

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سرشناسه	: وثوقی، امید، ۱۳۶۴-
عنوان و نام پدیدآور	: تکنیک‌های گویندگی و مجری‌گری/نویسنده امید وثوقی.
مشخصات نشر	: مشهد: انتشارات مرنديز، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهري	: ۲۰۹ص.: مصور (رنگی).؛ ۲۱/۱۴×۵/۵سم.
شابک	: 978-600-106-765-5
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: سخنوری
موضوع	: Oratory
موضوع	: رادیو -- گویندگی
موضوع	: Radio announcing
موضوع	: تلویزیون -- گویندگی
موضوع	: Television announcing
موضوع	: مجریان و مجری‌گری
موضوع	: Entertainers
رده بندی کنگره	: PN۴۱۳۹
رده بندی دیویی	: ۸۰۸/۵۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۴۷۰۳۱۷
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیبا

# تکنیک‌های گویندگی و مجری‌گری

نویسنده:

امید وثوقی



نشر مرنديز

## تکنیک‌های گویندگی و مجری‌گری

نویسنده:

حسن وثوقی (امید)

چاپ: معین / نوبت چاپ: اول ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۰۶-۷۶۵-۵

دفتر نشر: مشهد - خیابان آبکوه ۷ - دانشسرای ۸ - شماره ۹۰

تلفن: ۰۵۱-۳۷۲۷۴۷۶۵ | دورنگار: ۰۵۱-۳۷۲۵۱۳۰۲

تمام حقوق چاپ و نشر این اثر طبق قرار داد محفوظ است و هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی ممنوع است.

متخلفان به موجب قانون حمایت از حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار میگیرند.

قیمت: ۹۵,۰۰۰ تومان

## فهرست مطالب:

مقدمه	۱۱
فصل اول: رسانه	۱۵
فصل دوم: فن بیان	۲۳
۲-۱- جنس صدا	۲۷
۲-۱-۱- تنفس	۲۸
۲-۱-۲- تمرینات آوایی صداسازی	۲۹
۲-۱-۳- مراقبت از حنجره	۳۱
۲-۱-۴- تغذیه	۳۳
۲-۱-۵- فرکانس صدا	۳۴
۲-۲- شفافیت بیان	۳۵
۲-۲-۱- اهمیت شفافیت بیان	۳۶
۲-۲-۲- تحرک فک و دهان	۳۷
۲-۲-۳- تمرینات آوایی	۳۸
۲-۲-۴- کشف نقاط ضعف در تلفظ حروف	۳۸
۲-۲-۵- استفاده از گوشی‌های تلفن همراه	۳۹

- ۳۹-۲-۲-۲ تکرار عبارات دارای حروف نزدیک به هم ..... ۳۹
- ۴۱-۲-۲-۷ غلو خوانی ..... ۴۱
- ۴۱-۲-۳ ریتم و ضرباهنگ بیان ..... ۴۱
- ۴۲-۲-۳-۱ تمرین حفظ شفافیت در ریتم تند بیان ..... ۴۲
- ۴۳-۲-۴ رسایی صدا ..... ۴۳
- ۴۳-۲-۵ لهجه ..... ۴۳
- ۴۴-معیارهای وجود لهجه ..... ۴۴
- ۴۵-۲-۵-۱ شناخت و تفکیک اصطلاحات بومی ..... ۴۵
- ۴۵-۲-۵-۲ آهنگ بیان ..... ۴۵
- ۴۶-۲-۶ نوسانات بیان ..... ۴۶
- ۴۸-۲-۷ لحن و حس کلام ..... ۴۸
- ۵۱-۲-۸ تکنیک تعلیق (حذف آوای صوتی زائد) ..... ۵۱
- ۵۲-۲-۹ آکسان گذاری ..... ۵۲
- ۵۴-۲-۱۰ شیوه اجرا ..... ۵۴
- ۵۵-۲-۱۱ آوای غیرکلامی ..... ۵۵
- ۵۷-فصل سوم : ادبیات گفتاری ..... ۵۷
- ۵۹-۳-۱ بداهه پردازی ..... ۵۹
- ۶۱-۳-۱-۱ صدای خود را ضبط کنید. .... ۶۱
- ۶۲-۳-۱-۲ رفع معضل لغات پرتکرار با واژه‌های جایگزین ..... ۶۲
- ۶۵-۳-۱-۳ شکار واژه‌های زیبا ..... ۶۵
- ۶۶-۳-۱-۴ استفاده از ضرب المثل‌ها، تک بیتی‌ها، جملات قصار، حکایات، آیات و روایات ..... ۶۶
- ۶۷-۳-۲ تعادل در سخن ..... ۶۷

## فهرست مطالب ۷۵

- ۳-۳ احترام و ادب ..... ۶۷
- ۳-۴ شوخ طبعی ..... ۶۹
- ۳-۵ جستجوی اینترنتی ..... ۶۹
- ۳-۶ خلاقیت در اجرا ..... ۷۱
- ۳-۷ مخاطب شناسی ..... ۷۲
- ۳-۸ صداقت ..... ۷۳
- ۳-۹ رشته کلام ..... ۷۴
- ۳-۱۰ دکوپاژ سخن ..... ۷۵
- ۳-۱۱ پرهیز از تکلف ..... ۷۶
- ۳-۱۲ ارائه آمار و مستندات ..... ۷۷
- ۳-۱۳ همراه کردن مخاطب ..... ۷۸
- ۳-۱۴ حذف تکیه کلام ها ..... ۷۹
- ۳-۱۵ قابل دفاع سخن بگوئید ..... ۸۰
- ۳-۱۶ از کلیشه گویی پرهیزید ..... ۸۱
- ۳-۱۷ مقدمه و پایان مناسب ..... ۸۲
- ۳-۱۸ مدیریت زمان ..... ۸۳
- ۳-۱۹ ایجاز و سکوت ..... ۸۵
- ۳-۲۰ حافظه ..... ۸۶
- ۳-۲۱ کنترل بدگویی ..... ۹۰
- ۳-۲۲ منیت و صحبت از خود ..... ۹۰
- ۳-۲۳ استیشنری ..... ۹۱
- ۳-۲۴ حفظ منطق کلام ..... ۹۲

- ۲۵-۳ استدلال ..... ۹۴
- ۲۶-۳ بازخورد گرفتن ..... ۹۴
- ۲۷-۳ تکنیک انعکاس ..... ۹۵
- ۲۸-۳ انتقاد کردن ..... ۹۶
- ۲۹-۳ بهره‌بری از سخنان مدیر یا کارشناس ..... ۹۷
- ۳۰-۳ مدیریت تیپ‌ها ..... ۹۸
- فصل چهارم: زبان بدن ..... ۱۰۱
- ۱-۴-۱ میمیک ..... ۱۰۳
- ۱-۴-۱-۱ ارکان میمیک ..... ۱۰۴
- ۱-۴-۲ آماده‌سازی میمیک ..... ۱۰۵
- ۱-۴-۳ آیا از میمیک خود به درستی استفاده می‌کنید؟ ..... ۱۰۶
- ۱-۴-۴ تماس چشمی ..... ۱۰۷
- ۴-۲ استایل بدن ..... ۱۰۸
- ۴-۳ حرکات ..... ۱۱۱
- فصل پنجم: اعتماد به نفس ..... ۱۱۵
- ۵-۱ ساختن ذهن مثبت ..... ۱۱۸
- ۵-۲ حرکات باز بدن ..... ۱۱۹
- ۵-۳ تقویت عنصر توکل ..... ۱۲۰
- ۵-۴ دیگران چگونه فکر می‌کنند؟ ..... ۱۲۱
- ۵-۵ طنین صدا ..... ۱۲۲
- ۵-۶ مشارکت ..... ۱۲۲
- ۵-۷ درک نقاط ضعف ..... ۱۲۴



## فهرست مطالب ۹

۱۲۷	۵-۸ ریلکسیشن و ایجاد آرامش .....
۱۲۸	۵-۹ کاهش ارتباط با دوستان اهل تمسخر .....
۱۲۹	۵-۱۰ تمرین‌های کوچک .....
۱۳۱	۵-۱۱ کشف موقعیت‌های استرس زا .....
۱۳۱	۵-۱۲ تخلیه استرس .....
۱۳۲	۵-۱۳ تنفس عمیق .....
۱۳۲	۵-۱۴ کنترل واگویه‌های منفی .....
۱۳۴	۵-۱۵ پوشش مناسب .....
۱۳۵	۵-۱۶ تسلط بر شرایط .....
۱۳۶	۵-۱۷ خواب کافی .....
۱۳۶	۵-۱۸ ورزش .....
۱۳۷	۵-۱۹ لیخند .....
۱۳۹	فصل ششم: مطالبی برای علاقمندان به گویندگی .....
۱۴۷	فصل هفتم: مطالبی برای علاقمندان به مجری‌گری .....
۱۵۹	نکات .....
۱۶۱	فصل هشتم: مطالبی برای علاقمندان به سخنوری و تدریس .....
۱۶۷	فصل نهم: مطالبی برای علاقمندان به بازیگری .....
۱۷۳	فصل دهم: آرشویی فوق العاده برای تقویت بداهه‌گویی .....
۱۷۵	۱-۱۰ آیات و روایات .....
۱۷۸	۱۰-۲ اشعار و تک‌بیتی‌ها .....
۱۸۹	۱۰-۳ سخنان ارزشمند (جملات قصار) .....
۱۹۱	۱۰-۴ حکایات و لطایف .....

۱۰ تکنیک‌های گویندگی و مجری‌گری

۲۰۱ ..... چند لطیفه

۲۰۲ ..... ۱۰-۵ ضرب‌المثل‌ها

۲۰۵ ..... ۱۰-۶ واژه‌های جایگزین

۲۰۷ ..... ۱۰-۷ واژه‌های زیبا

## مقدمه

لطفا صادقانه پاسخ دهید.

در ده سال اخیر چقدر برای خرید پوشاک مورد علاقه خود وقت و هزینه کردید؟

در این دهه چقدر برای ارتقاء مدرک تحصیلی زمان و هزینه صرف کرده‌اید؟ برای چهره، ظاهر، عطر و ... که به هدف تقویت وجهه اجتماعی تهیه می‌شوند چه؟

این کتاب را به این خاطر نوشتم که حس می‌کنم علی‌رغم اهمیت تمام موارد ذکر شده و تایید و درک شما برای وقت و هزینه‌های فوق، معتمد که:

"ارتباط موثر"، به مراتب از لباس و ظاهر و چهره و مدرک تحصیلی و ... مهم تر است. بطوریکه اگر ارتباط موثر در یک کفه ترازو باشد و مابقی در کفه دیگر، اولی سنگینی می‌کند!

مثالی را با هم مرور می‌کنیم. تصور کنید فردی اپلیکیشنی را تولید کرده و قصد دارد آن را به یک مدیر بفروشد. اگر لباس مناسب، چهره مناسب و حتی تحصیلات بالایی داشته باشد وقتی با کمبود اعتماد به نفس، تیپ زدن‌های پیاپی در کلام و جملات نه چندان منسجم نرم افزار خود را معرفی می‌کند، به احتمال قریب به یقین، نمیتواند در فروش خود موفق باشد.

اما تصور کنید او هرچند با ظاهری نه چندان شیک و مناسب و لباس‌های ناهماهنگ و تحصیلات دیپلم به مدیر مراجعه کند و با واژه پردازی شکیل، اعتماد به نفس، لبخند و صدا و بیان گیرا و زیبا و شیوا این نرم افزار را معرفی کند و جمله بندی خود را طوری انتخاب کند که به خوبی گواه فواید و مزایای استفاده از این اثر باشد. آیا باز هم مدیر به راحتی او را طرد می‌کند؟ خیر. این بار مدیر مجاب می‌شود که در مورد این نرم افزار و قابلیت هایش بیشتر بداند. هرچند که شخص دوم، هم از نظر ظاهر و لباس و چهره و هم از نظر تحصیلات آکادمیک توفیقات کمتری نسبت به اولی داشت.

شما تا به حال چقدر برای تقویت مهارت‌های ارتباطات اجتماعی خود وقت و هزینه صرف کرده اید؟ البته قطعاً به اهمیت این موضوع پی برده اید که در صدد تهیه این کتاب برآمدید و از این بابت به شما تبریک می‌گوییم. ارتباط موثر، آموختنی است.

ساده، شیرین، کاربردی و قابل فهم است.

این کتاب برای همه افراد بالاتر از ۱۴ سال نگاشته شده و امید داریم تکنیک‌های گفتاری و ارتباطی شما بعد از خواندن آن بطور قابل ملاحظه‌ای تقویت شود. بطور ویژه تر اصحاب سخن را به مطالعه این کتاب دعوت می‌کنیم:

گویندگان

مجریان

معلمان و سخنوران

فعالان کسب و کار

فعالان هنرهای نمایشی از جمله بازیگران

از تکنیک‌های ناب فن بیان خواهیم گفت. از بهترین روش‌های تقویت اعتماد به نفس صحبت خواهیم کرد. راهکارهای ساده و موثری در زمینه بداهه

گویی مطرح خواهیم کرد و برای تقویت دایره لغات و ادبیات گفتاری پیشنهادهایی خواهیم داشت.

محتوای این کتاب برای هر شخصی که مایل است در فن بیان، نفوذ کلام، اعتماد به نفس و گیرایی کلام موفق تر باشد پیشنهاد می‌شود. البته پنج حرفه فوق ارتباطات اجتماعی بیشتری دارند و به همین دلیل در فصل‌هایی جداگانه برای اهالی این مقوله‌ها، مطالب تکمیلی را خواهیم گفت.

در کلاس‌هایی که در ده سال گذشته تحت عنوان گویندگی و مجری‌گری داشته‌ام نیز بارها هنرجویانی از بازاریان و مشاوران املاک، مدرس‌ها، وکلا و ... که شاید بعضاً در ابتدا رغبتی به فعالیت رسانه‌ای نداشتند نیز در کنار علاقمندان به این عرصه حاضر شدند.

آرزو دارم که مطالب تهیه شده شما را در تبدیل شدن به یک رسانه قدرتمند یاری کند و چه امیدی از این شیرین تر، که مخاطبان این کتاب، با بهره‌گیری از مباحث آن، سخنانی نافذ و گیرا در راستای افزایش معنویت و حقانیت اشاعه دهند.



## فصل اول: رسانه



انتظار می‌رود پس از مطالعه این فصل،  
برای سوالات زیر پاسخ مناسبی داشته باشید:

مفهوم رسانه چیست و مولفه‌های آن کدامند؟  
فعالیت در رسانه نسبت به مشاغل دیگر چه اهمیتی دارد؟  
رسالت و وظایف رسانه چیست؟

و ...





در فصل‌های بعد به تکنیک‌ها و ترفندهای قوی بودن در ارتباط و رسانه می‌پردازیم. اما قبل از آن در این فصل یک چالش را مطرح می‌کنیم. پاراگراف زیر را بخوانید، و پاسخ خود را در ذهن مرور کنید.

ما به نانو نیاز داریم تا بتوانیم نان بخوریم، به کشاورز نیاز داریم چرا که میوه و تره بار تولید می‌کند و همینطور اشخاص زیادی مثل پزشکان، رانندگان، تعمیرکاران و ... کاملاً در زندگی ما گره گشا هستند. نبود آنها در زندگی ما خلل ایجاد می‌کند. بسته بودن یک سوپرمارکت باعث می‌شود مجبور به طی مسافت بیشتری برای تهیه مایحتاج خود بشویم و پیدا نکردن لوله کش وقتی مشکل ترکیدگی لوله داریم، کاملاً دردسر ساز است. اما جایگاه یک گوینده کجاست؟ بود و نبود یک مجری یا فعال در رسانه چه تاثیری در حیات جامعه دارد؟ آیا می‌توان گفت به طور واضح جایگاه شغلی فعالان رسانه در اولویت‌های بعد از اغلب مشاغل است؟

روی دیدگاه خود مطمئن نشوید. کمی صبر کنید و در پایان مطالعه این فصل مجدد به پاسخ این چالش فکر کنید.

ابتدا لازم است کمی بیشتر درباره مفهوم رسانه بدانیم. بطور کلی سه مولفه در کنار هم بدنه رسانه را تشکیل می‌دهند: ۱- پیام ۲- مخاطب ۳- ابزارهای ارتباطی

اگر پیامی مناسب را برای مخاطبی متناسب با راه ارتباطی قابل، انتقال دادید یک رسانه قوی هستید.

در تعریف ما در این کتاب، وقتی شما برای تعداد زیادی از مخاطبین سخن می‌گویید، یا حتی بصورت مجازی صدا و تصویر می‌فرستید، در جایگاه رسانه قرار دارید. چه کلامی و چه پیامی را و به چه شیوه‌ای مطرح می‌کنید؟  
مثلا اگر گوینده، سخنران، مجری، مدرس یا بلاگر هستید، در قاب یک رسانه می‌گنجید.

حقیقت این است که تقریبا تمام مشاغل دنیا، برای افزایش کیفیت و بهره‌وری به رسانه نیاز دارند. علاوه بر مشاغل، نوع حضور رسانه در رگ و خون زندگی امروز جاریست و قلب بشریت قرن بیست و یک با قدم‌های رسانه می‌تپد.

حال چند نمونه از ارزش‌ها و کاربردهای رسانه را بررسی می‌کنیم.

۱. حرفه‌های مختلف برای انتقال مباحث مهم به مردم، نیاز به رسانه دارند. مثلا در حیطة پزشکی نیاز به معرفی امدادهای اولیه و یا معرفی تنوع خدمات در مراکز مختلف وجود دارد. یا در حوزه آتش‌نشانی نیاز به ارائه آموزش‌های صوتی و تصویری به مردم، بدیهی است.

۲. رسانه، اطلاعات و دانش متخصصین را تقویت و به روز می‌کند. به عنوان نمونه یک نانوا از طریق رسانه از برنامه و مصوبات درباره تعرفه‌های آرد و نان مطلع می‌شود و یک کشاورز از طریق رسانه در جریان وضعیت آب و هوا قرار می‌گیرد.

۳. تزریق انرژی، تقویت روحیه، افزایش امید و پرورش انگیزه‌های مثبت در زندگی از طریق برنامه هنری مجریان، گویندگان، سخنوران و فعالان رسانه صورت می‌گیرد. انتقال احساس خوب و قوای رسیدن به موفقیت از جمله مباحثی است که در دهه‌های اخیر بیشتر مورد توجه رسانه قرار گرفته است. اغلب برنامه‌های صبح‌گاهی رادیو و تلویزیون، اجرای مطالب انگیزشی و موزیکال و انتقال پیام‌های امید دهنده از آن جمله است.

۴. مردم برای آشنایی با عقاید، نظرات و دیدگاه دیگران کاملاً محتاج رسانه اند. شما در قالب رسانه به عنوان نماینده‌ای از مردم روی پرورش افکار مخاطبین کار می‌کنید.

۵. رسانه به عنوان یک پل ارتباطی بین صاحبان حرفه، مدیران و تولید کنندگان، مشتریان، کارکنان و شهروندان در بنگاه‌های اقتصادی مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. معرفی تجهیزات جدید مورد نیاز مخاطبین و اعلام خدمات قابل انجام در شرکت‌ها، فروشگاه‌ها و سایر بنگاه‌های اقتصادی بدون وجود رسانه امکان‌پذیر نیست.

۶. اعلام دستورالعمل‌ها و اطلاع‌رسانی‌های مورد نیاز در حیطه‌های مختلف شهروندی و اجتماعی و همچنین فراخوان‌ها برای همایش‌ها، مسابقات، جشنواره‌ها و برنامه‌های جمعی از طریق رسانه انجام می‌گیرد. مثل اعلام زمان‌های قطعی برق توسط وزارت نیرو، دعوت به حضور در همایش‌های علمی، فرهنگی، ورزشی و یا درخواست صرفه‌جویی در مصرف آب یا تفکیک زباله‌های خشک و تر و هزاران مورد دیگر از زبان فعالان رسانه است که به مخاطبین انتقال می‌یابد.

۷. سرگرمی‌ها، مسابقات، طنزپردازی‌ها و برنامه‌های مفرح متعددی از طریق رسانه برای ایجاد نشاط و آرامش مخاطبان، طراحی و تولید می‌شوند. بطور خاص، با مشکلات و دغدغه‌های دنیای امروز، مردم به برنامه‌های کمدی و طنزنازانه برای کاهش فشارهای زندگی نیاز دارند. انواع نمایش‌ها، فیلم‌ها، استنداپ‌ها، اجراهای شاد و برنامه‌های سرگرم‌کننده به این منظور توسط رسانه‌ها ارائه می‌شوند.

۸. نقش رسانه در فرهنگ‌سازی جامعه خارق‌العاده است. رسانه می‌تواند نگرش مردم را نسبت به هنجارها و ضدهنجارها تغییر دهد. مقاله‌های بسیاری در مورد تاثیر رسانه بر پیشگیری از جرم نوشته شده است. تاثیر بر

خیرخواهی یا خودخواهی، روحیه کارافرینی، اعتقادات و حتی سلیقه‌های شخصی می‌تواند در این مقوله اتفاق بیفتد و رسانه بسته به نوع عملکرد خود، می‌تواند نقش مثبت یا منفی بر فرهنگ جامعه بگذارد.

اگر رسانه‌ها با فوتبالیست‌ها، بیشتر از نوابغ علمی مصاحبه کنند، گرایش مردم آن جامعه به سمت فوتبال سوق بیشتری پیدا خواهد کرد. وقتی برنامه‌های خبری، تحلیلی و کارشناسی رسانه‌ها جزئیات اتفاقات فوتبال در دنیا را بررسی می‌کنند طبیعی است که این ورزش در فهرست ایده آل‌ها و آرزوهای کودکان و نوجوانان آن جامعه قرار خواهد گرفت و در مجالس و دورهمی‌ها یکی از محورهای گفتگو خواهد شد.

این موارد تنها بخشی از کاربردهای رسانه بود و همانطور که پیداست اغلب مشاغل کم و بیش به این حرفه وابسته اند و جدا از مشاغل، در بین خانواده‌ها و مردم، در عصر حاضر، ضرورت و نیاز به فعالان رسانه ای، انکار نشدنی است. حال می‌توانید به چالش مطرح شده در ابتدای فصل بیشتر فکر کنید و جواب کامل تری ارائه دهید.

وقتی محور توجه تعداد زیادی از مستمعین هستید، احساس اهمیت داشتن و مفید بودن، اعتماد به نفس و غروری شایسته را در قلبتان به وجود می‌آورد. کلام شما چه ارائه اطلاعات باشد چه فرهنگی چه ادبی، مخاطبین زیادی دارد و می‌تواند تاثیر ارزشمندی داشته باشد.

وقتی هنرجویان و فارغ التحصیلان دوره‌های گویندگی و اجرا را برای اولین بار، به فضاهای مربوط به رسانه دعوت می‌کنم احساس رضایت و شغف خاصی در چهره آنها نمایان می‌شود. بارها از آنها شنیده‌ام که این روز، بهترین روزی بوده که در زندگی خود تجربه کرده‌اند! شما ابزارهای رسانه‌ای مثل میکروفن، موسیقی و محتوا را در اختیار دارید و می‌توانید کلامی که قبلاً تمرین کردید را با کیفیتی مناسب برای مخاطبین ارائه دهید. اکو، افکت و باند و دستگاه‌های

تنظیم صدا در خدمت شما هستند تا آموخته‌های هنری شما تاثیرگذار و زیباتر اجرا شود. اینجا بجز کیفیت بیان و واژه پردازی و زیبایی صدا و ... ارزش محتوا و معنویت سخن از جایگاه حیاتی برخوردار است.

من فکر میکنم که رسالت اصلی رسانه این است که برای مخاطب، بعد از دریافت اثر هنری نسبت به قبل از آن یک تلنگر مثبت داشته باشد. این تلنگر می‌تواند افزایش اطلاعات باشد، تغییر مثبت در نگرش و افکار باشد یا تقویت روحیات و انگیزه‌ها. اگر هیچ تغییری در مخاطب صورت نگیرد هزینه‌ها و زمان فعالان رسانه هدر رفته است.

متأسفانه گاهی شاهد بازتاب آثار منفی نیز در عملکرد بعضی رسانه‌ها هستیم که از نظر فرهنگی یا صحت و سقم اطلاعات یا ارزش محتوایی مشکلات اساسی دارند.

رسانه باید همچون آینه‌ای بازتاب وقایع جامعه باشد. مردم رخدادها و مباحث روز را از آینه رسانه می‌بینند. تحلیل‌های شخصی و اعمال نظرات غیرواقعی و فرافکنی‌ها همچون غباری روی این آینه باعث تضعیف قدرت انعکاس آن می‌شوند. در مقابل، اشراف به وقایع متنوع و صداقت در انتقال عینی آنها، باعث جلب اعتماد و قدرت‌گیری رسانه می‌شود.

بنابراین در جایگاه رسانه بسیار دقت کنید که چه خوراک فکری به سمت شمار مخاطبین خود می‌فرستید، و چگونه؟



## فصل دوم : فن بیان



انتظار می‌رود پس از مطالعه این فصل،  
برای سوالات زیر اطلاعات کاملی داشته باشید:

فن بیان چه معیارهایی دارد؟  
چطور می‌توان صدای زیباتری داشت؟  
چگونه میتوان نفوذ و تاثیرپذیری کلام را بالا برد؟  
منظور از مفاهیمی مثل آکسان گذاری، ریتم بیان، شفافیت بیان چیست و  
چه تمرین‌هایی برای آنها وجود دارد؟

و ...

