توانیم دریچه‌ای رو به عواطف آنان بگشاییم. بدون این راهنماها و نشانه‌ها کار بسیار دشوار و گاه ناممکن می‌نماید.

بسیاری از عواطف مشخص دیگران را می‌توان به درستی فقط از طریق نشانه‌های بیانی دریافت کرد و آنها را مورد شناسایی قرار داد. در حقیقت درک بسیاری از عواطف گوناگون افراد فقط از طریق شنیدن نحوه ادای کلمات و جملات آنها و آن‌هم با توسل به الفبا امکان‌پذیر است. گرچه هر اندازه تشابه بین عواطف و احساسات بیشتر باشد، به همان میزان تشخیص و تمیز آنها دشوار خواهد بود. مثلاً تمیز بین تحسین و پسند کاری نسبتاً دشوار است.

انبوهی از پژوهش‌های مرتبط با صفات و ویژگی‌های بیانی و عواطف و احساسات به موازات پژوهش‌های «بیان چهره‌ای» (Facial expression) انجام گرفته‌اند. در آزمایشی که توسط آلبرت مهربیان صورت گرفت با استفاده از نوعی فیلتر صدا، صدای ضبط‌شده افراد به طور کاملاً نامفهوم درآمد و شنونده تنها توانایی درک لحن گوینده را داشت. به این ترتیب افراد تحت آزمایش باید بگویند و قضاوت کنند آنچه به طور مبهم می‌شنوند و توسط گوینده گفته شده است، دوست دارند یا نه. گروهی از پژوهشگران، تعداد قابل ملاحظه‌ای از صداهای مردان را به عنوان نمونه ضبط کردند و سپس آنها را به ۴۵ فرد کاملاً ناشناخته با شیوه تحقیق و کم‌تجربه از نظر پژوهش پخش کردند. از آنها خواسته شد که نظر خود را در باره احساسی که صدای شنیده‌شده در

خود دارد بیان کنند. به عبارت دیگر، شنوندگان پاسخ دهند که هر یک از صداها چه احساسی را در خود نهفته دارند.

چهار دسته از احساسات با روایی و پایایی لازم مشخص شد: احساس مثبت (-Positive feel، iug)، ناخوشایند (Dislike)، غم (Sadness)، و ترس و بیم (Apprehension).

نتیجه این پژوهش مؤید این نکته بود که به طور کلی و با نگرشی جامع می‌توان گفت که لحن صدا به تنهایی و جدا از عناصر معنی‌شناسی (Semantic components) پیام کلامی سهم بسزایی در شناسایی حالات عاطفی و احساسی فرستنده پیام دارد.

بقیه عواطف و احساسات نیز از طریق نشانه‌های بیانی قابل تشخیص‌اند. برای مثال، دیگران می‌توانند خشونت و حالت تهاجمی فرستنده پیام را با شنیدن آن از طریق ضبط و پخش صوت وی به دست آورند. این ادراک هرگز از طریق نوشته و به این سهولت مقدور نیست.

نشانه‌های آوایی گاه مبنای قضاوت و استنتاج ما در مورد سلوک و شخصیت دیگران می‌شود. برای مثال، اگر شخصی با رسایی (Loudness) نسبی سخن بگوید و صدایش دارای دانگ و طنین مناسب و کلامش از سرعت (Rate) نسبتاً بالایی نیز برخوردار باشد، همگی مؤید آن است که او فردی متحرک و پویاست. اگر کسانی بیشتر از «لحن و نواخت» یا «تلحین» (Intonation) و سرعت بالاتر کلمات، بلندی آوایی و روانی در سخن‌گویی استفاده می‌کنند، آنان را بیشتر اقناعی یا متقاعدکننده (Persuasive) می‌یابیم.

با وجود توافق گسترده میان صاحب‌نظران ارتباطات بر سر ارتباط تنگاتنگ کیفیت‌های صدا و مشخصات شخصیتی افراد مبانی پشتیبانی‌کننده قاطعی از نظر پژوهش در این مورد وجود ندارد. چنین به نظر می‌رسد که این قضاوت‌ها از کلیشه‌های آوایی (Vocal Stereotypes) نشئت گرفته‌اند. حتی اگر باورهای مارشلهای در حقیقت نداشته باشند، تأثیر شگرفی بر پاسخ و واکنش، نسبت به دیگران خواهند داشت؛ زیرا ما به گونه‌های عمل می‌کنیم و کنش‌های خود را شکل می‌دهیم که تصور می‌کنیم درست‌ترین است. از این رو، زمانی که در صنعت سینما، صوت نیز به تصویر اضافه شد، کار تعداد قابل‌ملاحظه‌ای از ستارگان فیلم‌های صامت

به کسادی گرایید و دیگر نتوانستند به خوبی گذشته بدرخشند؛ چه تماشاگران که اینک آنها را در فیلم‌های ناطق می‌دیدند، انتظار داشتند که صدایشان با شخصیت پیشین، که به گونه صامت در فیلم‌ها ظهور کرده بود، انطباق داشته باشد و هنگامی که چنین نبود به تخریب آن شخصیت در ذهن تماشاگران منجر می‌شد.

عده‌ای بر این باورند که هر طبقه و قشر اجتماعی برای خود از نظر آوایی دارای ویژگی‌هایی است. افرادی که می‌خواهند در شمار آن طبقه و قشر قلمداد شوند، ناچار به پیروی از آن رفتارهای آوایی (Vocal Behavior) هستند.

گفتنی است که این باور در برخی از گرایش‌های گویندگی و در انواع مختلفی از برنامه‌ها به نوعی قانون و قاعده تبدیل شده است. برای مثال، افرادی که رسا، کاملاً جدی و تا حدی خشک سخن می‌گویند برای گویندگی خبر کاندیدا می‌شوند. کسانی که اصطلاحاً دهانی گرم و ارتباط کلامی - محاوره‌ای موفقی دارند برای اجرای مسابقات و جنگ‌ها، و افرادی که صدایی ملایم و سرعت بیانی پایین دارند، برای برنامه‌های فرهنگی یا شبانگاهی انتخاب می‌شوند. بسیار شنیده شده است که صدای فلان گوینده کاملاً علمی یا سیاسی یا ورزشی است که بخش اعظم این انتخاب و جایگزینی به کیفیت صدا، دانگ رسایی و لحن، بازمی‌گردد.»

مثلاً در گذشته در کشور ما عبارات و لوطی‌ها علاوه بر اینکه برای خود ویژگی‌های ظاهری خاصی را قائل بودند از نظر آوایی نیز لهجه و تلفظ خاصی داشتند که دیگر اقشار نمی‌توانستند بدان گونه تکلم کنند. این شیوه تکلم، وضعیت اجتماعی عیار یا لوطی را از دیگر اقشار نظیر دیوانیان، صوفیان، سپاهیان و... متمایز می‌کرد.

«امروز شاید یکی از ساده‌ترین شیوه‌ها برای خلق یک تیپ، استفاده از شیوه بیانی متناسب با طبقه اجتماعی اوست. این روش شاید پیش‌پاافتاده‌ترین، و حتی رایج‌ترین روش باشد، اما متأسفانه فاقد عمق و تلاش کافی برای خلق کاراکتر است و نویسنده و بازیگر یا مجری در حد یک تیپ تکرار شونده باقی می‌ماند. همانطور که ملاحظه می‌شود، عبدلی و اوستای برنامه صبحگاهی **شبکه پنج سیما** همان عبدلی و اوستای **صبح جمعه با شما** یا **جمعه ایرانی** است که به جای تعمیق شدن تکثیر می‌شوند.» نکته‌ای که ذکر شد، تنها در کشور ما رایج

■
برخلاف افراد
عادی، هنرپیشگان،
خوانندگان،
سخنرانان و
وعاظ و افرادی
که آموزش‌های
مربوط به آوا
و آواشناسی را
آموخته‌اند، دقیقاً
می‌دانند که آوایی
آنها چگونه است و
چه تأثیری بر روی
مخاطب می‌گذارد.
آنها حتی قادرند
صدای تقلیدشده
خود را که
تشخیص آن برای
افراد عادی دشوار
است به راحتی
تشخیص دهند.



راهنماها یا نشانه‌های آوایی را به درستی نشان دهد.

امروزه در کالیفرنیا «نوا درمان»ها (Accent therapists) به مداوای بسیاری از اشخاص می‌پردازند که به آنها مراجعه می‌کنند و می‌خواهند از شر لهجه نامناسب خود، مثلاً تگزاسی یا نیویورکی یا هر لهجه دیگری، خلاص شوند. دکتر «مورتون کوپر» (Dr Morton cooper) پزشک گفتاردرمان از لس‌آنجلس در گفت‌وگویی با خبرنگار نیویورک تایمز گفته است که بیشتر کسانی که به او مراجعه کرده‌اند افرادی هستند که دوست ندارند در گفت‌وگو، طرف مقابل آنها به اصلیت یا زادگاه و جایی که در آن پرورده شده‌اند، پی ببرد. برای آنها این یک ویژگی منفی است که هر چه سریعتر و بهتر می‌خواهند آن را از خود دور کنند.

دکتر کوپر پس از چند ماه «نوادمانی» بر روی آنها، مشکل آنها را برطرف می‌کند و این دسته از مراجعان اینک توان آن را دارند که به جرئت بگویند منشأ کالیفرنایی دارند نه جای دیگر. آنها به این دلخوش هستند که دیگران آنها را اهل کالیفرنیا بدانند. دکتر کوپر می‌گوید: من این حس خوشایند را به آنها می‌دهم.

نشانه‌های مربوط به پایگاه اجتماعی در گفتار به طرق مختلف خود را نشان می‌دهند و ترکیبی هستند از انتخاب کلمات (Word choices)، تلفظ (Pronunciation)، ساختار دستوری (Grammatical structure)، کیفیت صدا (Voice quality) و نکات قابل مشاهده دیگر. جالب توجه است که بدانیم قضاوت‌های مربوط

به پایگاه اجتماعی بسیار سریع در گفت‌وگو میان افراد شکل می‌گیرند. برای مثال، بعد از شنیدن ۱۰ تا ۱۵ ثانیه از گفتار فردی ناشناس که به‌عنوان نمونه انتخاب شده است، این ارزیابی و قضاوت در ذهن شنوندگان یا مخاطبان پدید می‌آید و باید دانست که از پایایی به‌نسبت بالایی نیز برخوردار است.

بلندی یا شدت صدا

یکی از پیش‌شرط‌های اساسی برای فراگرد ارتباط کلامی مؤثر، بلندی یا شدت صدای مناسب یا همان Volume است. اگر صدای فرد به‌اندازه‌ای ضعیف باشد که به زحمت شنیده شود، شنوندگان به سرعت خسته شده، از شنیدن سخنان گوینده سر باز خواهند زد و یا اینکه در

نیست، بلکه در همه جا کم و بیش چنین وضعی جریان دارد. «گوفمن» (Goffman) از نویسنده ناشناسی در قرن نوزدهم نقل می‌کند که چگونه صدا و ریزه‌کاری‌های آوایی در تعیین طبقات اجتماعی نقش دارند و به تعیین و تشخیص پایگاه اجتماعی افراد کمک می‌کنند. نویسنده به چگونگی گفت‌وگو با مستخدمان، برای طبقه فرا مرتبه می‌پردازد: «فرامین خود را گزیده و با ملایمت و وقار و طمطراق و با حالتی محتاطانه و مختصر صادر کن. بگذار صدایت آسوده و آرام‌بخش باشد، اما از لحن دوستانه و توأم با همدردی (Symphathy) با آنان بهره‌یز. بهتر است به هنگام شرح‌دادن فرامین خود به آنان از صدای بالایی استفاده کنی، اما باید سعی کنی که این آوای بلند در انتهای جمله به ضعف و ملایمت گرایش پیدا نکند. یکی از بهترین مردانی که در این زمینه آموزش لازم را دیده،

راهنماها یا نشانه‌های بیانی، سرچشمه و منبع بسیاری از تعبیرها و تفسیرها در مورد مسائلی هستند که ما آنها را در شمار عواطف و احساسات قرار می‌دهیم. با شناسایی درست همین نشانه‌هاست که ما به گنجینه عواطف دیگران واقف می‌شویم و با در دست داشتن کلید شناسایی این راهنماهاست که می‌توانیم دریچه‌ای رو به عواطف آنان بگشاییم. بدون این راهنماها و نشانه‌ها کار بسیار دشوار و گاه ناممکن می‌نماید.

آن را به‌کار گرفته است و ما افتخار هم‌صحبتی با او را داشته‌ایم. او در گفت‌وگو با مستخدمان اغلب این عبارات را به‌کار می‌برد: «من از شما به خاطر فلان و فلان ممنونم» و یا «لطفاً فلان کار را برای من انجام بدهید». این فرامین بسیار با ملایمت ولی با لحنی بسیار بلند و آمرانه داده می‌شد. مهارت و استادی گوینده در این نهفته بود که به زبان، چیزی را می‌طلبید ولی به لحن و آوا به مخاطب خود هشدار می‌داد که فرمانی لازم‌الاجراست.»

ممکن است نوشته فوق، غریب و جالب‌توجه باشد، اما باید در نظر داشت که هنوز هم تازگی خود را دارد و در بیشتر اجتماعات می‌تواند در روابط بین افراد موردنظر باشد و اثربخشی

شرایطی قرار می‌گیرند که خجالت می‌کشند تا از سخنران یا گوینده بخواهند سخنان خود را تکرار کند. در نتیجه آنچه مورد نظر گوینده و محتوای پیام اوست، تحقق نمی‌یابد. البته باید در نظر داشت که بلندای مناسب صدا بستگی تام و تمام به وضعیت و حالت حاکم بر فراگرد ارتباطی دارد. سخنران نام‌آور بلندی صدای خود را از حالتی به حالت دیگر و از وضعی به وضع دیگر تغییر می‌دهند و آن را مناسب وضع موجود و دلخواه می‌سازند.

شایان ذکر است که بسیاری از شرایط حاکم بر فراگرد ارتباطی در یک برنامه زنده رادیویی یا تلویزیونی به تعامل درست، بدون تنش و مناسب میان استودیو و اتاق فرمان بازمی‌گردد. گوینده یا مجری که در اثر لغزش زبانی مطلبی را نادرست تلفظ کند یا اشتباهش را اصلاح نکند، ممکن است از سوی عوامل اتاق فرمان به نحوی مورد سؤال قرار گیرد و یا در شرایط روحی قرارش دهند که احساس شرمساری کرده یا اعتماد به نفس خود را از دست دهد. با ایجاد تنش در جسم گوینده سیستم دفاعی بدن وی فعال شده و در حال تدافعی قرار گیرد. بدن از حالت راحتی و آسودگی به سمت انقباض و فشرده‌گی رفته و چنین حالتی بر تارهای صوتی حاکم می‌شود. در این حالت گوینده قادر به بیان مطلوب نیست و گاه برای رهایی از گرفتگی تارهای صوتی نیز ناچار به سرفه‌های مکرر است. بدین ترتیب، سیکل معیوب اشکال در ادا و تیپ‌های مکرر و ناخرسندی اتاق فرمان و افت اعتماد به نفس و ترشح هورمون‌های تدافعی (آدرنالین و نور آدرنالین) در فرد وضع جسمی وی را در شرایط بدتری قرار می‌دهد. استمرار این حالت در افراد آماتور و تازه‌کار می‌تواند منجر به انصراف از ادامه اجرای برنامه شود.

جدا از تفاوت‌های مربوط به وضعیت خود فرد که موجب دگرگونی در بلندی یا شدت صدا می‌شود، فرهنگ‌های مختلف از بلندی ویژه‌ای در محاوره استفاده می‌کنند. همان‌طور که هر فرهنگ نسبت به فرهنگ‌های دیگر از بسیاری جهات متفاوت است، از نظر ارتباطی نیز تفاوت‌هایی مشهود است. در بررسی و تشریح سطح صدا در فاصله اجتماعی (Social distance) اشاره شد که چگونه در فواصل اجتماعی مختلف سطح صدا متفاوت خواهد بود. ادوارد

هال، در بررسی‌های خویش دریافته است که به‌طور کلی بلندی صدای آمریکائیان نسبت به برخی از مردمان دیگر از فرهنگ‌های دیگر مانند اعراب، اسپانیایی‌ها، روس‌ها و هندوهای آسیای جنوب شرقی آسیا در مکالمه‌ها پایین‌تر است. او در همین مطالعات به این نتیجه رسیده است که صدای آمریکائیان نسبت به طبقه بالا و مرفه انگلیسی، مردم آسیای جنوب شرقی و ژاپنی‌ها تا حد قابل ملاحظه‌ای بلندتر است.

تصور کنید در برنامه‌ای میزبان میهمانی از یکی از کشورهای فوق‌الذکر هستیم. مجری بر مبنای روال مرسوم باب سخن را می‌گشاید و طرح مسئله می‌کند، سطح بلندی صدای وی تا حد امکان باید متناسب با صدای میهمان باشد. در حین گفت‌وگو میهمان آرام و دارای تن صدای پایین وقتی در مقابل سؤال میزبان با تن بالا قرار می‌گیرد، احساس ناخوشایندی از تکلم را تجربه می‌کند. در صورتی که با دقت در تفاوت و تنوع فرهنگ‌ها و تأثیر آن بر لحن بیانی افراد می‌توان از بروز چنین سوء تفاهم‌هایی که سلامت گفت‌وگوها را به خطر می‌اندازد، جلوگیری کرد. در خرده فرهنگ‌های مربوط به یک فرهنگ نیز بلندی صدا تفاوتی محسوس دارد. مثلاً در فرهنگ مغرب‌زمین آن هم در ایالات متحده آمریکا، مردمان ایالات شمالی و شمال شرقی آهسته‌تر از مردم جنوبی به‌ویژه جنوب‌غربی سخن می‌گویند. مردم تگزاس از مردم نیوجرسی یا ماساچوست و کانتیکت عموماً بلندتر سخن می‌گویند. همین تفاوت در خرده فرهنگ‌های حاکم بر کشور پهناورمان ایران نیز مشاهده می‌شود. مثلاً آذربایجانی‌ها عموماً بلندتر و درشت‌تر از مردم فارس و اصفهان سخن می‌گویند و عموماً شهرنشینان نسبت به روستائیان و عشایر آرام‌تر و با بلندی کمتری سخن می‌گویند. در تبیین علت یا علت‌های این پدیده عوامل گوناگونی دخالت دارند که یکی از آنها محیط جغرافیایی و شرایط اقلیمی است. مردم کوهستان‌ها و دشت‌های فراخ نسبت به شهرنشینان از بلندی بیشتری در سخن‌گویی و محاوره استفاده می‌کنند. حرفه نیز در بلندی صدا مؤثر است. کارگران و کارکنان سازمان‌های صنعتی که با سر و صدای بیشتری سر و کار دارند و البته کارکنان صدا و سیما که در استودیو و در معرض صدای باندها هستند، از کارمندان اداری که در دفاتر بی سر و صدا

و با موزیک ملایم کار می‌کنند، بلندتر صحبت میکنند. معلمان عمدتاً نسبت به دیگر حرفه‌ها مانند پزشکان یا کارمندان دفتری و حسابداران از بلندی صدای بیشتری در محاوره با دیگران استفاده می‌کنند.

بسیار مشاهده شده که به هنگام تنظیم میکروفون در استودیوی صدا یا نصب میکروفون گیره‌ای، به لباس میزبان توجهی به بلندی صدای وی نمی‌شود. بنابراین گاه شاهد قطع برنامه برای تصحیح کیفیت صدا هستیم؛ یعنی برای تنظیم فاصله میهمان با بوم صدا یا دور و نزدیک کردن میکروفون گیره‌ای، ناگزیرند که زمانی از برنامه را به این مهم اختصاص دهند که



طبیعتاً قطع موقت برنامه را در پی خواهد داشت. پس ضروری است قبل از زمان شروع برنامه، به‌ویژه برنامه‌های زنده، تست صدای کاملی از میهمانان گرفته می‌شود.

حساسیت انسان‌ها نسبت به سطح ناخوشایند صدا به عوامل بازدارنده و اختلالات بیرونی نیز بستگی دارد. هر اندازه سر و صدا و عوامل اختلال‌زا وجود داشته باشد، بلندی صدا بیشتر می‌شود. اما باید توجه داشته باشیم که تنها صدای سهمگین و غرش هواپیمای جت صداهای بازدارنده نیستند. فردی که بسیار بلند

سخن می‌گوید، اغلب موجب رنجش دیگران می‌شود. درحقیقت، بیشتر روان‌شناسان و متخصصان ارتباطات، بلندای صدای اشخاص را مبین شخصیت و ویژگی شخصیتی (Per-sonality trail) آنها می‌دانند. از این رو آنها بر این باورند افرادی که دارای ویژگی شخصیتی تهاجمی (Aggressive) هستند، بلندای صدای بیشتری نسبت به کسی دارند که در نقطه مقابل اوست و در ویژگی شخصیتی خجالتی (shy) قرار گرفته است.

هر چند بلندای صدا کم و بیش ویژگی شخصیتی انسان‌ها را نشان می‌دهد، اما نباید آن را بیانگر ویژگی شخصیتی وی دانست. چه بسیار موارد و وضعیت‌ها که فردی ناچار است جدا از ویژگی‌های شخصیتی خود با بلندی ویژه‌ای سخن گوید. در این حالت به هیچ وجه بلندی صدا بیانگر ویژگی شخصیتی فرد سخنگو نیست.

دریافت بازخورد (Feed back) از گیرنده پیام، بهترین وسیله کنترل بلندای صداست. اگر صدا از حد متعارف آرام‌تر باشد، شنونده یا گیرنده پیام سعی در نزدیک کردن خود و یا گوش خود برای شنیدن بهتر دارد و اگر صدا از حد معمول بلندتر باشد، عکس‌العمل‌های دیگری نشان می‌دهد. در هر یک از حالات، فرستنده پیام باید سعی در اصلاح بلندی صدای خود کرده، آن را متناسب با وضعیت حاکم بر فراگرد ارتباط تنظیم کند.

تعداد کلمات ادا شده در یک زمان معین یا ضریب سخنگویی

تعداد کلمات ادا شده در یک زمان معین (Rate of speech) عبارت است از تعداد کلماتی که هر کس در یک زمان معین در گفت‌وگوها و سخنوری به کار می‌گیرد و آن را ضریب سخنگویی می‌گویند. واحد زمانی به کار گرفته شده در این مورد یک دقیقه است و متوسط کلمات ادا شده در یک زمان در زبان انگلیسی ۱۲۵ تا ۱۵۰ کلمه است. این رقم در بررسی دیگر، تا ۱۹۰ کلمه در دقیقه برای زبان انگلیسی ذکر شده است.

ضریب سخنگویی به میزان فراوانی برای هر انسانی ثابت است و کمتر دستخوش تغییر قرار می‌گیرد، مگر آن که اتفاق خاصی برای او رخ داده باشد. به همین دلیل ضریب سریع‌تر همانند ضریب کندتر و مکث‌های بیشتر در سخنگویی به نظر می‌رسد که به ترس و غضب یا غم و

اندوه و افسردگی فرد بستگی داشته باشد. ضریب سریع به هنگام ترس و خشم و ضریب کند به گاه غم و اندوه (Grief) و افسردگی (Depres-sion) خود را نشان می‌دهند. برخی از انسان‌ها با وجود شرایط عاطفی حاکم بر خود، این توان را دارند که ضریب سخنگویی خود را تحت کنترل درآورند، اما فشار این کنترل به نحو دیگر و در دیگر نشانگرهای بیانی و چهره‌ای، خود را نشان می‌دهد.

هر چند ضریب سخنگویی بهینه‌ای به‌طور عام وجود ندارد، اما یک ضریب با سرعت معین ممکن است برای ارائه یک داستان خنده‌دار یا لطیفه برای گروهی از شنوندگان، مناسب و همان سرعت برای عرضه یک مطلب علمی برای عده‌ای در یک سمینار یا کلاس درس، نامناسب باشد. سخن گفتن در مورد یک مطلب علمی پیچیده و ناآشنا برای شنوندگان می‌تواند در صورت انتخاب ضریب نامناسب کاملاً پیام‌های کلامی را خنثی کرده، چیزی از آن عاید شنوندگان نشود. در این حالات با انتخاب ضریب آرام‌تر این امید وجود دارد که بخش عمده‌ای از آن مورد توجه و درک شنوندگان قرار گیرد.

انتخاب ضریب مناسب برای سخنرانی‌ها و کلاس‌های درس از اهمیت بسزایی برخوردار است. سخنگویی آرام و با سرعتی بسیار پایین موجب می‌شود که فرصت و مجال بیشتری به ذهن دریافت‌کنندگان پیام داده شود و آنان پس از مدت‌زمان کوتاهی شاید کمتر از هفت یا هشت دقیقه در رؤیاهای یا خیال‌های خود (Day dreaming) فرو روند و رشته کلام از دستشان خارج شود. سرعت بیش از اندازه سخنگویی نیز کم و بیش همین دشواری را پدید می‌آورد. فردی که با سرعت بیش از اندازه سخن می‌گوید، پس از ادا چند جمله و عبارت دیگران را بدون درک درستی از پیام وی پشت سر گذاشته، بخش‌های زیادی از گفته‌های او به دلیل سرعت بالای ادای جملات، توسط شنوندگان درک نمی‌شود. در این حالت یا شنوندگان عمل جایگزینی را انجام می‌دهند و یا مطلب را رها کرده، به رؤیاهای شیرین خود روی می‌آورند.

یکی از عمده‌ترین مهارت‌هایی که معلمان باید کسب کنند این است که ضریب سخنوری خود را به چه نحو و چه میزان تدوین کنند تا کاملاً مناسب حال کلاس آنها باشد و دانش‌آموزان یا

دانشجویان را دچار دلزدگی یا رؤیازدگی نکند. همین قاعده برای سخنرانان و مدیرانی که اداره‌کننده جلسات در سازمان‌های خود هستند و می‌خواهند مطالبی را به‌منظور راهنمایی یا آموزش ارائه دهند و یا دیگران را وادار به گفت‌وگو با همکاران خود کنند، وجود دارد. آنان باید ضریب مناسب مخاطب خود را به‌دست آورده، براساس آن ضریب سخن خود را تنظیم کنند.

با وجود اهمیت این نکته، ضریب سخنوری بهینه واحدی وجود ندارد و با توجه به مخاطبان ضریب بهینه پدیدار می‌شود. باید گفت که اکثر مخاطبان در یک طبقه‌بندی معین از نظر ضریب سخنگویی قرار می‌گیرند که یافتن آن طبقه و ضریب برای سخنوران الزامی است. باید در نظر داشت اگر مخاطبان ما از میزان سواد پایین‌تری برخوردار باشند و ما در مورد یک مسئله علمی سخن می‌گوییم، ضریب باید کندتر باشد.

بنابراین می‌توان گفت که ضریب سخنگویی تأثیر مشخصی بر پاسخ‌ها و واکنش‌های مخاطبان بر فرستنده پیام دارد. این ضریب زمانی به‌گونه‌ای مؤثرتر عمل خواهد کرد که کاملاً همانند دیگر ویژگی‌های آوایی با زمینه ارتباطی و محتوای کلامی هم‌سو و منطبق باشد و خصوصیات فردی و جمعی دریافت‌کنندگان پیام یا مخاطبان را در نظر داشته باشد.

نکته دیگری که مرتبط با ضریب سخنگویی است و در اکثر مباحث مربوط به ارتباطات غیر کلامی مورد توجه است و در کنار آن قرار می‌گیرد، روانی یا تداوم سخنگویی است. روانی یا تداوم به اعراب کلمات و عبارات و مکث آنها بستگی دارد. گاه اشخاص بدون ایجاد وقفه یا هماهنگی و گشودن فضاهای باز در محاوره و مکالمه خود با دیگران جلو می‌روند و زمانی مکث‌های مقطعی و مکرر بر فراگرد ارتباطی حاکم می‌شود. بدیهی است این روانی و مکث نیز بر تأثیر پیام مؤثر است. در مکالمات، مکث معمولاً در سه وجه بروز می‌کند: مکث بلند که چند ثانیه تا یک دقیقه ممکن است طول بکشد؛ مکث پرشده که با آواها پر می‌شود و گاه نیز ممکن است با سکوت پاره‌ای از جمله و عبارات را پر کرد؛ و مکث مکانی که در انتها و یا در میان عبارات یا مفهومی این مکث روی می‌دهد و با کلماتی مثل مثلاً، امثالهم، این‌طور و امثال اینها پر می‌شود. افرادی که به‌گونه‌ای مستمر و

مداوم از مکت در مکالمه و محاوره خود استفاده می‌کنند، و سخنان آن پر است از آواهایی چون «آ...»، «هوم»، «هان» و غیره، در بیشتر موارد از اثربخشی کلامی کمتری به نسبت دیگران برخوردارند. اگر سیاستمدار یا مدیری در یک مصاحبه مطبوعاتی به طور مستمر مکت داشته باشد و یا از آواها بیش از اندازه استفاده کند، از اعتبار خویش می‌کاهد و چنین تصور می‌شود که یا به کار خود و پاسخ پرسش‌ها مسلط نیست و یا اینکه قصد پنهان کردن مطلبی از مخاطبان دارد. در هر صورت این مکت برای او مفید نیست و اثر پیام او را تا حد بسیار بالایی کاهش می‌دهد.

دانگ یا گام

هر زبان در محاوره خود به نحوی از دانگ یا گام استفاده می‌کند. در فیلم بانوی زیبای من وقتی «پروفیسور هیگینز» (Professor Higgins) به‌طور ناخوشایندی در مورد کسی گفت‌وگو می‌کند که صدایش شیشه‌ها را فرو می‌ریزد یا می‌شکند، منظورش دانگ یا گام (Pitch) صداست. سطح نوسان (Frequency level) صدا از نظر بلندی یا کوتاهی، دانگ یا گام صدا نامیده می‌شود. دانگ یا گام صدای هر کس بر اساس اندازه و شکل تارهای صوتی حنجره اوست. دانگ دلخواه و مناسب، سطحی از نوسان صداست که می‌تواند راحت‌ترین میزان برای هر کس باشد. این میزان تقریباً یک سوم بالای کوتاه‌ترین گام صدای خود اوست که می‌تواند تولید کند.

دانگ عامل بسیار مؤثری در قضاوت شنوندگان درباره سخنور است. صدای بدون فراز و نشیب از نظر دانگ یکنواخت و برای اکثر افراد دارای تأثیر کمی است. در حقیقت، صدای یکنواخت تأثیری همانند چهره‌های یکنواخت و نامطلوب برای مخاطبان دارد. اشخاصی دوست دارند که طرف‌های ارتباطی آنها صدایی با دانگ‌هایی متفاوت داشته، با توجه به احساسات حاکم بر آنها این دانگ‌ها دگرگون شوند و از حالتی به حالت دیگر در آیند. آنها دوست دارند که بتوانند احساسات و عواطف حاکم بر طرف ارتباطی خود را از این طریق کشف کنند و بدانند که با فرد مقابل خود چه باید بکنند.

ارزش بالقوه ارزیابی دانگ یا گام بر این واقعیت استوار است که می‌تواند ابزاری دقیق برای شناخت حالات عاطفی فرد ارسال‌کننده

پیام باشد. «مال» (Mahl) بر این باور است که سطح گام یا دانگ عمومی که اکثر اشخاص در زبان انگلیسی به آن می‌پردازند سطحی نامعلوم است که از نظر سخنران چندان مهم نیست؛ چرا که آموزش چندان در این باره ندیده‌اند و در نتیجه می‌توان گفت که آنها بیشتر بر اساس طبیعت خود رفتار می‌کنند. از این رو توسل به دانگ در این زبان شاخصی برای ارزیابی حالات درونی فرد است.

در کل، به این ترتیب می‌توانیم گام یا دانگ را عامل مؤثری در شناخت حالات عاطفی و احساسی اشخاص مقابل خویش بدانیم و با داشتن این اطلاع برخورد بهتر و ارتباط مناسبتری با آنها برقرار کنیم.

شاید این نکته کاملاً آشکار باشد که سطح گام یا دانگ صدا تأثیری بر میزان اطلاعاتی که به اشخاص مقابل منتقل می‌شود ندارد؛ اما به‌طور قطع بر نگرش آنها بر روی ارسال‌کننده پیام مؤثر است و نیز بر محتوای پیام مورد نظر تأثیر می‌گذارد. این نکته نیز باید مورد توجه باشد که تغییر مداوم و بیش از حد گام یا دانگ صدا به مراتب از یکنواخت‌بودن آن نامأنوس‌تر است و موجب دلزدگی شنونده به پیام و ارسال‌کننده پیام می‌شود. یک صدای طبیعی و رسا و از نظر آیین سخنوری موجه، صدایی است که به‌طور طبیعی سطوح مختلف دانگ یا گام را در خود مستتر داشته باشد و صاحب آن بتواند به موقع آنها را به کار گیرد و در این فراز و نشیب‌ها حالتی طبیعی و مبرا از فشار وجود داشته باشد. یکی از عمده‌ترین توصیه‌هایی که توسط متخصصان علم ارتباطات به‌ویژه کارشناسان سخنوری به سخنوران مبتدی می‌شود این است که حتی‌المقدور تأثیر دانگ یا گام را در سخن خود درک کرده، آن را آگاهانه و به‌صورت طبیعی در سخنان خویش به کار گیرند.

کیفیت صدا

تفاوت اساسی و اولیه یک پخش صوت کوچک و قابل حمل و نقل، با یک دستگاه بزرگ با حساسیت‌های بالا فقط در ارائه صدایی است که تولید می‌کنند. در حقیقت دستگاه بزرگ، بخش کوچکی از کیفیت صدا را از دست می‌دهد، در حالی که پخش صوت کوچک بخش قابل‌ملاحظه‌ای را حذف می‌کند. بیان تفاوت‌های موجود در کیفیت (Quality) صدا و یا کیفیت

آوایی (Timber) انسان‌ها ممکن است با یک تمثیل مرتبط با موسیقی آسان‌تر باشد و به‌درستی ما را به این وجه از ویژگی آوایی انسان‌ها آشناتر کند. یک ویلون، یک تار و یک کمانچه را در نظر آورید. هر سه سازی سیمی هستند، ولی هر کدام اندازه و شکل متفاوتی از یکدیگر دارند. اگر کسی آنها را با نوت یکسانی بنوازد، از هر کدام صدایی با طنینی (Resonance) متفاوت برمی‌خیزد. به همین ترتیب هر انسانی از کیفیت صدای ویژه‌ای بهره‌مند است. چه، شکل و اندازه اعضای بدن به ویژه اعضای صوتی و تارهای مرتبط به آنها با یکدیگر متفاوت است. این تفاوت موجب طنین و کیفیت صدایی کاملاً متمایز از یکدیگر می‌شود.

چنین به نظر می‌رسد که در مورد کیفیت صدا و تأثیر آن بر اثربخشی ارتباطی توافق‌های گسترده‌ای میان صاحب‌نظران علم ارتباطات وجود دارد. داوران به‌راحتی تفاوت صداهایی را که به صداهای تند (shrill) و خشن (Resonant) تعریف شده‌اند بیان می‌کنند. آنها در تجارب گوناگون به‌درستی این قضاوت‌ها را انجام داده، تفاوت‌ها را ذکر کرده‌اند. هر چند این امر بدیهی است که انسان‌ها می‌توانند با آموزش و تمرین، کیفیت صدای مطلوبی را برای خود فراهم آورند.

آندرسن (Anderson) ما را بر آن می‌دارد که به این نکته بیندیشیم که صداهای بدون کیفیت دلخواه یا صداهای بدون کیفیت اثربخشی کلی و عمومی، لزوماً دارای طنین نامطلوب نیستند. علت ممکن است عوامل متعدد دیگری باشد. فقط طنین خوشایند صدای مطلوب و پسندیده‌ای را پدید نمی‌آورد.

بسیاری از گویندگان و مجریان پس از طی چند سال تجربه فرا می‌گیرند که دارای چه قابلیت‌های صدایی هستند، چگونه صدای خود را خوشایند، خوش‌طنین و یا حتی تند یا خشن کنند. غالباً گوینده یا مجری با توجه به برنامه‌ای که در آن حضور می‌یابند و آنچه محتوای برنامه ایجاد می‌کند، به بازی با صدایش می‌پردازد. از این روست که شاهد فراز و فرود و ژرفای خاص صدای آنها می‌شویم؛ چرا که این دسته از گویندگان بازی با صدای خود را به‌خوبی فرا گرفته‌اند و در این مرحله گاه تا موقعیت تبیی از صدا از هم پیش می‌روند. البته داشتن صوت، لحن، طنین و کیفیت آدای خاص و شاخص به

خودی خود امری ضروری است. اما هنگامی که کار به تقلید یا صداسازی از گوینده یا مجری خاص می‌رسد، صدای خود گوینده لوث و دچار نوعی حالت تکرار می‌شود؛ تکرار شخصیتی که از وی تقلید می‌کنند. در میان موارد ناخوشایند نسبت به کیفیت صدا چند مورد اساسی وجود دارد که ما در اینجا به پنج مورد آن اشاره می‌کنیم:

۱- **بیماری مربوط به بینی یا «تودماغی» سخن گفتن:** افراد زیادی هستند که به علت بیماری‌های گوناگون بینی و حلق، اصوات ایجادی آنها با هوای بازدمی از بینی ایجاد می‌شود و صدای آنها ناخوشایند و در بیشتر موارد نامفهوم است.

در مورد مجریان و گویندگان تجارب ناموفق رینوبلاستی (جراحی بینی) نیز می‌تواند موجب تودماغی شدن صدای آنها شود. بنابراین عمل جراحی پلاستیک بینی برای این گروه همواره با ریسک افت یا تغییر کیفیت صدا همراه است.

۲- **بینی گرفتگی:** صداهایی که فرد به هنگام سرماخوردگی شدید یا بینی گرفتگی از خود بیرون می‌دهد، برخی از افراد به علت انحراف بینی یا بیماری‌های مشابه؛ مانند پولیپ بینی، هنگام ادای کلمات بیشتر با بینی گرفته صحبت می‌کنند. این نوع سخن‌گویی نیز خوشایند اکثر افراد نیست و در برخی موارد نامفهوم است.

۳- **گرفتگی صدا:** که حالتی از گرفتگی مزمن سینه و نای است و فرد بیمار را دچار دشواری سخن‌گویی و آوایی می‌کند. این حالت در مورد بیماران مبتلا به آسم؛ به‌ویژه از نوع حاد وجود دارد.

۴- **خشونت صدا یا گوش‌خراشی:** که حاصل صدایی بانگ‌گونه است. این صداهای گوش‌خراش که حاصل عبور هوا از میان تارهای صوتی حنجره هستند، دارای دشواری‌های فیزیکی هستند. در اینجا نکته‌ای شایان ذکر است و آن اینکه صداهای خشن غالباً منشأ اجتماعی و فرهنگی دارند. نتایج یک پژوهش مؤید این نکته است که گرچه صداهای خشن این توانایی را دارند که به‌راحتی از میان دیگر صداهای شنیده شوند و یا شانس شنیده‌شدن بیشتری داشته باشند، اما تأثیر آنها نامطلوب و گاه حالت انزجار را در شنونده ایجاد می‌کند.

به نظر می‌رسد که این مسئله توسط هر یک از ما تجربه شده است. به یاد آورید بازار روز فروش

ماهی در شهرهای شمالی را یا حراج شب عید در محوطه‌های فشرده و پر ازدحامی را که غالباً فروشندگان با صدای خاص و گاه نابهنجار خود سعی در جلب توجه و شنیده‌شدن دارند.

۵- **نفس زنی:** که بر اثر اتلاف هوا پدید می‌آید و مانند خشونت صداست که بیشتر در خانم‌های گوینده و مجری اتفاق می‌افتد. برخی اوقات منشأ ارگانیک دارد، ولی اغلب همان‌طور که پیش از این گفته شد، بر اثر دشواری‌های تنفسی پدیدار می‌شود و یا به‌کارگیری غلط اعضای تولید صدا آن را شکل می‌دهد که آموختنی است و می‌توان کم و بیش آن را برطرف کرد.

تمامی موارد فوق و بسیاری که ذکر نشده‌اند، قابل آموختن و اصلاح کردن هستند. تمرین در بهبود کیفیت صدا نقش برجسته‌ای دارد. یکی از بهترین وسایل یا رسانه‌های ارتباطی در دسترس برای بررسی شیوه‌های ارتباطی به‌طور کلی دستگاه ضبط ویدیویی است. هرچند بخشی از آواها و طنین‌های صوتی از طریق ضبط ویدیویی از بین می‌روند، ولی در مجموع تماس چشمی، علائم حرکتی و... ضبط می‌شوند و با دیدن مجدد آنها می‌توان دریافت که دشواری‌های ما در کجاست و چگونه می‌توان آنها را برطرف کرد. با تمرین مکرر و مشاهده بعدی این کار به‌خوبی انجام می‌پذیرد. وسیله دیگری که بیشتر در دسترس است ولی به کیفیت وسیله اولی نیست، دستگاه ضبط صوت است که از طریق آن می‌توان برخی از کیفیت‌های آوایی را ضبط و بررسی کرد و در صورت وجود نارسایی‌ها به اصلاح آنها پرداخت.

اغلب اساتید برجسته تعلیم صدا، فن بیان و اجرا و گویندگان باسابقه، به افراد تازه‌کار و مجریان و گویندگان جوان، ضبط و بازشنوایی مجدد صدایشان را توصیه می‌کنند. برخی از استادان، سخن گفتن مقابل آینه و دقت به حرکات اضافی صورت برای ایجاد لحن موردنظر را توصیه می‌کنند و استادان دیگری نیز ضبط برنامه‌های رادیویی - تلویزیونی و بازبینی چندین مرتبه آنها را پیشنهاد می‌دهند تا از این رهگذر مجری به نقاط قوت و ضعف اجرای خود پی ببرد و در صدد تقویت نقاط قوت و حذف نقاط ضعف برآید.

در برخی از فرهنگ‌ها، آموزش‌های لازم در مورد صدا و کیفیت آن به نوباوگان و جوانان داده

می‌شود و آنان را برای سخنوری آماده می‌کنند. مثلاً در تاریخ یونان باستان و کم و بیش بعدها در روم باستان این آموزش‌ها مجدداً مورد پی‌گیری بسیاری از والدین برای جوانان خود قرار می‌گرفتند و آنها را در جوانی به سخنورانی ورزیده تبدیل می‌کردند.

جایگاه و نقش نظام آموزش و پرورش در حال حاضر در این مورد انکارناکردنی است. این نظام فراگیر به خوبی می‌تواند در برنامه‌های آموزشی خود، آموزش و تمرین‌های مربوط به کیفیت صدا را بگنجاند.

شاید ساده و پیش‌پاافتاده به‌نظر برسد، اما درحقیقت بی‌توجهی به ساعات ادبیات و انشاء در مدرسه عواقب سنگینی بر روی نحوه بیان دانش‌آموزان دارد. غالباً دبیران زبان و ادبیات فارسی قرائت اشعار را به افراد راغب و یا دانش‌آموزان ممتاز می‌سپارند. در چنین حالتی دانش‌آموز خجالتی یا ضعیف هیچگاه فرصت شکستن این تابو را نخواهد یافت تا بر شرم یا اشتباهاتش غلبه کند. هنگامی که به دانش‌آموزی اجازه داده شود در مقابل جمع کلاس و با صدای رسا اشعار متأخرین را بازخوانی کند، یا مثلاً در مورد فلان موضوع انشاء نوشته و حتماً در مقابل جمع - و نه بر روی نیمکت خود- آن‌را قرائت کند، کم‌کم احساس اعتمادبه‌نفس و خوداتکایی و تصحیح لحن در وی به‌وجود می‌آید. ضمن اینکه دبیر مربوطه به وی کمک میکند خطاهای لفظی و تلفظ‌های صحیح را در حین خواندن انشاء یا قرائت شعر تجربه کند.

تفسیر پیام‌های غیر کلامی

فراگرد ارتباطات، به‌ویژه ارتباطات غیر کلامی، باید به‌گونه‌ای میسوط نگریسته شود و درنظر داشت که این کلیت از تک تک اجزای خود به مراتب بزرگ‌تر است.

در واقع باید گفت خاصیت «هم‌افزایی» (Synergy) که براساس نظریه سیستمی است، در این مورد به‌خوبی عمل می‌کند. تک‌تک اجزا دارای توان و اقتدار هستند که وقتی با یکدیگر پیوند حاصل کنند، مجموع از جمع تک‌تک آنها بیشتر می‌شود. خارج از آزمایشگاه و در دنیای واقع، ما با علائم و راهنماهای مجرد سروکار نداریم، بلکه درست در نقطه مقابل با مجموعه‌ای از عوامل اثرگذار بر یکدیگر روبه‌رو هستیم که اثر متقابل آنها بر یکدیگر اجتناب‌ناپذیر است؛



برخی از استادان، سخن گفتن مقابل آینه و دقت به حرکات اضافی صورت برای ایجاد لحن مورد نظر را توصیه می‌کنند و استادان دیگری نیز ضبط برنامه‌های رادیویی - تلویزیونی و بازبینی چندین مرتبه آنها را پیشنهاد می‌کنند تا از این رهگذر مجری به نقاط قوت و ضعف اجرای خود پی ببرد و در صدد تقویت نقاط قوت و حذف نقاط ضعف برآید.

دارد که جایگزین جملات و عبارات کلامی می‌شوند. مثلاً برای «بلی» یا «نه» یا «سلام» و «خداحافظی» یا «نمی‌دانم» و مانند آنها تقریباً بیشتر فرهنگ‌ها علامات و حرکات غیر کلامی خاصی دارند. دوست‌داشتن و تنفر نیز بدون کلمات، تشریح‌شدنی هستند و با حرکاتی مانند: خنده یا لبخند، دست به هم کوفتن، اخم کردن، پا به زمین زدن و ... قابل توجیه‌اند.

زمانی که پیام غیر کلامی به تقویت یا پشتیبانی یک پیام کلامی می‌پردازد، معنی به‌آسانی و به‌سرعت منتقل و بر جامعیت آن افزوده می‌شود. گاه یک نشانه ساده مثل حرکت دست یا یک مکث بلند به تأکید ویژه یک بخش از پیام می‌انجامد؛ به‌نحوی که مخاطب به‌سهولت درمی‌یابد که کدام بخش از پیام برای فرستنده پیام مهم‌تر است و چه احساسی او را احاطه کرده است.

بن‌بست دوسویه

به‌عنوان گیرنده پیام، بیشترین دشواری‌های ما در تعبیر و تفسیر پیام‌های غیر کلامی زمانی پدید می‌آید که پیام غیر کلامی با پیام کلامی مغایرت داشته باشد. برای روشن‌شدن این مهم به تشریح مختصر آن می‌پردازیم.

ما با کلمه «بن‌بست» آشنا هستیم. این کلمه در مواردی به کار می‌رود که کسی با وضعیتی روبه‌رو می‌شود که قدرت خروج از آن وضعیت را ندارد. بن‌بست وضعیتی است که خروج از آن غیرممکن است. راه بن‌بست راهی است که مسدود است و از آن نمی‌توان خارج شد. گریگوری باتسون - مرد‌شناس معروف - و گروهی از همکاران او، در سال ۱۹۵۶ تئوری «بن‌بست دوسویه» (Doube blind) را برای اولین بار مطرح کردند و به‌گونه‌ای انقلابی به مطالعه روان‌پریشی (-Schizophren) پرداختند. آنها بر این فرض بودند که ارتباط «روان‌پریشانه»، به‌ویژه میان خانواده‌ها، براساس تبادل مداوم پیام‌های متناقض و مغایر با یکدیگر بین دو نفر یا بیشتر شکل گرفته و معین می‌شود و به‌گونه‌ای است که یک نفر از آنها «قربانی» این پیام‌های مغایر و متضاد با یکدیگر، تشخیص داده می‌شود.

زمینه اصلی «بن‌بست دوسویه» حاصل سه فرمان یا دستور متمایز از یکدیگر است:
- اولی امر می‌کند «چنین و چنان کن، وگرنه ترا تنبیه می‌کنم» یا «اگر چنین و چنان نکنی،

به‌گونه‌ای که، راجر براون - روان‌شناس اجتماعی برجسته - نوشته است: «... حتی تصویر مجردی از یک چهره نمی‌تواند کل چهره را تجسم بخشد و به‌صورت بارزی خصوصیات واقعی چهره را از دست می‌دهد. در دنیای واقعی علائم بسیاری وجود دارد و از طریق آنها می‌توان به واقعیات بیشتری دسترسی پیدا کرد. خواندن عواطف و احساسات از روی تصویر یک چهره درست به مثابه پی‌بردن به ویژگی‌های حیوانات بر اثر ردپای آنها به روی برف است.»

در ارتباطات چهره‌به‌چهره، تمامی علائم و راهنماهایی که به آنها اشاره کرده‌ایم، در دسترس است و ما می‌توانیم تأثیر و تأثر متقابل آنها را درک کنیم. از این رو جای شگفتی نیست که برخی از صاحب‌نظران و نویسندگان دانش ارتباطات تخمین زده‌اند که حداقل ۶۵٪ از کل معنی در ارتباطات چهره‌به‌چهره از طریق نشانه‌های غیر کلامی انتقال می‌یابند.

مزیت دیگر ارتباطات چهره‌به‌چهره آن است که ما به وضعیت و حالتی که ارتباط در آن شکل گرفته است کاملاً وقوف داریم و می‌توانیم آن‌را درک کنیم. همان‌طور که پیشتر اشاره کردیم، در اکثر موارد معنی در محتوای پیام مستتر است و از آن طریق می‌توان به معنی واقعی عبارات و نشانه‌ها پی برد. دین بارنلوند - نظریه‌پرداز پرآوازه ارتباطات - در نوشته‌ای ذکر کرده است که «دگرگونی‌ها در سرعت یا جهت یک حرکت ویژه ممکن است معنی بیشتری را به ذهن متبادر کند تا شکل آن حرکت».

وظایف اساسی پیام‌های غیر کلامی

با مطالعه نشانه‌های مربوط به ارتباطات غیر کلامی مطالب زیادی درمورد ارتباطات غیر کلامی آموختیم و دریافتیم که بخش عظیمی از مفاهیم و معانی در ارتباطات چهره‌به‌چهره از طریق این قسم از ارتباطات به ما منتقل می‌شود. باید در نظر داشته باشیم که به‌طور کلی پیام‌های غیر کلامی از سه طریق عمل می‌کنند.

الف - جایگزین پیام‌های کلامی می‌شوند؛
ب - پیام‌های کلامی را تقویت می‌کنند؛
ج - در جهت خلاف و ردّ پیام‌های کلامی عمل می‌کنند.

پیام‌های غیر کلامی که جایگزین پیام‌های کلامی می‌شوند، اغلب از نظر تفسیر، ساده هستند. هر فرهنگی در خود حرکات و علاماتی

ترا تنبیه خواهیم کرد».

- فرمان دوم مغایر با فرمان نخست است و معمولاً از طریق غیر کلامی صادر می‌شود. «حالت، حرکت، طنین صدا، کنش با معنی و به‌کارگیری آنها در پیام‌های کلامی نهفته است و ممکن است برای انتقال پیامی مشخص‌تر به‌کار گرفته شوند». این نکته نیز باید در نظر گرفته شود که هر یک از این پیام‌ها می‌توانند از طریق مجاری یا کانال‌های متعدد صادر شوند.

- سومین فرمان منفی وضعیت قربانی را کاملاً به‌صورت لغزان و غیر قابل‌تصرف در می‌آورد و آن از طریق منع او برای خروج از این وضعیت معماگونه شکل می‌گیرد.

«لاینگ» با استفاده از مطالعات اولیه باتسون نتایج حاصل را به‌گونه‌ای خلاصه و به‌صورت مثالی ذکر می‌کند:

«مادری به ملاقات فرزند خود می‌رود که به تازگی از یک بیماری جدی روانی رهایی یافته و حالش رو به بهبود است. همانطور که پسر به سوی مادر می‌رود؛

الف- مادر دست‌های خود را می‌گشاید که او را در آغوش گیرد، و یا

ب- او را در آغوش می‌گیرد.

ج- همان‌طور که پسر به او نزدیک و نزدیک‌تر می‌شود، او در جای خود خشک می‌شود و یخ می‌کند.

د- پسر با تردید توقف می‌کند.

ه- مادر می‌گوید: «نمی‌خواهی مادرت را ببوسی؟» - و همانطور که پسر مردانه ایستاده است؛

و- مادر می‌گوید: «اما عزیزم، تو نباید از احساس خود واهمه‌ای داشته باشی».

لاینگ بر این باور است که سناریو یا توصیف وضعیت دربرگیرنده «بن‌بست دوسویه» رفتار بیمار در برابر مادر خود نیست، برای مثال بین موقعیت «ب» و «ج» که در بالا ذکر شده‌اند، ممکن است فرزند بیمار در حرکت به‌سوی مادر خود با دقت مختصر و کمی تلاش موفق شود و به‌سوی او گام بردارد و دچار مشکل خاصی نشود و به‌جای ترس از او نزدیکی خود را با او مورد توجه قرار دهد.

نظریه بن‌بست دوسویه باستونبه میزان وسیعی بیانگر پیام‌های متناقض با یکدیگر است و موجب شکست ارتباط میان‌فردی بین دو نفر یا بیشتر می‌شود که در نتیجه این پیام‌های متناقض پدید

می‌آید. هرچند این نظریه اساساً و به‌گونه‌ای ویژه به ارتباطات روان‌پیشانه می‌پردازد، ولی در مطالعات گسترده و نوشته‌های عمومی ارتباطات، نظیر آنچه بیان شده نیز کاربرد آن خالی از فایده نخواهد بود؛ چرا که به تحلیل رفتارهای عادی و غیرعادی می‌پردازد که در گستره‌ای از زمان قرار گرفته‌اند. ما در زندگی روزمره در وضعیت‌های متفاوت با این مقوله روبه‌رو می‌شویم. مثلاً در نظر آورید سرپرستی را که نسبت به رفتار زیردستان خود بسیار حساس است و می‌خواهد بداند که در هر لحظه چه در ذهن آنها می‌گذرد و با چه دشواری‌هایی مواجه می‌شوند. قصد او از این رفتار این است که نگذارد مشکل اساسی برای آنها پیش بیاید و یا قبل از آنکه با مشکلی حاد روبه‌رو شوند، مسائل را با او در میان بگذارند. از این‌رو، او علاقه‌مند است که آنها در برخورد با مشکل تأخیر را جایز نشمرده، به‌سرعت و بدون فوت وقت او را در جریان بگذارند. ممکن است او در ارسال پیام کلامی خود بگوید: «صبر نکنید تا کارها کاملاً خراب شوند و نتوان به اصلاح وضعیت پرداخت. دلم می‌خواهد به محض برخورد با مشکل آن را با من در میان بگذارید تا به‌صورت مشترک و به‌سرعت به حل آن بپردازیم». این پیام ممکن است به دفعات و به اشکال گوناگون به زیردستان ارسال شده باشد.

حال ممکن است در وضعیتی یکی از مدیران بالاتر سازمان به دفتر سرپرست آمده باشد و او با توجه به ملاحظاتی که با او دارد، در حالت ناراحتی باشد. در این وضعیت کارمندی وارد شود و مشکلی جدی را با او در میان بگذارد. سرپرست با ناراحتی می‌گوید: «خب، باز دیگر چه شده است؟ لحظه‌ای آدم را به حال خود نمی‌گذارید. نمی‌بینی که گرفتارم؟» کارمند برمی‌گردد و می‌خواهد برود. در این حالت سرپرست با صدایی بلند او را مخاطب قرار داده و می‌گوید: «بسیار خب، اینطور هراسان آنجا نایست، بگو ببینم چه شده است؟»

تعارضی که به این ترتیب به‌وجود می‌آید کاملاً محسوس است و ما هر روز با موارد متعددی از آن روبه‌رو هستیم. در تجارب عادی و روزمره، مشابه این مثال توسط «بیردومسیل» با اصطلاح «لغزش‌های حرکتی» (Kinesic slips) به‌کار گرفته می‌شود. او در به‌کارگیری این اصطلاح تأکید دارد که تباین میان پیام‌های کلامی و غیر کلامی از واجبات اطلاق این اصطلاح است.

گفته شد که حداقل ۶۵٪ از معانی اجتماعی در یک فراگرد ارتباطات چهره‌به‌چهره از طریق نشانه‌های غیر کلامی شکل می‌گیرد و بیشتر از ۳۵٪ از معانی توسط نشانه‌های کلامی جابه‌جا نمی‌شوند. از این‌رو برای ارتباطات غیر کلامی در کل فراگرد ارتباطات اعتبار بالایی قائل می‌شوند. با وجود این، اگر دریافت‌کننده پیام میان دو پیام متناقض کلامی و غیر کلامی قرار گیرد، منطبق به ما حکم می‌کند که او را به طرف پیام غیر کلامی سوق دهیم و از او بخواهیم بدان توجه بیشتری مبذول دارد و پیام غیر کلامی را بیشتر از پیام کلامی مورد توجه قرار دهد.

دلیل دیگر برای چنین توجهی، این است که نشانه‌های غیر کلامی بیشتر به اطلاعاتی مرتبط با قصد و نیت فرستنده پیام می‌پردازند و واکنش‌های عاطفی (-Emotional responses es) او را در نظر دارند. یک ویراستار باتجربه در جایی نوشته است که او ترجیح می‌دهد هر مشکل اساسی در مورد نوشته نویسنده را به گونه‌ای شخصی و چهره‌به‌چهره با او در میان بگذارد، نه از طریق تلفن یا نامه. او می‌نویسد در حالت‌های دوم یعنی از طریق تلفن و نامه نمی‌توان چهره نویسنده را دید و عکس‌العمل آنها را در نظر داشت و با توجه به آن استراتژی یا راهبرد خود را تنظیم کرد که تا چه حد می‌توان با آنها جلو رفت. دلیل دیگری که برای بهادادن به نشانه‌های غیر کلامی در برابر نشانه‌های کلامی به‌هنگام بروز تباین ذکر می‌کنند این است که نشانه‌های غیر کلامی مانند حرکات بدن، بیان چهره‌ای، کیفیت صدا و مانند آنها کمتر توسط افراد عادی قابلیت بازی کردن دارند و به عبارت بهتر نمی‌توان از طریق آنها دروغ گفت. تقریباً اکثر افراد، مگر در موارد استثنا، چنین مهارتی را ندارند و نمی‌توانند احساسات خود را از طریق بیان غیر کلامی پنهان کنند. فقط در مواردی در بین سیاستمداران حرفه‌ای و هنرپیشگان ورزیده چنین چیزی مقدور است که می‌توانند احساسات خود را به‌گونه‌ای غیر کلامی پنهان داشته و چیزی را که در درونشان می‌گذرد به صورت غیر کلامی به‌گونه‌ای دیگر جلوه دهند؛ مثلاً ترس و وحشت سنگین خود را با خنده‌ای شاهانه پنهان دارند و یا تنفر خاص خود را به‌صورت دوستی جلوه دهند.