



ТРИКОВЕ НА РАДИОВОДЕЩИЯ

Лили Ангелова, радиоводеща в bTV Radio

За разлика от другите медии радиото въздейства само върху едно сетиво – слуха. Гласът и информацията, която достига чрез него до слушателя, трябва да подава съдържание, но и да провокира другите 4 сетива – зрение, вкус, обоняние и осезание. Работата в съвременните информационни радиостанции изисква от водещия да умее да съобщава новините с подходящия тембър на гласа, но и да измисля атрактивни подходи, с които да забавлява аудиторията. Гласът трябва да е едновременно ненаатрапчив и привличащ внимание. За тази цел радиоводещите използват различни техники в зависимост от информацията, която трябва да достигне до слушателя.

Казват, че гласът е „второто лице“ на човека. Има редица изследвания, които показват значимостта и силата на въздействие на гласа върху радиоаудиторията. Затова все още остава спорен въпросът дали лицето на радиоводещия трябва да бъде популяризирано или не. Причината е, че голяма част от слушателите си представят образа на водещия, докато го слушат. В повечето случаи той е идеализиран и при сблъсък с реалността може да предизвика обратния ефект – да отблъсне аудитория. Този въпрос остава предизвикателство за маркетинговите отдели на медиите, но ясно показва силата и значимостта на гласа. Водещите в информационното bTV радио трябва да умеят да изпълняват най-общо три роли – да анимират и забавляват, да интервюират и да съобщават новини.

Забавната и развлекателна част от програмата на една радиостанция е в основата на успеха ѝ. Предполага се, че по-голямата част от аудиторията е в движение – това са шофьорите с радиоприемници в автомобилите, пешеходците, хората в градския транспорт и колоездачите, които използват телефоните си, за да слушат. Те имат нужда от хубава музика, от прогноза за времето и трафика и ударна доза свежа и интересна информация, поднесена ведро и много динамично. За да постигнат този

ефект, много често водещите се усмихват, докато говорят по радиото. Практиката е показала, че този трик гарантира по-игривото и свежо звучене. При тези по-често магазинни предавания, каквото е например „За града“ по bTV радио, се залага на импровизацията, на информация от света на шоубизнеса, върху която радиоводещият разсъждава „на момента“ и това естествено звучене прави съпричастни и слушателите. Много радиоводещи си представят, че говорят на даден измислен слушател. Това е трик, чрез който намаляват напрежението от идеята, че са слушани от многохилядна и най-различна аудитория и прави по-интимна връзката между водещ и слушател. Гласът става по-естествен и спокоен.

Ролята на интервюиращия радиоводещ е една от най-сложните. Думите и гласът са единствените инструменти в радиото, чрез които може да се опише събеседникът в студиото, ако той не е достатъчно разпознаваем за публиката. Палитрата от най-различни гости е огромна – като започнем от комиците и завършим с политиците. Най-работещият трик да привлечем интереса на аудиторията в този случай е любопитството, с което подхождаме към събеседника. Това е безпогрешен метод, чрез който предразполагаме слушателите и интервюираните към искрен и открит разговор.

Ролята на радиоводещия – новинар е да предаде информация със сравнително равен тон, но тук е допустимо и премерена доза емоция. Причината е, че той трябва да пресъздаде не само кога, какво и как се е случило, но и да опише с думи атмосферата от събитието. Както тук, така и при другите две роли, помощно средство на водещия е паузата. Противно на очакванията тя се възприема и звучи адекватно за слушателите в голям процент от случаите.

Доказано е, че гласът на всеки човек звучи по-различно от това, което чува. Научното обяснение е, че при трептенето си гласните струни изпращат вибрации и към черепа и така стигат до тъпанчето. Но докато преминават през костта, звуковите вълни се разширяват и честотите падат - така гласът, който чуваме, е по-нисък. Когато се чуем на запис, гласът винаги е по-висок от това, което чуваме по принцип. По тази причина прохождащите репортери и водещи в радиото трябва усилено да се упражняват със слушалки пред микрофона. Пътят на един шлифован и



Radio Group

радиофоничен глас е осеян с много предизвикателства и дълги часове практика.

