



# گویده

## حسن

رابرت مک‌لیش  
ترجمه سید ابراهیم حیدر شاه

### خبرخوانی و اجرای آن

اجرا، نوعی بسته‌بندی رادیویی است. این که محتوای برنامه چیست، متن برنامه چه قدر خوب تحریر شده است و یا اجرای مصاحبه چه قدر خوب است، اهمیت چندانی ندارد و اگر اجرای برنامه‌ای ضعیف باشد، همه چیز نقش بر آب شده است؛ مانند عطری است خوش بو که در شیشه‌های دارو به بازار ارائه شده است.

اجرای مطلوب یک برنامه برخاسته از درک رسانه و اصولاً نگرش دل‌سوزانه به شنونده است. اجراکننده برنامه در پشت میکروفون باید آگاهانه به این نکته توجه داشته‌باشد که آیا شنونده برنامه را دنبال می‌کند و از گفته او سر در می‌آورد یا خیر. مجری یا گوینده خبر با معطوف کردن اندیشه‌اش به سوی شنونده، اثرات مخرب محیط استودیو را از خود دور می‌کند؛ و به‌خاطر همین رضایت‌خاطر و حسن صمیمیت، موفقیت وی در انتقال معنا افزایش می‌یابد. چون مجری برنامه شنونده

را شخصاً نمی‌شناسد، رابطه‌اش را به جای دوستی برمی‌گزیند. رفتار مجری دوستانه و احترام‌آمیز و گفته‌اش آموزنده و مفید است. او مطالبی دارد که می‌تواند تقدیم شنونده کند؛ اما این کار را به‌خاطر کسب امتیاز، از طریق برتری دانش و یا اندیشه به دست آوردن یک نوع قدرت خاص، انجام نمی‌دهد. این رابطه‌ای افقی است و مجری اطلاعات را به‌صورت خطی به دیگری انتقال می‌دهد، نه از بالا به پائین و نه از پائین به بالا. او برای خودش فرضیه‌های بدون دلیلی درباره این آشنایی نمی‌سازد؛ از طرفی نیز این ارتباط را مسلم فرض نمی‌کند، بلکه به‌خود زحمت می‌دهد که آنچه می‌گوید برای شنونده جالب توجه باشد.

البته خبرخوانی در مقایسه با پخش موسیقی، برنامه رسمی‌تری است، اما راهبردهای گوناگونی در این برنامه به کار می‌رود. روش کلی فرستنده هرچه باشد، اگر تحت تأثیر نگرش‌های شنوندگان باشد،

باید ثبات داشته‌باشد. شخصی که در پشت میکروفون قرار گرفته است رادیو را وسیله ارتباط شخصی می‌پندارد؛ چون با فردی در حال گفت‌وگو است؛ در حالی که جامعه-شناس رادیو را رسانه‌ای جمعی می‌داند.

گوینده، شنونده را یک فرد می‌پندارد و می‌گوید: اگر امروز به‌طرف جنوب در حال سفر هستید... و نه این که اگر کسی به سوی جنوب در سفر است. مجری فریاد نمی‌زند. اگر فاصله‌اش از میکروفون یک متر باشد و شنونده‌اش یک متر از رادیو فاصله داشته‌باشد، کل فاصله بین آنها حدوداً یک متر و نیم خواهد بود. آنچه مورد نیاز است حجم نیست، بلکه وضوح متداول مطلب است. نشان دادن بیش از حد احساسات موجب دل‌زدگی شنونده از برنامه می‌شود و فاصله میان

گوینده و شنونده را بیشتر می‌کند. برعکس، با پائین آوردن صدا، مجری برنامه روشی دوستانه و محرمانه انتخاب می‌کند که برای نزدیک کردن این فاصله، به ویژه در برنامه‌هایی که شب‌هنگام پخش می‌شود، مناسب تر است.

متن برنامه نباید حایلی بین گوینده و شنونده ایجاد کند. شنونده باید احساس کند که گوینده با او سخن می‌گوید، نه این که مطلبی را برایش قرائت می‌کند. متن برنامه باید برای بلند سخن گفتن تحریر شود و نحوه کلام و تأکید کلامات باید مشابه گفتار طبیعی گوینده ادا شود. سرعت خواندن به نوع فرستنده و مطلبی که قرار است پخش شود، بستگی دارد. سرعت برنامه‌های معمولی و پخش اعلامیه‌ها باید معادل سرعت محاوره‌ای گوینده باشد؛ ولی اگر این برنامه‌ها از طریق موج کوتاه پخش می‌شوند، باید سرعت آنها کندتر باشد.

گزارش‌های رادیویی و تفسیرها باید طوری باشند که بتوان در عمل آن‌را پیاده کرد. اگر گوینده برنامه با سرعت بیشتری سخن می‌گوید، نمی‌توانیم او را به سادگی وادار کنیم که با سرعتی کمتر حرف بزند. حتی اگر موفق به انجام این کار شویم، آن‌گاه گفتار گوینده تصنعی و بسیار محتاطانه جلوه خواهد کرد. آنچه از وی انتظار داریم این است که بین جملات بیشتر مکث کند. فقط سرعت زیاد در خواندن جمله‌ها نیست که گوینده را گیج می‌کند؛ مکث نکردن بین جملات نیز موجب می‌شود که شنونده مفهوم آنها را درک نکند.

ساده‌ترین روش این است که تصور کنیم شنونده به فاصله نسبتاً کمی، خارج از میکروفون و استودیو نشسته و به سخن ما گوش می‌دهد. این تمرین ساده تصویری موجب می‌شود راه‌حل ارائه یک برنامه را به خوبی بشناسیم.

### خواندن خبر

اولین تقاضایی که از گوینده خبر داریم این است که گوینده، خود آنچه را

می‌خواند، درک کند. اگر گوینده معنای مطلبی را که می‌خواند درک نکنند، نمی‌توانیم از او انتظار داشته باشیم در انتقال معنا موفق باشد. به استثناء مطالبی که در اختیار بخش خبری رادیو قرار می‌گیرد، نباید انتظار داشته باشیم که مسئول خبری که ۳۰ ثانیه قبل از پخش خبر بولتن در اختیارش قرار می‌گیرد، بتواند خبر را بدون حتی یک اشکال، به خوبی قرائت کند. او باید به جز وقت شناسی خصلت دیگری هم داشته باشد: خیلی زود به استودیو بیاید. علاوه بر این، نباید از نظر فنی، مانند انتقال معنای مطالبی که می‌خواند، دچار اشکال بشود. مجری خبر باید در حیطه کاری خود، فردی کاملاً مطلع باشد به طوری که اگر حوادث و تغییرات غیر مترقبه‌ای در خلال پخش خبر روی دهد، بتواند به خوبی با آن مواجه شود. او باید قبل از پخش خبر، مطالب را با صدای بلند بخواند. این کار فرصتی برای وی فراهم می‌کند تا از محتوا و خطاهایی که ممکن است در خلال خواندن رخ بدهد، آگاه بشود. ممکن است به هنگام ملاقات با یکی از فرستادگان بازرگانی کشور چین، اشکالی در تلفظ کلمات پیش بیاید یا جمله‌ای از قول وزیر خارجه یکی از کشورهای آفریقایی، اشتباهی خوانده شود. ممکن است در ادای یک عبارت مغلق دچار اشکال شود یا در متن، با ساختاری مبهم مواجه شود و یا با یک اشتباه تاپیی روبه‌رو گردد. باید فردی صفحات خبری را تحت نظر مجری، که مسئولیت ابلاغ و توزیع خبر را به عهده دارد، به لحاظ تحت‌اللفظی کنترل کند. هنگامی که اتاق خبر تحت تأثیر آخرین وقایعی قرار دارد که هم‌اکنون خبرهای داغ مطبوعات‌اند، خواندن تمامی صفحات این اخبار، آن‌گونه که در بولتن خبری آمده است، غیرممکن است طبق قاعده، داشتن آمادگی کامل برای گوینده خبر الزامی است و یک نسخه از اخبار برای مواقع

ضروری نگهداری می‌شود. البته در عمل، اجرای این توصیه غیرممکن به نظر می‌رسد. در یک استودیوی کوچک، که خواننده اخبار به-تنهایی مشغول انجام وظیفه است، خبر ممکن است چند لحظه پس از وقوع حادثه، به استودیو برسد. باید این خبر را به-محض رویت، قرائت کرد. این بهترین طریقه خواندن خبر نیست و ممکن است گوینده هر لحظه مرتکب خطا شود. مسئولیت آن به آژانس خبری که آن‌را مخابره کرده و یا اپراتوری که آن‌را تایپ کرده است، بازمی‌گردد که همگی وظیفه مهمی در قبال صحت مخابره خبر برعهده دارند. پخش ضعیف اخبار و یا کنترل نکردن پخش آن ممکن است به ضعف مدیریت فرستنده و کمبود کارمندان بازگردد و یا به آژانس خبری که استانداردهای حرفه‌ای را رعایت نکرده است، مربوط شود. حقیقت امر این است که هنگام پخش اخبار، در صورت بروز هرگونه خطایی، هر علتی هم که داشته-باشد، شنونده تقصیر را به گردن خواننده خبر می‌اندازد.

فردی که در پشت میکروفون است، حق دارد که انتظار برخورداری از بعضی خدمات را داشته‌باشد؛ بدین معنی که بولتن خبری باید با خطی کاملاً خوانا نوشته یا تایپ شده باشد و چند دقیقه قبل از خواندن خبر، به دست او برسد. مجری خبر بهتر است آن‌را یک بار دیگر کنترل کند؛ زیرا ممکن است خبر اصلی تغییر کرده باشد و یا اسامی غیرآشنایی به آن افزوده شده باشد. او ارقام و تاریخ‌های وارد شده در خبر را انتخاب می‌کند و آنها را به خاطر می‌سپارد. در قرائت خبر واقعی، حرکات چشم گوینده کمی جلوتر از گفتارش است. بدین ترتیب گوینده می‌تواند گروه کلمات را تشخیص بدهد و قبل از آن که مفاهیم کلمات را به شنونده منتقل کند، آنها را درک می‌کند.



## اولین تقاضایی که از گوینده خبر داریم این است که گوینده، خود آنچه را می خواند، درک کند. اگر گوینده معنای مطلبی را که می خواند درک نکند، نمی توانیم از او انتظار داشته باشیم در انتقال معنا موفق باشد.

آنچه باید از انجام دادن آن دوری کرد، تلفظ اسمی خاص است که از یک بولتن خبری سندیکا پخش می شود و به دنبال آن پس از چند دقیقه، در پخش خلاصه اخبار از یک رادیوی محلی، به گونه ای دیگر بیان می شود. مسئول اتاق خبر استودیو باید به تمامی برنامه های خبری، از هر منبعی که باشد، گوش بدهد و در پایان بر مبنای آن، نکات ضروری را به گوینده خبر گوشزد کند. به علاوه شنوندگان اغلب به تلفظ اسامی که با آن ارتباط دارند، بسیار حساسند. اگر فرستنده ای نام یک مکان یا شخصی را غلط تلفظ کند، از اعتبارش کاسته می شود. اشکال از این جا ناشی می شود که خود شنوندگان در خصوص تلفظ کلمات با هم توافق ندارند. در هر حال، فرستنده باید نهایت تلاش خود را برای تضمین ثبات در تلفظ نام یک فرد یا محل به کار برد. برای این کار لازم است با استفاده از فهرست علامات آوایی، کلیه مجریان خبر با طرز تلفظ نام های افراد و مکان ها به خوبی آگاه شوند و این کار هر چه زودتر باید انجام گیرد.

آخر خبر باشد، علامت گذاری کنید. وقتی یک دقیقه به آخر برنامه مانده است، باید در آن نقطه باشید؛ در غیر این صورت باید سایر مطالب را رها کرده و همان بخش را قرائت کنید.

- هنگامی که برنامه را آغاز کردید، درباره عملکرد خود نگران نباشید؛ فقط به این فکر کنید که مشغول ایجاد ارتباط با شنونده ای فرضی هستید؛ آن هم از پشت میکروفون.

- اگر از روی صفحه مانیتور رایانه ای که به سیستم شبکه داخلی متصل است، مشغول خواندن خبر هستید، کنترل کنید که هم زمان با شما همکاری از ترمینال دیگر، مشغول وارد کردن اخبار دیگری نباشد.

### تلفظ

فرستنده باید تا حد ممکن در خواندن اسم های خارجی مداومت داشته باشد. مشکل وقتی به وجود می آید که اخبار پخش شده، از چند منبع گرفته می شود؛ مثلاً از سندیکاهای خبری، برنامه زنده خبری یک فرستنده، خبری که مورد تأیید یک آژانس خبری واقع شده است و مانند اینها.

آماده بودن بولتن خبری بسیار عالی است، اما این موضوع نباید بهانه ای باشد برای پخش ضعیف برنامه خبری.

در استودیو، خواننده خبر با کمال راحتی، در مکان خود مستقر می شود و در کمال رضایت خاطر، قبل از شروع برنامه یک نفس عمیق می کشد و خود را آماده می سازد.

در زیر چند توصیه عملی برای خواندن متن خبر آورده شده است:

- پیش از شروع برنامه، شیرینی و شکلات نخورید؛ قند موجب غلیظ شدن آب دهان می شود.

- همیشه برای ایجاد تغییرات، اصلاحات یا تأکید بر بخشی از خبر، یک مداد یا قلم با خود داشته باشید.

- اگر عینک می زنید، پیش از شروع برنامه مطمئن شوید که آن را همراه آورده اید.

- چیزهایی که ممکن است باعث ایجاد صدا، تق تق و غیره شوند، همچون دست بند (النگو)، دکمه سردست و غیره نپوشید.

- یک لیوان آب همیشه در دسترس داشته باشید.

- هرگونه سوزن دوخت و گیره را از متن خبری جدا کنید؛ طوری که هر صفحه را جداگانه بتوانید بخوانید.

- مطمئن شوید که تمامی صفحات خبر را با خود دارید و نظم صفحات آن را کنترل کنید.

- پس از خواندن هر صفحه، کمی مکث کنید. سعی نکنید آن صفحه را به طور معکوس روی میز قرار دهید.

- ساعت، لامپ راهنما و گوشی خود را برای تماس با استودیو و علامت شروع برنامه، امتحان کنید و اگر میکروفون کلید قطع وصل دارد، آن را کنترل کنید.

- شدت صدای خود را آزمایش کنید.  
- در مواردی که وقت گیری در پخش خبر مهم است، آخرین دقیقه پخش خبر را که می تواند آخرین ۱۸۰ کلمه یا ۱۸ سطر

کار دیگری که می‌توان کرد این است که تلفظ نام‌های صحیح افراد یا مکان‌ها بر روی هارد دیسک (حافظه دائمی) رایانه ذخیره شود. و به‌هنگام نیاز نام مکان یا شخص مورد نظر را برای مجری بر روی صفحه رایانه نمایش بدهند و هم‌زمان مجریان تلفظ درست آن را بشنوند.

### تاکید آوایی

مطلب مهم دیگری که موجب انتقال معنا می‌شود، رعایت تاکید بر روی بخشی از جمله یا کلمه است. به‌عبارت زیر توجه کنید:

شما درباره این مطلب، انتظار چه کاری از جانب من دارید؟

اگر در این جمله بر روی کلمه «شما» تاکید کنید، مخاطب جمله معین می‌شود. اگر بر روی دو کلمه «از من» تاکید کنید، جمله سوالی، بیشتر اختصاصی می‌شود. اگر بر روی کلمه «کاری» تاکید کنید مفهوم آن بیشتر عملی است تا تئوری؛ باز اگر بر روی عبارت «این مطلب» تاکید شود، مفهوم

دست‌خوش تغییر می‌شود. با تغییر تاکید کلمه، معنای آن نیز تغییر خواهد کرد. به‌هنگام خواندن اخبار، رعایت کردن چنین ظرافت‌هایی بسیار اهمیت دارد.

بسیاری از جملات دارای کلمات محوری‌اند که باید آنها را با رعایت تاکید خواند. گاهی دو بخش از جمله به لحاظ معنایی، کاملاً متناقضند و با هم در تضادند: «در حالی که این حوادث در این جا رخ می‌دهد، دیگران در آن جا در آسودگی آرمیده‌اند.»

بسیاری از جملات نیز از نظر محیط جغرافیایی، نوع حادثه، افراد یا زمان وقوع، عدم توازن (تضاد معنایی) دارند؛ مثلاً:

«آقای اکیت اظهار داشت انتخابات باید در این مقطع، قبل از بروز هرگونه مشکلی برگزار شود؛ اما آقای جونز چنین می‌اندیشید که حداقل باید تا پس از حل و فصل مسئله، انتخابات را به تعویق بیاوریم.»

هنگام گوش فرادادن به گویندگان اخبار، ممکن است ما به زحمت تشخیص دهیم که فقط یک سبک جهانی در بیان اخبار وجود دارد؛ این که رعایت سرعت و ضرورت بر انتقال معنا اولویت دارد. تاکید

### مجری خبر باید در حیطة

### کاری خود، فردی کاملاً مطلع

### باشد به طوری که اگر حوادث

### و تغییرات غیر مترقبه‌ای در

### خلال پخش خبر روی دهد،

### بتواند به خوبی با آن مواجه

### شود.

ممکن است بر روی تمامی کلمات باشد و یا بدون توجه به تقدم و تأخر، در کل مطلب پراکنده شده باشد، ولی اصولاً بر آخرین کلمه هر جمله تاکید می‌شود. آیا این تاکید از این ناشی می‌شود که ژورنالیست سعی می‌کند به‌هنگام دیکته کردن متن خبری از طریق تلفن، بدون هیچ گونه خدشه‌ای آن را منتقل کند؟

حقیقت این است که اگر محل تاکید در جمله اشتباه گرفته شود، معنی آن جمله در پرده ابهام فرو خواهد رفت و یا این که معنا به کلی تغییر خواهد کرد. تنها راه موفق شدن در به‌کارگیری تاکید بر روی کلمه آن است که به‌طور کامل مفاهیم و ارزش‌های

کلمات را در متن خبری تشخیص بدهیم. این کار با تشخیص آگاهانه در خلال آماده شدن برای قرائت متن خبری امکان پذیر خواهد بود. همان‌طور که به درستی زبان دانان بر این عقیده‌اند که: مواظب انتقال معنا باشید و کلمات خود معنا را انتقال خواهند داد.

### نوسان صدا

گوینده خبری که صدای یکنواختی دارد یا در گفتارش ابتدا نوسان وجود ندارد و یا زیربوم در شدت صدای وی عادی و تکراری می‌شود، همان‌طور که انتظار می‌رود، الگوی آوایی صدایش کسل‌کننده می‌شود. سرآغاز جمله با صدای ملایم آغاز می‌شود، به سرعت به اوج خود می‌رسد و به تدریج از شدت آن کاسته می‌شود، و سرانجام قبل از رسیدن به پایان جمله، به پائین‌ترین شدت خود می‌رسد. اگر شروع و پایان جمله را با هم مقایسه کنیم، در-

می‌یابیم که ریتم ادای جمله چنان است که شنونده را جذب نمی‌کند و کل جمله گیج‌کننده است، زیرا با یک آهنگ بیان شده است و اتصال جملات ابتدا قابل درک نیست. در این حال ساختار جمله از بین می‌رود و معنای آن نیز محو می‌شود؛ بدون این که لحن صدا تصنعی جلوه کند.

در هنگام خواندن خبر، جمله جدید معمولاً با شدتی بیشتر از پایان جمله قبلی آغاز می‌شود. شروع پاراگراف هم به همین طریق باید بیان شود. اغلب باید یک زیربوم طبیعی صدا در جمله وجود داشته باشد؛ مخصوصاً اگر جمله بیش از یک عبارت باشد. تاکید معنادار بر کلمات،



مهم‌تر از برجسته‌ساختن اتفاقی کلمات است.

به گوینده خبر توصیه می‌شود گهگاه صدای خود را ضبط کند و خودش آن را بررسی کند تا ببیند آیا آهنگ صدایش موزون و یکنواخت است یا پرخاشگرانه؟ برای بررسی نوسان صدای خود، او باید خارج از استودیو این کار را بکند و بکوشد زیر و بم صدای خود را بیشتر کند تا نتیجه آن خوش‌آیندتر شد.

چه بسا اتفاق می‌افتد که گوینده احساس می‌کند ناشیانه حرف زده است؛ ولی پس از پخش دوباره، متوجه می‌شود صدایش کاملاً طبیعی جلوه می‌کند و تا- حدی هم با حرارت سخن گفته‌است. حتی خیرخوانان باتجربه ممکن است صدایشان یکنواخت جلوه کند و در دام خبرخوانی مکانیکی گرفتار آیند. اما اگر این تحلیل از روی وسواس انجام نشود، تجربه‌ای سالم و نتیجه بخش خواهد بود.

#### مطالب نقل قول شده

خواندن مطالب نقل قولی به نوبه خود هنری جزئی به‌شمار می‌رود. خواندن این مطالب از قول خود خواننده خبر کاری ساده است؛ گو این که نویسنده خبر باید از این کار اجتناب کند. چند نمونه:

- در حالی که در بولتن خبری قبل، وضع جسمانی او معمولی ذکر شده بود، امروز عصر این وضع ضعیف‌تر اعلام شده است. (نحوه نوشتن باید طوری باشد که مطالب نقل قولی برجسته جلوه کند.)

- رهبر مخالف، این اعلامیه را کاملاً ساختگی و گمراه‌کننده مردم توصیف کرد. - وی بعداً تاکید کرد که شاهد را هرگز ندیده است.

برای برجسته‌کردن گفتار دیگران و جداساختن آنها از متن اصلی، لازم است قبل از خواندن گفتار آنها، مکث کنیم و آهنگ صدا و سرعت خواندن را نیز تغییر دهیم.

#### ایجاد تغییرات

آخرین تغییرات بر روی دست‌نویس متن تایپ‌شده باید با دقت هرچه تمام‌تر انجام گیرد. برای حذف کردن کلمات باید به جای خط‌کشیدن از چهارخانه‌های ویژه‌ای استفاده شود. سطور و پیکان‌هایی که بیان‌کننده نظم صفحه است، باید به- صورت کاملاً مشخص کشیده شود که بتوان به‌سرعت مفهوم شود و سطرهای جدید باید در انتهای صفحه نوشته شود. هدف اصلی باید اجتناب از آشفتگی نوشته‌ها و ایجاد وحدت در تغییرات باشد. تعجب‌آور است که چگونه خواننده خبر با

#### هرگز نگویند، «خداحافظ»؛

#### چون شنونده را دعوت به

#### پاسخ دادن می‌کند؛ یعنی

#### «رادیو خود را خاموش کن».

مهارت هرچه تمام‌تر مسیر خود را در میان هزارچم تغییرات بدون اشکال پیدا می‌کند، ولی هنگامی که به صفحه‌ای می‌رسد که بدون تغییر نوشته شده‌است، به جای احساس آرامش، در خواندن آن دچار لکنت می‌شود.

#### اصلاحات

اما وقتی یک اشتباه رخ می‌دهد، چه می‌کنید؟ آیا بدون برگشتن و اصلاح آن و بی‌اعتنا، به خواندن آن ادامه می‌دهید؟ چه وقت باید به خاطر اشتباه خود معذرت- خواهی کنید؟ البته پاسخ این پرسش‌ها به نوع خطا بستگی دارد. اگر اشتباه لپی باشد، یا تاکید اشتباهاً اعمال شود، در صرف فعل یا کلمه اشتباه پیش بیاید، و یا کلمه‌ای اضافی، ناخواسته بیان شود، ضرورتی برای عذرخواهی نیست. سؤالی که برای گوینده مطرح می‌شود این است که: آیا شنونده در درک معنا، دچار سوءتعبیر شده‌است؟ اگر

چنین است، باید آن اشتباه اصلاح شود. اگر خطا پی‌درپی صورت بگیرد یا کلمه‌ای کاملاً نادرست تلفظ شود، بهتر است تمامی جمله دوباره خوانده شود. چون جمله «متأسفم، جمله را دوباره قرائت می‌کنم»، جمله‌ای کلیشه‌است، مثلاً می‌توان گفت: «متأسفم، این جمله را تکرار می‌کنم» یا «اجازه بدهید جمله را اصلاح کنم» معمولاً شنوندگان بدون هیچ‌گونه نگرانی، این عبارات را می‌پذیرند شاید از نظر تهیه‌کننده، دنیا به آخر رسیده باشد؛ اما چنین نیست. حتی اگر شنونده چنین خطاهایی را بشنود، مایل است گوینده با حداقل وسواس، آن را اصلاح کند.

#### فهرست‌ها و شماره‌ها

خواندن فهرست می‌تواند مشکلی را به‌وجود بیاورد؛ خواندن جدول نتایج مسابقات ورزشی، سهام بازار بورس، قیمت انواع گوشت، پیش‌بینی وضع هوا برای کشتی‌ها، موارد خسته‌کننده‌ای است. باز در چنین مواقعی، اولین وظیفه گوینده درک متن و علاقه نشان دادن به خواندن آن است تا بتواند با شنونده ارتباط برقرار کند. ثانیاً گوینده بی‌تجربه باید به دیگران گوش بدهد؛ از آنها کپی نکنند، بلکه نکاتی را که در میان اطلاعات داده شده مناسب به نظر می‌رسد، یادداشت کند. در خواندن این‌گونه اطلاعات باید گونه‌ای نوسان صدا وجود داشته باشد که بتواند باعث تقویت محتوای ارائه شده باشد. برای مثال، در مورد اعلام نتایج مسابقات فوتبال، همان‌طور که نتایج مسابقات داده می‌شود، آهنگ صدا مشخصه امتیاز آنها می‌باشد. درباره مسابقات انفرادی هم، همین‌طور؛ باید الگوی ثابتی وجود داشته‌باشد:

مسابقات در کاتریک - سه نفر برتر در

میان سی نفر شرکت کننده:

اول، شماره ۷، فانترم، ۵ بر ۲ (اسب

مورد توجه).

دوم، شماره ۹، کریستال کد، ۷ بر ۱.

سوم، شماره ۳، هندمیدن، ۲۵ بر ۱.



فرد غایب، شماره ۱، گلد دیگر.

بنا به دلایل روشنی، باید در خواندن قیمت‌ها و تلفظ اعداد بسیار دقت کرد. در خواندن نتیجه مسابقات ورزشی عدد صفر معانی متفاوتی را در بر دارد و خواننده خبر باید کاملاً آگاهی داشته باشد که این رقم را چه موقع هیچ، مساوی، صفر، اه! (oh!) تفسیر کند. شنونده یقیناً می‌داند کدام باعث می‌شود که آن فرستنده شناخته شود. لازمه‌اش به‌کارگیری نظم است به خصوص در ارتباط با قرائت فرکانس پخش فرستنده. مثال دیگر خواندن زمان است، مثلاً: «ساعت ۳ و ۲۵ دقیقه، یا ۲۵ دقیقه از ۳ گذشته». «یازدهم ماه مه یا مه، یازدهم ۲۵». همچنین در مورد فرکانس فرستنده ۱۱۰۷ کیلو هرتس، یا ۲۷۱ موج متوسط که می‌توان اعداد را به چند طریقه خواند. در مورد درجه هوا آیا باید درجه سانتیگراد خوانده شود یا فارنهایت؟ یا فقط کافیسست بگوئیم ۲۲ درجه؟

بعضی از فرستنده‌ها به چند طریق خود را معرفی می‌کنند، بعضی از آنها تنوع را ترجیح می‌دهند. بعضی از فرستنده‌ها برای

## گوینده خبری که صدای یکنواختی دارد یا در گفتارش ابداً نوسان وجود ندارد و یا زیروبم در شدت صدای وی عادی و تکراری می‌شود، همان‌طور که انتظار می‌رود، الگوی آوایی صدایش کسل کننده می‌شود.

معرفی خود از علائم اختصاری استفاده می‌کنند.

خط مشی به‌کار گرفته شده فرستنده را پیدا کرده و آن را به‌کار بگیرید- حتی هنگام ارسال یک نوار صدا، روشی را به‌کار بگیرید که از رادیو شنیده می‌شود.

از مقررات دیگری که معمولاً توسط گویندگان به‌کار گرفته می‌شود، یکی این است که هرگز نگویید، «خداحافظ»؛ چون شنونده را دعوت به پاسخ دادن می‌کنند؛ یعنی «رادیو خود را خاموش کن».

در مورد اعداد هم همین‌طور است. وقتی خواننده قرار است عدد صد را از هزار تمیز دهد، بهتر است در کنار ارقام، آن اعداد با حروف هم نوشته شود، اگر ارقام به درستی نوشته شود، متن برنامه‌ای که در برگیرنده جملات و عبارات غیرمبهم باشد، به سهولت دیده می‌شود و در ظرف چند ثانیه بدون اشتباه خوانده خواهد شد.

مفهوم در این قبیل عبارات، به‌صورت گروهی است و نه در تک تک کلمات. وقتی یادگیری را آغاز می‌کنیم، از حرف شروع می‌کنیم و سپس کلمه به کلمه

می‌خوانیم. مجری خبر باهوش، متن خبری را عبارت به عبارت ارائه می‌دهد. در یک زمان مجموعه کلمات را می‌خواند و سپس انتقال می‌دهد و بین عبارات نقل شده مکث می‌کند تا شنوندگان معنی آن را درک کنند.

خلاصه قوانین خبرخوانی به شرح زیر است:

- با آماده سازی، خود متن خبری را کاملاً درک کنید.

- با قدرت، تصور شنونده را مجسم کنید.

- با گفتن متن، مفهوم خبر را انتقال دهید.

### روش فرستنده

مدیران رادیو به روش اتخاذ شده توسط فرستنده بدگمان‌اند. آنها خطایی را که از رادیو پخش شود، توهینی شخصی به حساب می‌آورند، مخصوصاً اگر قانونی وضع کنند که بدون چون و چرا باید رعایت شود؛ ولی به‌هرحال با به‌کارگیری یک روش باثبات از سوی فرستنده، در پایان برنامه، معمولاً یک مجری، مسئولیت را به کس دیگری واگذار می‌کند. هرگز بیان این جابه‌جایی را از رادیو اعلام نکنید.

بهتر است همیشه خود را در کنار شنونده احساس کنید و بگوئید: «از این‌که در کنار شما بودیم، خوشحالیم». این روش ماهرانه ارایه خدمت به دیگران است. در صورتی که اگر بگوئیم «متشکرم اگر وقت خود را با ما صرف کردید» روش درستی به‌کار نبرده‌ایم و مجری به نظر خودخواه می‌نماید.

فرستنده باید این زحمت را متحمل شود تا خود را متصل به شنونده کند، نه این‌که انتظار داشته باشد دیگران به او پیوندند.

### مداومت در ارائه برنامه

ارائه یک بخش از برنامه، و مداومت در پخش آن، که نقش صدای فرستنده را دارد، دقیقاً مشابه به عهده گرفتن چاپ مجله‌ای است که بخش‌های متفاوت آن را به هم

متصل می‌کند. هدف اصلی، به وجود آوردن رشته‌هایی از علاقه از جانب شنوندگان به برنامه‌ها است؛ گو این‌که بین محتوای برنامه‌ها و علاقه‌ها تفاوت‌هایی وجود دارد. مجری برنامه مرحله گذار را به سبکی اجرا می‌کند که گویا برنامه در حال تمام شدن است، زیرا پیش از این‌که مراحل بخش اعلامیه‌ها، خبرهای اتفاقی، مشخصات فرستنده و کنترل زمان را به سرانجام برساند، این آمادگی را پیدا می‌کند که برنامه بعدی را احتمالاً با سبکی دیگر آغاز نماید و طبعاً قبل از این‌که درباره کیفیت برنامه قضاوت بکند، به قسمت‌هایی از برنامه گوش دهد. بنابراین اگر مجری یک دقیقه قبل از شروع برنامه وارد استودیو شود، به این امید که متن برنامه خود را بیابد و به پخش برنامه بعدی ادامه بدهد، بدون این‌که از تمامی جریان‌ات اطلاع داشته‌باشد، کار درستی نکرده است. اگر فرستنده‌ای این وضعیت را داشته‌باشد، بهتر است تمامی مراحل آن به صورت ماشینی و به طور خودکار انجام شود.

اگر وقت آن رسیده است که برنامه‌ای تمام شود، برنامه بعدی را دنبال کنید، زیرا باید چند لحظه دیگر پخش آن را اعلام کنید. معمولی‌ترین روش آن است که دو برنامه بعدی را نیز دنبال کنید و این کار را اجباراً، ولی به نحوی شایسته، انجام دهید تا شنوندگان را به برنامه علاقه‌مند کنید. شاید بهتر است بخش کوتاهی از برنامه را در میان دو برنامه پخش کنید، اگر قرار است برنامه‌های آینده را اعلام کنید، زمان پخش آنها را بگویید: «حال به برنامه‌هایی که قرار است فردا شب پخش شود توجه کنید...». مداومت در ارائه برنامه نیاز به این است که درباره نحوه خاتمه یافتن برنامه حساسیت نشان بدهید، بین برنامه‌ها فاصله کافی راعایت کنید. ادامه برنامه‌ها را با یک لبخند و یا هرگونه گفتار دیگری که لازم می‌دانید، اعلام کنید.

دقیقاً رعایت دقت را بکنید و بین برنامه‌ها به مدت ۱۵ ثانیه تایک و نیم دقیقه حرف بزنید؛ ولی پرحرفی نکنید. مجری خوب می‌داند که فقط پخش برنامه هدف نیست، بلکه هدف اصلی در آن سوی خط ارتباطی، یعنی برقراری ارتباط با شنونده وجود دارد.

### خطاها و حالات فوق العاده

هنگامی که رایانه در پاسخ دادن باز بماند، یا دستگاه روشن نشود یا هنگامی که دستگاه فیدر باز شود، اما سکوت برقرار باشد، چه می‌کنید؟ در وهله اول، مراقب باشید که توهین و ناسزاگویی را آغاز نکنید؛ زیرا ممکن است میکروفون فعال باشد و این کار، مشکلی دیگر بیافریند. در وهله بعد، با دقت، تمامی جریان راه‌اندازی دستگاه‌ها را کنترل کنید. ممکن است فقط اشکال کوچکی رخ داده باشد. آیا تمامی چراغ‌های سیگنال‌دهی روشن هستند؟ آیا یکی از دستگاه‌ها مشکل کوچکی ندارد که بتوان به سرعت آن را رفع کرد؟ آیا ضبط برنامه را نمی‌توان با دستگاه دیگری انجام داد؟ اگر مراحل ضبط و پخش برنامه را بتوان پس از مکثی کوتاه انجام داد، دیگر لزومی ندارد دیگران را خبر کنیم. اگر انجام دادن این کار به دقت بیشتری نیاز دارد، باید برای مطلع ساختن شنونده به او خبر بدهیم:

«به خاطر تأخیر عذرخواهی می‌کنم، به نظر می‌رسد چند لحظه ارتباط ما با گزارشگر قطع شده است.» سپس اگر مشکل رفع شد، می‌توانیم به سخن خود ادامه دهیم:

«پس از چند لحظه ادامه گزارش را برایتان پخش می‌کنیم...».

مجری ممکن است فکر کند که او مسئولیت فردی یا گروهی این مشکل را به عهده دارد، اما کاری که باید انجام بدهد این است که دیگری را مقصر نداند: مثلاً نگوید: «از اشکالی که پیش آمد معذرت می‌خواهم. فردی در اتاق فرمان دکمه

عوضی را فشار داد»

همین رخداد ممکن است، پس از دریافت علامت ویژه‌ای در مورد کاری عوضی اتفاق بیافتد و یا متنی اشتباهی قرائت شود. مجری کارکشته در این موقعیت راحت‌طلبی پیشه نمی‌کند، و نمی‌گوید این کار پیچیده است، بلکه به راحتی، با کمک دیگران، با حالتی طبیعی و حداقل ایجاد مزاحمت و مشکل، آن را برطرف می‌کند. شغل او ایجاب می‌کند که

### همواره ممکن است

### وضعیتی به وجود بیاید که

### خبری غیر منتظره از راه

### برسد. مجری باید بتواند

### آن را در بین برنامه‌ها

### بگنجانند.

منتظر حوادث غیرمنتظره باشد.

همواره ممکن است وضعیتی به وجود بیاید که خبری غیرمنتظره از راه برسد. مجری باید بتواند آن را در بین برنامه‌ها بگنجانند؛ مانند اطلاعیه‌های غیرمترقبه، رایحه خدمات عمومی، تقاضا برای اهدای خون، مسایل امنیتی در خانه‌ها، فرامینی برای رانندگان، دستورالعمل‌هایی برای تماس با پلیس یا رایحه خدمات بیمارستانی و غیره... علاوه بر این، ممکن است اعلام برنامه‌ها و آگهی‌های تجاری در فواصل به-کار رود.

این اطلاعیه‌های کوتاه همیشه برای پرکردن فواصل ۲۰ ثانیه‌ای بین برنامه وجود دارد و پس از استفاده از آنها با اطلاعیه‌های دیگری عوض می‌شوند.

موسیقی آماده‌باش نیز یکی از قسمت‌های دستورالعمل‌های موارد اضطراری است. برای هر قسمت نوعی

موسیقی پخش می شود. قطع برنامه‌ای که از کلیسا پخش می شود، عدم پخش فوتبال شنبه، یا جایگزین آخر برنامه کودکان که کوتاه تر از حد معینی بوده است. برای اجتناب از سردرگمی موسیقی انتخابی، هر بخش نباید مشابه دیگری باشد. به خاطر واکنشی که در مقابل هریک نشان داده می شود، وقتی این گونه موسیقی پخش می شود، زمان کافی برای حل مشکل و تنظیم برنامه وجود خواهد داشت. قاعده کلی این است که هرچه سریع تر به برنامه اصلی خود بازگردیم. گاهی لازم است برنامه نامناسبی را ندیده گرفته و به جای آن یک گفتار پانزده دقیقه‌ای یا یک برنامه سرگرم کننده دیگر پخش کنیم که جبران این پیش آمد بشود.

### گوشی‌ها

یک مجری صریح‌اللهجه گاهی ممکن است نگران کیفیت صدای خودش بشود. علائم هشدار دربرگیرنده این حقیقت است که مجری لاینقطع از طریق گوشی‌ها، به صدای خود گوش می دهد. هدف استفاده از گوشی‌ها در اصل، ایجاد ارتباط با محیط خارج، یا دادن علامت برای ضبط یا پخش یک برنامه است. مجری باید، مگر در موارد ناچار بودن، دو گوش خود را با گوشی‌ها ببوشاند، در غیراین صورت، در دنیای خود محصور شده و تماس او با دنیای خارج از استودیو، قطع خواهد شد. اگر او کارهای عادی زیادی را قرار است انجام دهد (خواندن اعلامیه‌ها، مشخصات شناسایی فرستنده، کنترل زمان و معرفی برنامه‌ها)، متوجه تغییرات مناسبی که قرار است در برنامه‌ها ایجاد شود، نخواهد شد. مانند گوینده اخبار او گهگاه باید به برنامه‌هایی که با صدای خودش ضبط شده است گوش بدهد، تا به واژه‌های تکراری، تکیه کلام‌ها و کلیشه‌ها و سبک یکنواخت صدای خود توجه کند.

### آگهی‌های تبلیغاتی و اعلام

برنامه‌های آینده

بخش عمده‌ای از جاذبه فرستنده برای شنوندگان بستگی به لحن گفتار گویندگان آن دارد. فعالیت‌های تبلیغاتی را نباید به بخت و اقبال رها کرد؛ بلکه برای هماهنگی با سبک کلی فرستنده، باید برای آنها برنامه‌ریزی شود. «فروش» وقت برنامه و پخش آن مانند بازاریابی اجناس است. اما به خاطر داشته باشید که جاذبه این گونه برنامه‌های تبلیغاتی به کسانی مربوط می شود که به آنها گوش می دهند. وظیفه مجری این است که اسامی برنامه‌ها را جالب و پرجاذبه اعلام کند تا شنونده ترغیب شود بار دیگر به آنها گوش بدهد. ویژگی‌هایی که مردم از آن لذت می بردند و به سوی آنها جذب می شوند به شرح زیر است:

#### - طنزهای پرجاذبه

- برنامه‌های ابتکاری که جالب توجه باشد
- موسیقی متن مناسب
- سادگی متن، گویا بودن پیام
- ...

### کیفیت مطلوب صدا

اگر یک یا چند مورد از ویژگی‌های بالا در هریک از برنامه‌های تبلیغاتی یا عادی وجود داشته باشد، شنونده دوباره درخواست شنیدن آن را خواهد کرد. فرستنده همیشه سعی بر این دارد تا با شنونده حسن تفاهمی را به وجود بیاورد و اعلام برنامه‌های آینده فرصتی است برای این کار. برای اعلام برنامه آینده مثلا می توان گفت: «این برنامه فقط برای شما تهیه شده است.»

پس از این که توجه شنونده را جلب کردیم، خلاصه برنامه آینده و بخشی از محتوای آن گنجانیده می شود این که هدف از پخش برنامه چیست؟ شرکت کنندگان در برنامه چه کسانی هستند؟ و برای چه قالبی (به صورت سؤال، بحث، مکالمه تلفنی، و غیره) تهیه شده است. تمامی این اطلاعات باید در ارتباط با مشخصاتی باشد که در بالا نام بردیم. اما تهیه برنامه‌های طنزآمیز و در

عین حال اصیل و هوشمندانه، در عین سادگی، کاری بس مشکل است.

آخرین مرحله این است که مطمئن شویم شنونده از جزئیات ساعت و روز پخش برنامه‌ها آگاه شده است. بهتر است این اطلاعات یک بار دیگر تکرار شود.

خلاصه برنامه (آنونس) اغلب با موسیقی ترکیب می شود که بازتاب دهنده سبک برنامه است؛ سبک برنامه‌ای که خاتمه برنامه معرف آن خواهد بود. شروع و خاتمه این خلاصه برنامه باید کاملا شفاف باشد. بهتر است شروع و خاتمه این قطعه با موسیقی ترکیب شود و بخش میانه با گفتار همراه باشد.

به شکل بسیار ساده‌ای، خلاصه برنامه‌ای که مدت آن ۳۰ ثانیه طول خواهد کشید، به شکل زیر عرضه می شود:

موزیک: به صورت شاد شنیده می شود، صدای آن کاهش می یابد و در زیر گفتار شنیده می شود.

گفتار: برای جلب توجه، کلیه اطلاعات مهم را درباره محتوای برنامه بیان می کند.

اطلاعات: زمان پخش بیان می شود؛ موزیک با صدای پائین در زیر گفتار شنیده می شود.

موزیک: آهسته و سپس محو می شود. هیچ گونه دلیلی برای ادا کردن شنونده به گوش فرادادن به برنامه‌ای وجود ندارد. بهتر است شنونده را قانع سازیم که اگر به برنامه خاصی گوش ندهد، از شنیدن مطالب آن برنامه محروم خواهد شد، و اگر این قولی است که فرستنده به شنونده می دهد، باید در عملی کردن آن به بهترین نحو کوشا باشد. خلاصه برنامه نباید حالت اجباری داشته باشد و مهم تر از هر چیز، باید خاطره انگیز باشد.

#### منابع:

این مقاله، ترجمه فصل هشتم کتاب زیر است:

McLeish, Robert (1999). **Radio production**. (4th ed). Oxford: Focel press.

