

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اصول ژورنالیسم در رادیوهای محلی

پاول چانتلر و سیم هریس

زهره جنابی

دفتر پژوهش‌های رادیو

تیر ۱۳۸۶

تهران

سرشناسه

: چانتلر، پاول

Chantler, paul.

عنوان و نام پدیدآور

: اصول ژورنالیسم در رادیوهای محلی/پاول چانتلر، سیم هریس؛ مترجم
زهره جنابی؛ [برای] دفتر پژوهش‌های رادیو.

مشخصات نشر

: تهران: طرح آینده، ۱۳۸۶.

مشخصات ظاهری

: و، ۲۹۹ص.

شابک

: ۹۷۸۹۶۴۸۸۲۸۳۹۹ ریال ۲۰۰۰۰

وضعیت فهرست‌نویسی

: فیبا

یادداشت

: عنوان اصلی: Local radio Journalism

یادداشت

: واژه‌نامه.

موضوع

: خبرنگاری رادیو -- ایالات متحده.

موضوع

: خبرنگاری منطقه‌ای -- ایالات متحده.

موضوع

: خبرنگاری رادیو -- انگلستان .

موضوع

: خبرنگاری منطقه‌ای -- انگلستان .

شناسه افزوده

: هریس، سیم، ۱۹۴۶- م..

شناسه افزوده

: Harris, Sim.

شناسه افزوده

: جنابی، زهره، ۱۳۴۸- ، مترجم.

شناسه افزوده

: صدا و سیما، جمهوری اسلامی. اداره کل پژوهش‌های رادیو. دفتر

پژوهش‌های رادیو.

رده‌بندی کنگره

: ۱۳۸۶ ج ۹ / الف ۱۹۹۱/۳ / PN

رده‌بندی دیویی

: ۰۷۰/۱۹۴

شماره کتابشناسی ملی

: ۱۰۹۸۷۷۱



مترجم: زهره جنابی

ویراستار: مراد مهدی‌نیا

حروف‌نگار: محبوبه یوسفی مقدم

طرح روی جلد: مهدی بخشایی

ناشر: طرح آینده

نوبت چاپ: اول

شماره پژوهش: ۴۸۵

تاریخ انتشار: تیر ۱۳۸۶

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

بها: ۲۰۰۰۰ ریال

مرکز پخش: فروشگاه‌های سروش سراسر کشور

تهران، خیابان ولیعصر، خیابان جام‌جم، صداوسیما، جمهوری اسلامی ایران

نمایر: ۲۲۰۵۳۲۰۲

تلفن: ۲۲۱۶۷۷۰۸

ساختمان شهادی رادیو،

هرگونه استفاده کلی منوط به اجازه کتبی از دفتر پژوهش‌های رادیو می‌باشد.

فهرست مطالب

پیش‌گفتار	الف
دیباچه‌ای بر ویرایش دوم	۵
فصل اول: ساختار رادیوهای محلی در انگلستان	۱
رادیو محلی BBC	۲
رادیوهای خصوصی «تجاری»	۳
تاریخچه کوتاهی از رادیوهای محلی	۵
فصل دوم: کار و فعالیت در رادیوی محلی	۹
درک رادیو	۹
چرا رادیو؟	۹
سرعت و سادگی	۱۰
ایجاد تصاویر	۱۱
فرد به فرد	۱۱
منطقه‌ای یا محلی بودن خبرها	۱۲
چه چیزی یک مجری خوب محلی را می‌سازد؟	۱۳
ویژگی‌های یک خبرنگار رادیویی	۱۴
نقطه شروع	۱۵
ورود به حرفه خبرنگاری برای رادیو	۱۸
روزنامه‌های محلی	۱۹
رادیوهای بیمارستانی	۲۰
رادیوی دانشجویی	۲۱
ایستگاه‌های رادیویی که خدمات محدودی ارائه می‌دهند	۲۲

۲۳	دوره‌های دانشگاهی
۲۴	برنامه‌های آموزشی BBC
۲۵	گزارشگری به صورت آزاد یا مستقل
۲۵	برای خودتان بازاریابی کنید
۲۹	فصل سوم: گردآوری اخبار
۲۹	ساختار اتاق خبر
۲۹	سردبیری خبر یا سرپرست خبر
۳۰	سردبیری گزارش‌های خبری
۳۱	گزارشگر ارشد یا تهیه‌کننده خبر
۳۲	گزارشگران
۳۲	اتاق‌های خبری تک خبرنگار
۳۳	گزارشگران - خبرنگاران دو رسانه‌ای
۳۵	شبکه‌های مترو
۵۵	پرداختن به یک گزارش خبری
۶۱	فصل چهارم: نویسندگی برای خبر
۸۵	فصل پنجم: مجموعه گزارش‌های خبری
۹۲	نکات اساسی در گزارش یا مجموعه گزارش‌های خبری
۱۰۱	فصل ششم: گویندگی خبر
۱۰۱	خواندن خبر
۱۱۷	فصل هفتم: نکات و اصطلاحات فنی
۱۱۷	ضبط صدا
۱۳۰	اتاق‌های خبر رایانه‌ای
۱۴۳	فصل هشتم: انجام مصاحبه
۱۴۳	انواع مصاحبه

۱۵۵.....	مصاحبه‌های خاص
۱۶۳.....	فصل نهم: گزارشگری خبر
۱۶۳.....	گزارشگری رادیو
۱۸۱.....	فصل دهم: مدیریت پخش خبر
۱۸۸.....	ساختار یا مجموعه گزارش‌های خبری
۱۹۴.....	دیگر وظایف و مسئولیت‌های متصدیان بخش خبر
۲۰۳.....	فصل یازدهم: جنبه‌های قانونی
۲۰۶.....	دفاعیه برضد ایراد افترا
۲۲۱.....	دیگر موارد
۲۲۷.....	فصل دوازدهم: مدیریت اتاق‌های خبر
۲۲۷.....	منابع و امکانات
۲۴۵.....	فصل سیزدهم: اتاق‌های خبری کوچک
۲۴۷.....	استقرار یا آماده‌سازی یک اتاق خبری کوچک
۲۵۳.....	ارسال برنامه بروی آنتن
۲۵۹.....	فصل چهاردهم: تهیه برنامه‌های خاص
۲۵۹.....	خلاصه اخبار
۲۸۹.....	فصل پانزدهم: آینده اخبار رادیویی

پیش‌گفتار

گردآوری و انتشار گونه‌های مختلف خبر، صنعت گسترده‌ای است و رادیو در این میان، نقش بسیار مهم و حیاتی دارد، زیرا اخبار یکی از ارکان اساسی برقراری ارتباط، میان ایستگاه‌های رادیویی و شنوندگان آن به‌شمار می‌رود؛ به‌ویژه در رادیوهای خصوصی «تجاری» که خبر محلی، میان ایستگاه رادیویی و منطقه‌ای که این خبرها را دریافت می‌کند، پلی ارتباطی ایجاد می‌نماید و از این طریق، ایستگاه رادیویی، خود را به شنوندگان و مخاطبان خود می‌شناساند.

پس از اجرای لایحه قانونی رادیو و تلویزیون در سال ۱۹۹۰، ضرورت و اجبار پخش اخبار از ایستگاه‌های رادیویی خصوصی «تجاری» بدون هرگونه استثنایی برداشته شد. هرچند هر یک از ۱۸۰ ایستگاه رادیویی خصوصی، از ایستگاه‌های لندن بزرگ گرفته تا سرویس‌دهندگان کوچک محلی، به‌نوعی پوشش خبری را در برنامه‌های خود گنجانیده‌اند.

ویرایش اول کتاب حاضر چهار سال پیش منتشر و بعدها به کتابچه آموزشی استاندارد برای دانشجویان رسانه‌ها و خبرنگاری تبدیل شد.

چاپ اول این کتاب به اتمام رسیده و کتاب حاضر که ویرایش دوم این کتاب راهنماست، توسط دو کارشناس خبره و باتجربه رادیو و تلویزیون یعنی

پاول چانتلر^۱ و سیم هریس^۲ تألیف گردیده است.

این کتاب به روشنی شرح می‌دهد که چگونه می‌توان به صنعت رادیو و تلویزیون وارد شد و از چه طریق می‌توان مهارت‌های تخصصی موردنیاز را فراگرفت.

خبرنگاری، حرفه‌ای رقابتی و نیازمند مهارت‌ها و تخصص‌های خاص خود است و دقت عمل و یکپارچگی و انسجام در این شغل، یک ضرورت محسوب می‌گردد.

تلاش‌ها و زحمات خبرنگاران، تنها در صورتی قابل‌ستایش است که در خلال آنها وقایع به درستی پیگیری گردد و نتایج و یافته‌ها با صداقت گزارش شود؛ به ویژه آنکه در خبرنگاری برای رادیو و تلویزیون، باید به قداست و حرمت اطلاعات و حقایق توجه داشت؛ برخلاف روزنامه‌ها، که مقررات و قوانین دولتی مانع از آن می‌شود که اخبار آنها رنگ و بوی رادیویی و تلویزیونی به خود بگیرد.

مسئولان رادیویی، دستورالعملی دارند که در آن کلیه اخبار و رویدادهای جاری گنجانیده شده است. در این دستورالعمل، لایحه قانونی رسانه‌ها (از جمله رادیو و تلویزیون) نیز به‌کارگرفته شده است. در لایحه قانونی رسانه‌ها، ایستگاه‌های رادیویی موظفند صداقت و بی‌طرفی خود را به هنگام پخش اخبار و برنامه‌های مرتبط با آن، نشان دهند.

کارکنان سرویس شبکه BBC نیز مکلفند از مفاد دفترچه راهنما - که دربرگیرنده دستوراتی مشابه با همین لایحه است - پیروی کنند.

1. Paul Chantler
2. Sim Harris

پیش‌گفتار ج

در کتاب حاضر، به‌خوبی، اهمیت بی‌طرفی و انصاف و درستی در حرفه خبرنگاری رادیو و تلویزیون ترسیم شده‌است.

در طی پنج سال گذشته، مسئولان رادیویی، سخت مشغول ارتقا و گسترش رادیوهای خصوصی بوده‌اند. در نتیجه، به‌هنگام تألیف این کتاب بیش از هفتاد ایستگاه رادیوی خصوصی (تجاری) و سه ایستگاه جدید پخش خبر سراسری تأسیس شده بود. علاوه‌بر این، در سال‌های اولیه دهه ۱۹۹۰، شبکه BBC، کانال‌های ورزش و خبر خود و نیز شبکه پنج رادیویی را به بازار معرفی کرد. با استفاده از فناوری جدید، که همان پخش رادیویی دیجیتال است، استفاده از طیف صدا (امواج) بهتر می‌شود و در نتیجه امکان خدمات جدیدتر در پخش رادیویی، میسر می‌گردد.

بنابراین در زمان حاضر، بیش از گذشته فرصت‌های شغلی بیشتری در حرفه خبرنگاری رادیو و تلویزیون به‌وجود آمده و از این‌رو مطالعه این کتاب، به همه دانشجویان رسانه‌ها، اکیداً توصیه می‌شود.

سرپتر گبینگز

(رئیس کمیسیون رادیویی)

دیباچه‌ای بر ویرایش دوم

با ظهور تلویزیون در دهه ۱۹۵۰، همگان تصور می‌کردند که رادیو شکوه و رونق خود را از دست خواهد داد. از آن تاریخ تاکنون، سال‌های بسیاری گذشته است، اما حقیقتاً جذابیت و تنوع در رادیو، هر روز، بیش از گذشته مشاهده می‌شود.

در سراسر بریتانیا، را محلی با سرعتی چشمگیر در حال گسترش‌اند، و اکنون ساکنان این سرزمین، فرصت انتخاب گزینه‌های بی‌نظیری از قبیل تنوع در سبک و طراحی را در اختیار دارند.

در حال حاضر، میلیون‌ها نفر شدیداً به کسب اخبار روزانه از طریق رادیو عادت کرده‌اند. به عبارت دیگر، رادیوهای محلی به یک میدان رقابتی، در حرفه خبرنگاری و در تمامی سطوح تبدیل شده‌اند؛ از اتاق‌های **BBC** گرفته (که سعی دارند با استفاده از بهترین امکانات و منابع، مسئولیت و تعهد خود در پخش زنده اخبار را به‌نحو احسن انجام دهند)، تا ایستگاه‌های بسیار کوچک محلی (ایستگاه‌هایی که تنها یک شهر کوچک را پوشش می‌دهند و با استخدام تنها یک نفر، خبرهای محلی را برای چند ساعت در روز پخش می‌کنند).

این کتاب، راهنما و دستورالعملی برای خبرنگاران رادیویی است. امیدواریم برای تمامی کسانی که این حرفه را به‌تازگی آغاز کرده‌اند و یا حتی سال‌ها در این حرفه تجربه کسب نموده‌اند، سودمند واقع‌گردد. در ویرایش دوم کتاب، بسیاری از موارد، جایگزین و یا حتی افزوده شده است. سعی ما بر آن بوده که علاوه‌بر انعکاس اطلاعات و شیوه‌های علمی جدید، جزئیات مطالب نیز، در آن گنجانیده شود و با تفصیل و شرح منطقی آنها،

درک کتاب به‌هنگام مطالعه آسان‌تر گردد.

از آنجایی که ویرایش اول این کتاب در سال ۱۹۹۲ به‌چاپ رسیده، از آن تاریخ تاکنون تغییرات بسیاری در ساختار رادیوی BBC و همچنین رادیوهای خصوصی محلی «تجاری» در انگلستان رخ داده است، از این رو، این تغییرات در بخش بازنگری این صنعت شرح داده شده‌اند.

فصل مهارت‌های فنی، بار دیگر بازنویسی شده تا از این طریق ضبط دیجیتال و روند ویراستاری و سردبیری نیز در کنار افزایش روزافزون رایانه‌ها در ایستگاه‌های رادیویی به‌طور اعم و همچنین اتاق‌های خبر به‌طور اخص، در نظر گرفته شود.

درعین‌حال، بخش‌های جدیدی درخصوص نمایندگی‌های خبر رادیوهای محلی و شیوه‌های جذب مخاطب از طریق سبک‌های مختلف نمایش و سخنرانی، اضافه شده است که شامل نگاهی بر چگونگی سنجش و تحقیق درباره مخاطب نیز می‌گردد.

در بخش حقوقی نیز اصلاحات اساسی صورت گرفته و در آن دستورالعمل‌های جامع‌تری، برای دفاعیه‌های قانونی و حقوقی در برابر شکایات رسمی آورده شده است. در این بخش هشدارها و نکات جامعی در خصوص رویارویی با دادگاه‌هایی که به شکایات رسیده بر ضد رادیو رسیدگی می‌کنند، گفته شده است.

عمده تأکیدها بر روی فصلی است که به شیوه‌های تولید- از جمع‌آوری مطالب گرفته تا ارسال بر روی آنتن- می‌پردازد.

تمامی کسانی که به‌عنوان خبرنگار در رادیوهای محلی مشغول به‌کارند، نباید برای رهایی از این محمصه یا معضل - درباره اینکه برخی از افراد

دییآچهای بر ویرایش دوم ز

ممکن است به خبرهای محلی علاقه‌مند باشند، اما برخی دیگر هرگز - تلاش نمایند.

ویرایش دوم کتاب اصول ژورنالیسم در رادیوهای محلی در واقع همان چیزی است که مهارت‌ها، ابزار و شیوه‌های فنی را در جهت رفع این معضل به شما معرفی می‌کند.

- پاول چانتلر

- سیم هریس

ساختار رادیوهای محلی در انگلستان

رادیوهای محلی در انگلستان عبارتند از رادیوی **BBC** و رادیوی خصوصی (تجاری). ایستگاه‌های محلی رادیوی **BBC**، از طریق مبلغی که ماهیانه بابت استفاده از رادیو پرداخت می‌شود^۱ یا پروانه و مجوز اعطای مالکیت به رسانه، تأسیس می‌شوند. این ایستگاه‌ها تحت کنترل و اختیار شبکه **BBC** اند و عمده فعالیت‌هایشان بر پایه گفتار و سخنرانی - گفت‌وگو استوار است که دربرگیرنده خبر و دانش محلی نیز می‌شود.

ایستگاه‌های خصوصی «تجاری» رادیو به تبلیغات و یا آگهی‌های تجاری و نیز کمک‌های دریافتی از سوی شرکت‌های برپاکننده برنامه متکی‌اند.^۲ این ایستگاه‌ها توسط شرکت‌های مستقلی اداره می‌شوند که از قوانین و دستورالعمل‌های مسئولان رادیوی دولتی پیروی می‌کنند. در حال حاضر، بسیاری از این شرکت‌ها در مالکیت گروه‌های تجاری

1. Licence Fee

۲. معمولاً برخی اشخاص یا شرکت‌ها برای تبلیغ، همه و یا بخشی از هزینه یک برنامه را تقبل می‌کنند.

بزرگی چون EMPR، GWR و Capital قرار دارند و معمولاً عمده برنامه‌هایشان را موسیقی و یا برنامه‌های تفریحی تشکیل می‌دهد. در عین حال بخش دانش، اطلاعات و اخبار محلی نیز در آنها گنجانیده می‌شود.

رادیو محلی BBC

رادیو محلی BBC، شبکه‌ای است که عمده فعالیت‌های خود را به برنامه‌های میزگرد و یا بحث و گفت‌وگو اختصاص می‌دهد. اصولاً این برنامه‌ها بر پایه اخبار محلی، وقایع روزمره، دانش و اطلاعات، بحث روز جامعه و همچنین ورزش محلی (منطقه‌ای) تهیه می‌شوند.

در سراسر انگلستان بیش از ۳۸ ایستگاه رادیوی محلی سرویس‌دهی به جوامع کاملاً متفاوت و حتی متضاد را برعهده دارند. برخی از آنها مانند GMR در منچستر^۱ و WM در وست میدلندز^۲، نواحی پرجمعیتی چون شهرهای بزرگ و شهرک‌های اقماری را پوشش می‌دهند، در حالی که ایستگاه‌های کوچک‌تر مانند رادیو کورن‌وال^۳ و رادیو لینکلن‌شایر^۴ عمدتاً در برگیرنده مناطق روستائین‌اند.

اسکاتلند، ویلز^۵ و ایرلندشمالی نیز به‌نوبه‌خود سرویس‌های خبر سراسری جداگانه دارند. تقریباً می‌توان گفت، محتوای گفتاری در رادیوهای محلی BBC، از ۵۰٪ در سال ۱۹۹۰ به ۸۰٪ در سال ۱۹۹۷ افزایش یافته است. هر

-
1. Manchester
 2. West Midlands
 3. Cornwall
 4. Lincoln shire
 5. wales

ایستگاه به طور متوسط ۱۸ ساعت در روز برنامه پخش می‌کند که معمولاً از ساعت شش صبح تا پاسی از شب ادامه دارد.

رادیوهای خصوصی «تجاری»

حیات و بقای یک رادیوی خصوصی یا تجاری به میزان درآمد تبلیغاتی آن بستگی دارد. یک ایستگاه رادیویی خصوصی، به منظور جذب درآمدهای تبلیغاتی و حتی آگهی‌های بیشتر، باید تعداد بیشتری از مخاطبان را مجذوب خود سازد و در عین حال مراقب بازارهای احتمالی بزرگ‌تر نیز باشد.

از این رو اکثر ایستگاه‌های خصوصی رادیویی، مکمل برنامه‌های آموزشی و خبر محلی، از گونه‌های متفاوت موسیقی پاپ نیز استفاده می‌کنند.

بیش از ۱۸۰ ایستگاه رادیویی خصوصی منطقه‌ای یا محلی در سراسر انگلستان وجود دارد که تقریباً می‌توان گفت همگی آنها به صورت شبانه‌روزی فعالیت می‌کنند.

این ایستگاه‌های محلی، ایستگاه‌های شهرهای بزرگ مانند **کپیتال** در لندن، **کلاید** در گلاسگو و **مترو** در نیوکسل و یا حتی ایستگاه‌های کوچک در مناطق روستایی مانند **موری فرت** در این ورنس اسکاتلند، **کی اف ام** در تون بریج ویلز و نیز رادیو **سردی جیون** و **ابریست ویت** در مجموعه جزایر ویلز می‌باشند.

همچنین در حال حاضر، مدیران ارشد پخش رادیویی این صنعت به ایستگاه‌های متعدد منطقه‌ای که دربرگیرنده جوامع یک تا سه میلیون نفری باشند، مجوز فعالیت اعطا می‌کنند که این مجوز به ایستگاه‌هایی چون **گلکسی** در ساوت وست، **هارت اف ام** در میدلندز غربی و **سنتری رادیو** در نورت وست نیز تعلق می‌گیرد.

هر یک از ایستگاه‌های رادیوهای خصوصی از طرح و برنامه خاص خود تبعیت می‌کنند و معروف‌ترین آنها از این قرارند: رادیو **عصر جدید**^۱ (که با پخش ۴۰ جدول موسیقی، در صدر قرار دارد)، **گلد**^۲ (که پخش موسیقی‌های سستی از دهه‌های ۱۹۷۰، ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ را در دستور کار خود قرار داده است) و **دنس**^۳ (که موسیقی دیسکو و باشگاهی را پخش می‌کند).

در لندن، تعداد و تنوع این ایستگاه‌ها بیشتر است. تعداد آنها به ۱۹ ایستگاه می‌رسد؛ این ایستگاه‌ها طرح و برنامه‌های متنوعی چون جاز اف.ام (موسیقی جاز)، ملودی (موسیقی ملایم) و موسیقی نمایش را در دستور کار خود قرار داده‌اند. در لندن دو ایستگاه رادیویی، کلیه برنامه‌های خود را به بخش گفتاری اختصاص داده‌اند که عبارتند از: **پخش خبر**^۴ و **نیز ال بی سی**^۵.

اداره و کنترل این صنعت که برعهده مسئولان بخش رادیویی است، دربرگیرنده موارد متعددی است که از جمله به اعطای مجوز، رسیدگی به شکایات و حصول اطمینان از این که تمامی ایستگاه‌های رادیویی به تعهدات اجرایی خود پایبندند، می‌توان اشاره کرد. البته بررسی جزئیات سبک و محتوای برنامه، خود بخشی از مجوز این ایستگاه‌ها را نیز شامل می‌شود.

-
1. Contemporary Hit
 2. Gold
 3. Dance
 4. News Direct
 5. LBC

تاریخچه کوتاهی از رادیوهای محلی

اولین رادیوی محلی در سال ۱۹۷۶ با عنوان رادیو لسستر^۱، توسط شبکه BBC راه‌اندازی شد. پیش از آن، برنامه‌های محلی در دستور کار رادیوهای سراسری قرار داشت، اما هیچ رادیویی به معنای واقعی «رادیوی محلی»، فعالیت نمی‌کرد.

شبکه BBC، شش سال پس از بازگشایی **ال بی سی** در لندن، در سال ۱۹۷۳، به عنوان اولین ایستگاه رادیویی خصوصی، توانست حق انحصاری این نوع رادیو را از آن خود سازد. رادیو **کیپیتال** نیز تنها چند روز پس از راه‌اندازی اولین ایستگاه رادیویی خصوصی، فعالیت خود را آغاز کرد. در طی دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ تعداد شبکه‌های رادیو BBC و همچنین رادیوهای خصوصی در سراسر انگلستان، رشد روزافزونی داشته است.

تمامی ایستگاه‌های رادیویی خصوصی می‌توانستند از هر دو موج **AM** و **FM** استفاده کنند. اما در اواسط دهه ۱۹۸۰ تمایل پیدا کردند که خدمات‌رسانی و برنامه‌های مختلف خود را میان هر دو موج تقسیم کنند. بسیاری از آنها ترجیح دادند که بخش موسیقی‌های برتر را از موج **FM** پخش کنند و برنامه‌های ویژه، خبر، میزگرد و یا سخنرانی را از موج **AM** منتشر سازند.

در همین زمان، شبکه BBC پخش برنامه‌های ایستگاه‌های منطقه‌ای و شهری خود را تا سطح استان ارتقا داد. در راستای این توسعه رادیو **میدوی**^۲

1. Leicester
2. Medway

به رادیو کنت^۱ و همچنین رادیو بریگتون^۲ به رادیو ساسکس^۳ تبدیل شد.

در سال‌های آخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه BBC و رادیوی خصوصی در هم ادغام شدند. در آن زمان، ایستگاه‌های رادیوی خصوصی، به صورت مستقل تحت اختیار (مالکیت) شرکت‌های محلی قرار داشتند که بعدها در مالکیت گروه‌های صنعتی بزرگ‌تر قرار گرفتند و با ادغام ایستگاه‌های شبکه BBC، تلاش کردند، پوشش برنامه‌ای خود را در حدی فراتر از یک استان انگلیسی‌زبان گسترش دهند.

مدیران ارشد صنعت رادیو نیز، به هنگام اعطای مجوز به این بخش خصوصی، رسماً شروط اجرایی جدیدی را پیش روی هر ایستگاه قرار دادند، تا از این طریق اطمینان حاصل نمایند که به‌رغم هرگونه تغییر در مالکیت این ایستگاه‌های رادیویی، محلی بودن محتوا و سبک برنامه دچار تغییر و تحول نخواهد شد.

در بخش خصوصی نیز، تلاش و مبارزه در جهت جذب مخاطبان ادامه داشت. آنها با استفاده از فنون پیشرفته برنامه‌سازی که از آمریکا و استرالیا آموخته بودند، توانستند کیفیت برنامه‌های خود را ارتقا دهند و از این طریق جایگاه خود را محکم‌تر کنند.

در این زمان تعداد شنوندگان رادیوی خصوصی افزایش یافته و تقریباً نیمی از تعداد کل شنوندگان شبکه‌ها و خدمات BBC اعم از سراسری و محلی را به خود جذب کرده بود.

1. Kent
2. Brighton
3. Sussex

شبکه‌های محلی BBC، با افزایش برنامه‌های خبری و میزگرد یا سخنرانی توانسته بودند، خود را در دل شنوندگان قدیمی خود جا کنند و آنها را بیش از گذشته به برنامه‌های شبکه‌های محلی علاقه‌مند سازند. از اینجاست که رقابت میان رادیوی محلی و رادیوی سراسری شکل تازه‌ای به خود می‌گیرد.

علاوه بر پنج ایستگاه شبکه سراسری BBC که عبارتند از: شبکه یک FM، شبکه دو رادیو، شبکه سه رادیو، شبکه چهار رادیو و پخش زنده شبکه پنج؛ سه شبکه سراسری خصوصی (کلاسیک FM رادیو ویرجین^۱ و رادیو گف و شنود^۲) نیز فعالیت می‌کنند.

به هر حال، به نظر می‌رسد، با گسترش هر چه بیشتر ایستگاه‌های رادیویی، تعداد کل افرادی که به رادیو گوش می‌کنند در این زمان ثابت مانده باشد. رادیو به منظور رقابت با این گزینه‌های روزافزون، باید سعی کند بیش از گذشته خود را به مردم نزدیک سازد. محلی‌بودن برنامه‌ها و پخش خبر محلی، از ابزارهای اولیه برای رسیدن به این هدف محسوب می‌شوند.

1. Virgin
2. Talk Radio

کار و فعالیت در رادیوی محلی

درک رادیو

اولین اقدام در حرفه خبرنگاری رادیوی محلی، پی بردن به چرایی و چگونگی قدرت‌ها و توانایی‌های این رسانه است. با به‌کارگیری صحیح این توانایی‌هاست که می‌توان رادیویی قدرتمند و به‌یادماندنی به وجود آورد.

چرا رادیو؟

تحقیقات به‌عمل‌آمده در خصوص شناخت افراد از خبر، نشان می‌دهد که بسیاری از آنها تصور می‌کنند، ناپایداری رادیو، صرفاً به این معنی است که این رسانه خالص‌ترین و ناب‌ترین منبع خبری موجود است. به تصور آنها، اعتبار و جایگاه اخبار روزنامه‌ها، پس از خبر رادیو و تلویزیون قرار می‌گیرد. به‌نظر می‌رسد، شایعات و مطالب جنجالی روزنامه‌های محلی عامه‌پسند، و یا حتی تصاویر دروغینی که از هنرپیشگان سینما و تلویزیون ارائه می‌شود، بسیار جذاب‌تر و تحریک‌کننده‌تر از خبرها و حوادث واقعی باشد؛ اما روزنامه‌های پرشمارگان و معروف، بیش از هر چیز دغدغه جزئیات تحلیل‌های خبری و مطالب انتقادی خود را دارند و حتی در این خصوص وسواس بیشتری هم به خرج می‌دهند.

در تلویزیون هم که رسانه‌ای بسیار پیچیده به حساب می‌آید و ادامه فعالیت آن مستلزم همکاری افراد و متخصصان بسیاری است، گاهی توانایی این رسانه در رویارویی سریع با اخبار، تحت تأثیر نکات فنی قرار می‌گیرد. می‌توان گفت، مردم هر وقت بخواهند خیلی سریع از حوادث روزمره مطلع شوند، به رادیو روی می‌آورند. آنها به خوبی دریافته‌اند که به دلیل کوتاه‌بودن زمان پخش خبر در این رسانه، خیلی سریع اصل مطلب گفته می‌شود.

سرعت و سادگی

شاید بتوان گفت بهترین عملکرد رادیو هنگامی است که به صورت «زنده» برنامه پخش کند و یا حوادث و رویدادهای «زمان حال» را بررسی نماید؛ زیرا رادیو نسبت به دیگر رسانه‌ها کمتر تخصصی است و می‌توان تنها در ظرف چند ثانیه، رویدادهای خبری را پخش کرد و یا خبرهای جدیدی به آن افزود.

زمانی که رادیو رویدادهای خبری را که به واکنش یا عکس‌العمل سریع نیاز دارند، پخش می‌کند به این مزیت پی خواهید برد. این انعطاف‌پذیری در دیگر رسانه‌ها وجود ندارد و دلیل آن هم کمتر از نیازمندبودن رادیو به متخصصان درگیر روند تهیه و تولید خبر است، زیرا یک نفر به راحتی می‌تواند با استفاده از یک دستگاه تلفن و همچنین یک دستگاه ضبط‌صوت رادیو را اداره کند و نیازی به استفاده از دوربین، نور و دستیار تولید ندارد. در اینجا فقط یک گوینده خبر می‌خواهیم و میکروفونی که او را از شنونده متمایز می‌کند. شما به عنوان یک خبرنگار رادیویی باید بتوانید به بهترین وجه از امتیازات این رسانه که همان سرعت‌عمل و سادگی آن است، استفاده نمایید.

ایجاد تصاویر

رادیو بهترین رسانه برای شبیه‌سازی تخیل یا تصویر محسوب می‌گردد. شنونده همیشه سعی می‌کند آنچه را که می‌شنود و یا برایش توضیح داده می‌شود، پیش خود ترسیم کند. این تصاویر احساسی و یا عاطفی‌اند؛ مانند صدای اشک‌آلود مادری که عاجزانه می‌خواهد اطلاعاتی درباره‌ی دختر نوجوان گمشده‌اش به دست آورد. تصاویر رادیویی به اندازه شکل محدود نمی‌شوند، بلکه به هر اندازه و شکلی که شما بخواهید به تصویر کشیده می‌شوند.

فرد به فرد

رادیو، رسانه‌ای بسیار شخصی است. معمولاً گوینده با شنونده خود مستقیم و بی‌پرده صحبت می‌کند. از این رو اهمیت این نکته که شنونده باید فردی مجزا محسوب گردد، مشخص خواهد شد.

هنگامی که در رادیو صحبت می‌کنید، قرار نیست گفته‌های شما از طریق انبوه غیرقابل‌شمارش مخاطبان و این جریان مافوق تصور برای تمامی توده‌ها منتشر گردد. شما در حالی با فرد مخاطب‌تان صحبت می‌کنید که گویی با او در سر یک میز نشسته‌اید، قهوه می‌نوشید و مستقیماً مخاطب خود را پیش رو دارید.

رادیو این امکان را فراهم می‌سازد تا کلیه احساسات و عواطف انسانی توسط مخاطب شنیده شوند، از خنده گرفته تا گریه و از درد و رنج گرفته تا همدردی. این صدا حتی فراتر از گزارش و یا پخش سخنرانی افراد، شنیده می‌شود؛ به همین دلیل است که شیوه و سبک گفتار به اندازه محتوای گفتار اهمیت دارد.

منطقه‌ای یا محلی بودن خبرها

بازرزش‌ترین مزیت پخش اخبار از رادیوی محلی همان چیزی است که حس واقعاً منطقه‌ای و انحصاری بودن را به رادیوی محلی می‌دهد. ایستگاه‌های محلی رادیو که می‌خواهند تعداد مخاطبان و شنوندگان خود را افزایش دهند، به محض احساس هر خطری، خبرها را نادیده می‌گیرند.

در این بازار بسیار رقابتی، خبر هم از آن معدود عواملی است که سبب می‌گردد، ایستگاه رادیویی «محرم اسرار شخصی افراد» و همچنین عنصری منحصر به فرد به‌شمار آید. اغلب اوقات به خبرهای گوشه و کنار هم به اندازه خبرهای سراسری جهان اهمیت داده می‌شود، حتی اگر این اخبار، از نظر حجم و تعداد، چشمگیر نباشند. به هر حال، خطر منحصراً محلی بودن خبر هم ممکن است وجود داشته باشد. گاهی اوقات لازم است، در خط‌مشی و چگونگی تعیین آنچه که محلی است و آنچه منطقه‌ای یا استانی است، قضاوت‌هایی صورت بگیرد.

گزارش‌های خبری رادیو، نسخه‌های شنیداری روزنامه‌های محلی محسوب نمی‌شوند، که یکی از دلایل آن محدودیت فضایی و زمان پخش آن است. قضاوت در این خصوص که چگونه می‌توان برنامه‌های محلی را به صورت محلی ترسیم کرد، بسیار مهم است. برای مثال تهیه گزارش درباره قطع یک درخت، برای ایستگاه‌های رادیویی بسیار کوتاه‌بینانه به نظر می‌رسد. یا داستان آتش‌نشانی که به هنگام تلاش برای نجات یک گربه جان خود را از دست داده است، یک رویداد مناسب محلی محسوب نمی‌شود، بلکه با صراحت می‌توان گفت به عنوان یک برنامه سراسری و در سطح کشوری اهمیت می‌یابد.

چه چیزی یک مجری خوب محلی را می‌سازد؟

کار و فعالیت در رادیو، مسئولیتی (شغلی) بسیار اجتماعی و عمومی است. همگی ما این فرصت را در اختیار داریم که از آنچه در اطرافمان رخ می‌دهد، مطلع شویم، بدون توجه به این نکته که کدامیک از یک شبکه‌های رادیو، یعنی شبکه اول رادیو، کلاسیک FM، سرویس بین‌الملل BBC^۱ و یا حتی ایستگاه خصوصی رادیو محلی را ترجیح می‌دهیم.

اما مدیران این شبکه‌ها به دنبال چه ویژگی‌ها و کارآیی‌هایی در میان کارکنان و خبرنگاران و عکاسان خود می‌گردند؛ این خیلی مهم است که واقعاً بدانید چه کاری می‌خواهید، انجام بدهید.

معمولاً درخواست‌ها و یا نامه‌هایی که از سوی ایستگاه‌های رادیویی مورد قبول واقع نمی‌شوند، این‌گونه آغاز می‌گردند: «من می‌توانم هر کاری انجام دهم، حتی درست کردن چای».

نویسندگان چنین نامه‌هایی تصور می‌کنند، از این طریق و با نشان دادن انعطاف‌پذیری بیشتر، می‌توانند شانس استخدام خود را افزایش دهند. در حقیقت، افرادی که خیلی مبهوت رادیو می‌شوند و عاشق ورود به آنند، در عمل کارآیی کمتری دارند. فعالیت گویندگان و مجریان رادیویی نیز به اندازه گزارشگران و دیگر دست‌اندرکاران پخش اهمیت دارد. اصطلاح «مجری رادیویی» دربرگیرنده تمامی مجریان پخش، (از مجریان پخش موسیقی‌های بسیار تند و سریع از شبکه موسیقی یا اصطلاحاً دی‌جی^۲ گرفته تا مجریان گزارش پیش‌بینی وضع هوا و کشتیرانی از شبکه چهار رادیو) است.

1. BBC World Service

2. DJ

ویژگی‌های یک خبرنگار رادیویی

در حال حاضر، به دستداران فعالیت در رادیو کمتر توصیه می‌شود که کار خود را از رادیوهای محلی آغاز کنند. این صنعت با سرعتی عجیب و باورنکردنی، به سوی پیشرفت و ترقی در حرکت است و یکی از مهم‌ترین مشکلاتی که مدیران و سردبیران خبر با آن مواجه‌اند، پیدا کردن کارکنان و خبرنگاران کارآمد و شایسته‌ای است که بتوانند به‌خوبی از عهده مسئولیت‌ها و وظایف این شغل برآیند. بار دیگر تأکید می‌کنیم: «کسانی که بتوانند از عهده مسئولیت‌ها و وظایف این شغل برآیند»؛ زیرا با وجود اینکه تعداد افراد متقاضی یا داوطلب این شغل کم نیست، اما متأسفانه تعداد بسیار معدودی از آنها از توانایی‌های لازم برخوردارند.

خبرنگار لایق و توانای رادیویی باید بتواند، مهارت‌های مرسوم گزارشگری را با مهارت‌های جدیدتر تلفیق کند. یعنی او باید بتواند مطالب خود را صریح و به زبان نوشتاری قابل فهم بنویسد. همچنین باید بتواند، موقعیت‌های پیچیده را به زبانی شیوا توضیح دهد. از همه مهم‌تر، او باید شامه خوبی برای کشف حقایق داشته باشد و بتواند با کنجکاوی فراوان از جزئیات خبر سر دربیآورد و بداند چه عواملی یک رویداد خبری خوب و مناسب را تشکیل می‌دهند. به عبارت دیگر او باید بداند که چگونه می‌توان رویدادی را به یک گزارش خبری پر سروصدا تبدیل کرد.

علاوه بر این، یک خبرنگار قدیمی باید در کار با سبک‌ها و تجهیزات فنی و قدیمی و حتی مدرن راحت باشد و بتواند از مهارت‌های لازم، از قبیل تدوین نوار، کارهای سخت‌افزاری رایانه، گردآوری و ضبط منابع، دسترسی

به پل‌های ارتباطی، قرائت گزارش‌های خبری از رادیو و همچنین راهبری مصاحبه‌های رادیویی استفاده کند. یک خبرنگار رادیویی، علاوه بر برخورداری از انعطاف‌پذیری و لیاقت، از لحاظ فنی نیز باید صلاحیت‌های لازم را داشته باشد و بتواند در تنگناهای شدید زمانی به کار خود ادامه دهد و برای حوادث بسیار اسفناک و یا برنامه‌های طنز و تفریحی گزارش تهیه کند.

خبرنگاران، گاه مجبور می‌شوند، تمام روز را بر روی پاهایشان بایستند و فعالیت کنند و یا زمان کوتاهی در اختیار دارند که درباره مطلبی خاص فکر کنند و تصمیم بگیرند. مثلاً به هنگام ضبط یک مصاحبه یا نوشتن جزئیات یک محاکمه قضایی، تنها چندثانیه پیش از پخش زنده، برای انجام تمامی این کارها به آنها وقت داده می‌شود.

ویژگی تخیل یا تصویرپردازی در یک خبرنگار رادیوی محلی به معنای ویژگی داستان‌سرایی در او نیست، بلکه منظور این است که وی باید بتواند تک تک جزئیات رویداد خبری و همچنین تمام اتفاقات جالب و باارزش خبری در مکان‌های فراموش شده را به خاطر بسپارد.

نقطه شروع

برخی از خبرنگارانی که در صنعت رادیو و تلویزیون کار می‌کنند، هرگز صدایشان از این رسانه‌ها شنیده نمی‌شود. این افراد، ویراستاران خبری‌اند که در بخش‌های عظیم خبر سراسری فعالیت می‌کنند، بخش‌هایی مانند شبکه خبر سراسری **BBC**. این‌گونه افراد درعین حال ممکن است به رادیوهای محلی **BBC** و یا به بخش‌های مستقل خبر رادیویی که بسیاری از ایستگاه‌های رادیویی خصوصی (تجاری) را نیز تحت پوشش خود دارند، خدمات خبری

ارائه دهند. این افراد معمولاً تجربه‌های فراوان و باارزشی دارند و مسئولیتشان به‌ندرت، به افراد تازه‌وارد واگذار می‌گردد.

شانس ورود به صنعت بزرگ رادیو، برای خبرنگاران تازه‌کار رادیوهای محلی بیشتر است. به‌عبارت دیگر، امکان ورود به مکان‌های کوچک، برای همگان میسر است. در این مکان‌های کوچک، سردبیر خبر، تنها در بخشی از روز، علاوه‌بر نوشتن خبر، گزارشی از آن خبر را نیز تهیه می‌کند. در این صورت ممکن است تعداد کارکنان بخش خبر تا یک نفر نیز کاهش یابد. اداره این بخش در تعطیلات آخر هفته نیز به‌صورت نوبتی خواهد بود.

در روزهای تعطیل تمامی کارها، تنها برعهده یک نفر است، از قرائت گزارش‌های خبری گرفته تا اعلان خبرهای رأس هر ساعت و یا انجام مصاحبه در صبح روزهای اول هفته و میان‌برنامه‌ها. جمله‌ای که هرگز در اتاق‌های خبر رادیوهای کوچک محلی شنیده نمی‌شود، این است: «این وظیفه من نیست».

در یک ایستگاه رادیوی محلی، تنوع در حرفه خبرنگاری بسیار بیشتر است. در صدها اتاق خبری کوچک، حتی یک متخصص که مسئولیت موضوعی خاص مثلاً صنعت یا سیاست برعهده او باشد، مشاهده نمی‌گردد؛ در این بخش‌ها، ویراستار خبر و حتی منشی یا دبیر اتاق خبر نیز وجود ندارد. در حال حاضر، خبرهای روز اغلب اوقات توسط خبرنگاران اجرا می‌شود، اما هنوز هم سبک قدیم «گویندگی خبر» در شبکه سراسری **BBC** و خدمات بین‌الملل آن مشاهده می‌شود. در روش سنتی، خبرها توسط افراد دیگری نوشته می‌شود و گوینده خبر، فقط آنها را می‌خواند. در رادیوی محلی، معمولاً گزارش‌های خبری توسط کارکنان بخش گزارش یا گزارشگران ارائه

می‌شود؛ گرچه برخی از گروه‌های بزرگ رادیوی خصوصی «تجاری»، از تجربه به‌کارگیری یک گوینده خبر برای چند ایستگاه خبری استفاده کرده‌اند. در این شیوه، گوینده خبر چند گزارش خبری را که قبلاً توسط گروه‌های جداگانه خبرنگاران و از یک منبع خاص تهیه شده قرائت می‌کند. این برنامه‌ها جداگانه ضبط می‌شوند و در زمانی خاص به‌طور هم‌زمان از شبکه‌های مختلف محلی خصوصی پخش می‌گردند. این روش از لحاظ قوانین و مقررات، موردی استثنایی به‌شمار می‌رود.

یکی از ویژگی‌های حرفه خبرنگاری که تاکنون درباره آن صحبت نکرده‌ایم و از تمامی دیگر ویژگی‌های خبرنگاری در رادیو مهم‌تر است، ویژگی «اشتیاق و علاقه» است.

اشتباه نکنید، این حرفه می‌تواند بسیار هم سخت باشد، به این معنا که گاهی اوقات رویدادی غیرقابل پیش‌بینی رخ می‌دهد و تهیه گزارش نیازمند کار مداوم برای ساعات طولانی می‌شود. کار و فعالیت در این ساعات، بسیار شاق، حساس و پرتنش است و دقایق سرنوشت‌ساز به چندثانیه تبدیل می‌گردند. حتی ممکن است در یک عصر دلگیر و خسته‌کننده روز تعطیل مجبور باشید اتاق خبر را به‌تنهایی اداره کنید.

زندگی مطابق این شیوه، موجبات انزوا از جامعه را فراهم می‌سازد؛ مثلاً فردی را تصور کنید که ناگزیر است روز کریسمس را تنها در اتاق کار خود سپری کند.

روی هم‌رفته زندگی مطابق این شیوه می‌تواند هم جالب‌توجه و هم رضایت‌بخش باشد. مثلاً هنگامی که در مدت بسیار کوتاهی عناوین مهم خبری را آماده می‌کنید و یا یک گزارش یا گزارش خبری سنگین را که

سرشار از خبرهای تکان‌دهنده یا امیدوارکننده است، ارائه می‌دهید، لحظات جالب و سرشار از رضایت خاطر برای شما فراهم خواهد شد. به بیان دیگر، این شغل می‌تواند بسیار جذاب و رضایت‌بخش هم باشد؛ این همان چیزی است که شما مبتکر یا سازنده آن محسوب می‌شوید.

ورود به حرفه خبرنگاری برای رادیو

شیوه سنتی خاصی برای ورود به حرفه خبرنگاری در رادیو وجود ندارد. این حرفه به شدت رقابتی است و مستلزم استقامت و پشتکار فراوان است. اگرچه معمولاً افرادی که دارای تحصیلات عالی‌اند، جذب این حرفه می‌شوند، اما داشتن تحصیلات دانشگاهی از ضرورت‌های استخدام در این حرفه محسوب نمی‌گردد. در هر صورت، برخی از سازمان‌ها ترجیح می‌دهند از گروه‌های فارغ‌التحصیل دانشگاهی، افرادی را جذب کنند و برخی دیگر داشتن تجربه شغلی را بر تحصیلات دانشگاهی ترجیح می‌دهند.

بهترین توصیه‌ها به آن دسته از جوانانی که می‌خواهند به هر طریق ممکن به حرفه خبرنگاری در رادیو وارد شوند، آن است که تا حد مقدور در کنار تجربه‌اندوزی، بالاترین مدارج دانشگاهی را نیز کسب کنند. به‌خاطر داشته باشید، در ابتدا باید بدون هرگونه چشم‌داشتی، از جان خود مایه بگذارید. بسیاری از بخش‌های خبری به هنگام نیاز از دانشجویان باتجربه این رشته کمک می‌گیرند. شاید در ابتدا جمع‌کردن نوار، در نظر شما نوعی کار پست و یا نوکری جلوه کند، اما این کار فرصتی بی‌نظیر را در اختیار شما قرار می‌دهد تا بتوانید خوب ببینید، گوش کنید و یاد بگیرید که این ماشین عظیم خبری چگونه کار می‌کند.

درعین حال به‌خاطر داشته باشید که باید به رادیو هم خوب گوش کنید.

با گوش کردن به شیوه‌ها و سبک‌های مختلف خبر رادیویی، آن هم ایستگاه‌های سراسری مانند شبکه چهار رادیو BBC و رادیو گفت‌و شنود و یا حتی ایستگاه رادیویی خصوصی محلی‌تان، درس‌های فراوانی را خواهید آموخت. مخصوصاً به برنامه‌های تولیدی آن ایستگاه رادیویی که قرار است در آن مشغول به کار شوید و یا امیدوارید که در آن شغلی بیابید، توجه کنید. جالب است بدانید که تنها تعداد کمی از خبرنگاران جوان و کم‌تجربه به این نکته توجه می‌کنند.

روزنامه‌های محلی

هنوز هم کسب تجربه، آن هم از طریق کار در روزنامه محلی، یکی از بهترین شیوه‌های پیدا کردن شغل در رادیویی محلی است، هرچند فنون نوشتاری این دو حرفه با هم فرق دارد.

افرادی که از روزنامه‌های محلی به رادیو روی می‌آورند، تجربیاتی را در زمینه‌هایی کاملاً مرتبط با اصول خبرنگاری کسب کرده‌اند، اما گاهی در این میان از دانش و اطلاعات بسیار ارزشمند محلی نیز بهره گرفته‌اند.

این افراد در حوزه‌هایی چون حقوق و قانون، ادارات دولتی و تایپ و تندنویسی آموزش دیده‌اند که همگی از مهارت‌های اصولی و سودمند برای خبرنگاری در رادیویی محلی به‌شمار می‌روند. این افراد در حوزه‌های مختلف خبرنگاری، از پوشش خبری نمایشگاه گل و گیاه گرفته تا تحقیق درباره مرگ‌های مشکوک فعالیت کرده و تجربیاتی را کسب نموده‌اند.

دقت عمل، تعادل و یا تناسب، دومین ویژگی این افراد است. این قبیل اشخاص معمولاً میان یک گروهبان یا سرپاسبان پلیس و یک مدیرکل تفاوت

قائل می‌شوند. روزنامه‌ها بهترین ابزار برای پرورش حس خبرشناسی و درک اخبارند؛ در واقع این دو ویژگی، اصول اولیه خبرنگاری را تشکیل می‌دهند.

رادیوهای بیمارستانی^۱

همانطور که روزنامه‌های محلی، زمینه‌های لازم برای کسب مهارت‌های خبرنگاری را فراهم می‌سازند، ایستگاه‌های رادیویی **بیمارستانی** نیز شرایط مناسبی را برای کسب مهارت‌های علمی و کاربردی در رادیو فراهم می‌کنند.

این ایستگاه‌های رادیویی **بیمارستانی**، برنامه‌های خود را در حوزه‌های بسیار محدودی، برای بیماران بستری در بیمارستان‌ها و آسایشگاه‌ها پخش می‌کنند. صدها نمونه از این نوع، در حال حاضر در سراسر انگلستان مشغول فعالیت‌اند. این فعالیت داوطلبانه، فرصت‌های لازم را در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌دهد، تا بتوانند رده‌های مختلف مجری‌گری، از اجرای رادیویی گرفته تا پخش خارج از استودیو را تجربه کنند. اغلب می‌توانید ضمن همکاری با این ایستگاه‌ها، بدون حضور در کلاس‌های آموزشی رسمی، نکات ظریف این حرفه را بیاموزید و در عین حال، خدمات سودمند و مفیدی را در اختیار بیماران بستری در بیمارستان‌ها قرار دهید.

می‌توان گفت رادیوی **بیمارستانی**، اغلب راه را برای ورود به این حرفه به عنوان شغل تمام‌وقت باز می‌کند. امکانات و کیفیت برنامه‌های هر ایستگاه با ایستگاه دیگر متفاوت است. یکی از بهترین شیوه‌های پیداکردن شغل در رادیوهای حرفه‌ای، کسب تجربه هم در روزنامه محلی و هم در رادیوهای

۱. نوعی رادیوی خصوصی که خدمات حرفه‌ای و مشاوره‌ای را برای پرستاران، بیماران و کارکنان این نوع مراکز ارائه می‌دهد.

بیمارستانی است؛ به عبارت دیگر ترکیبی از این دو تجربه در آینده شغلی این حرفه بسیار سودمند خواهد بود.

اگر ایستگاه رادیوی **بیمارستانی** محلی شما، تاکنون برنامه خبر محلی را در فهرست برنامه‌های خود نگنجانیده است، چرا شما، تهیه این برنامه را پیشنهاد نمی‌کنید؟

رادیوی دانشجویی

بسیاری از دانشگاه‌ها، در محوطه دانشگاه، ایستگاه رادیویی **دانشجویی** تدارک دیده‌اند. برنامه‌های این رادیوها پوشش مرکزی بسته و محدودی دارد که فقط در محوطه دانشگاه و خوابگاه‌های آن قابل دسترسی است.

کار رادیوهای **دانشجویی** هم تا حدودی شبیه رادیوهای **بیمارستانی** است. آنها با استفاده از امکانات متفاوت و با در نظر داشتن کیفیت تولیدات برنامه‌ای خود، برای دانشجویان و جوانان تحصیل کرده‌ای که می‌خواهند به نوع خاصی از موسیقی گوش دهند، برنامه پخش می‌کنند. معمولاً این برنامه‌ها به صورت مستقل و مطابق سلیقه شنوندگان پخش می‌شوند.

در این میان، برخی از رادیوهای **دانشجویی** از امتیاز برخوردارند از حمایت‌های اقتصادی و غیراقتصادی دانشگاه نیز بهره‌مند می‌گردند.

در عین حال، اغلب رادیوهای **دانشجویی**، خبرهایی را درباره زندگی دانشجویی پخش می‌کنند. تلفیق گزارش‌های خبر دانشجویی و پخش مصاحبه از این رادیوها، بهترین شیوه برای شروع کسب تجربه در این حرفه است و از این طریق زمینه لازم برای پیدا کردن شغل در رادیوهای حرفه‌ای فراهم می‌گردد.

در حال حاضر، شهرت و اعتبار این ایستگاه‌های **دانشجویی** فراگیر شده،

زیرا آنها درصدد افزایش ابتکار عمل، خلاقیت و برتری و کمال در برنامه‌های سخنرانی، برنامه‌های آمیخته با موسیقی و همچنین پخش موسیقی‌اند.

ایستگاه‌های رادیویی که خدمات محدودی ارائه می‌دهند

معمولاً مسئولان رادیویی، مجوز ارائه خدمات محدود رادیویی^۱ یا «RSL» را برای یک دوره محدود زمانی ۲۸ روزه ارائه می‌کنند. رادیوهایی که این مجوز را اخذ کنند، تنها می‌توانند برای مدت زمان ۲۸ روز، به‌طور موقت، خدمات رادیویی را با قدرتی بسیار کم پخش نمایند. این مجوزها برای پوشش مناطق جغرافیایی محدود ارائه می‌گردند؛ مناطقی چون یک شهر کوچک یا تا محدوده دو مایلی یک شهر بزرگ.

مسئولان رادیو از سال ۱۹۹۱ تاکنون، بیش از یک‌هزار مجوز خدمات محدود رادیویی صادر کرده‌اند. گروه‌ها و یا افراد بی‌شماری که درصدد ارائه خدمات محدود، برای رویدادهای گوناگونی چون جشنواره‌های هنری، جشن‌های مذهبی، برنامه‌های دبیرستانی، کارناوال‌ها، جشن‌های نیکوکاری و حتی رویدادهای ورزشی‌اند، برای دریافت این نوع مجوز اقدام می‌کنند. بعضی اوقات نیز، گروه‌هایی که قصد دارند مجوز دائمی رادیوی خصوصی اخذ کنند، برای آزمایش میزان حمایت جامعه موردنظر از خدمات خود، برای کسب مجوز RSL اقدام می‌کنند.

خدماتی که این رادیوها ارائه می‌دهند، علاوه‌براینکه با خط‌مشی‌های تعیین‌شده توسط مسئولان دولتی در بخش رادیو مطابقت دارد، در تنوع و کیفیت نیز بی‌نظیر است. نیازی به یادآوری نیست که این RSLها یا

رادیوهای محلی با ارائه خدمات محدود تجربیات بی‌نظیری را در تمامی حوزه‌های کاربردی پخش رادیو و تلویزیون و حتی خبرنگاری در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌دهند.

دوره‌های دانشگاهی

در حال حاضر، دوره‌های متعددی در دانشگاه‌ها ارائه می‌شود که در آنها کلیه مهارت‌های حرفه‌ای رادیویی و تلویزیونی و مخصوصاً خبرنگاری تدریس می‌گردد. بار دیگر یادآوری می‌کنیم که رقابت در این مشاغل، بسیار چشمگیر است. این دوره‌ها در دو گروه اصلی ارائه می‌گردند: دوره‌های پس از کارشناسی که به اخذ مدرک دانشگاهی و یا مشابه آن منتهی می‌گردند و دوره‌های سه‌ساله که دانشجویان در پایان آنها موفق به اخذ مدرک خبرنگاری و یا گواهینامه مطالعات رسانه‌ای می‌شوند.

دوره مطالعات رسانه‌ای، دروس رادیو و تلویزیون و دیگر رسانه‌ها را با هم تلفیق می‌کند، اما معمولاً درس‌های هر دو گروه با تجربه عملی کار در رادیو و یا ایستگاه‌های محلی رادیو همراه است. دانشجویان آینده‌نگر باید در انتخاب بهترین شیوه و یا دوره حداکثر دقت را بنمایند.

گرچه بسیاری از دروس رادیویی، با کار و تجربه عملی همراهند، اما این ویژگی شامل همه دروس نمی‌گردد. برخی از این دوره‌ها فرصتی را در اختیار دانشجویان قرار می‌دهند که برنامه بنویسند و یا آن را اجرا نمایند و برخی دیگر آنها را ترغیب می‌کنند که سیاست‌های رادیو و تلویزیون را مورد نقد و بررسی قرار دهند، حتی تاریخچه آن سازمان و یا مؤسسه را نیز در خصوص مضامین فرهنگی و اجتماعی، مورد تحلیل و ارزیابی قرار دهند.

برخی از صاحب‌نظران در صنعت رادیو به این نکته که بسیاری از دروس

این دوره سه ساله بیشتر به صورت نظری ارائه می‌شود تا به صورت عملی، به دیده تمسخر نگاه می‌کنند. به هر حال، مدیران رادیو باید به خاطر داشته باشند که این دوره‌های آموزشی ساده، برطرف‌کننده نیازهای این صنعت عظیم نخواهند بود. یک فارغ‌التحصیل رشته «مطالعات رادیویی» نه تنها باید بداند که چگونه باید این صنعت را اداره کند، بلکه باید بتواند سؤالات جدید و غیرمنتظره‌ای را در این خصوص که چرا باید همه کارها به شیوه‌ای خاص انجام شوند، نزد خود مطرح سازد. او باید خلاقیت داشته و بداند که چه شیوه‌های دیگری ممکن است برای انجام کارها وجود داشته باشد.

در حقیقت فارغ‌التحصیل «مطالعات رسانه‌ای» و یا دانشجوی ارشد در این حوزه معمولاً باید بتواند، تلفیقی از مهارت‌ها و توانایی‌ها را از خود نشان دهد، که این تلفیق شامل مهارت‌های شغلی رادیویی و خبرنگاری همراه با ارزیابی نظری اخبار و شناخت جایگاه آن در جامعه است.

برنامه‌های آموزشی BBC

BBC در آگهی‌های خود، از تعدادی از مشاغل کارورزی یا کارآموزی نام می‌برد که مستقیماً با ضرورت‌های کاربردی آنها در ارتباط است. از این رو در این برنامه‌ها هر ساله تغییراتی داده می‌شود. در گذشته، این طرح‌ها فقط برای گزارشگران رادیوهای محلی اجرا می‌شد، اما در حال حاضر، از آنجایی که نیازها تغییر کرده‌اند، ضرورت ارائه چنین دوره‌هایی، چه در بخش رادیو و چه در بخش تلویزیون احساس می‌شود. در این زمینه، یکی از جدیدترین طرح‌های آموزشی، «طرح کارورزی در رادیو و تلویزیون‌های محلی»^۱ است.

BBC، با در نظر گرفتن شرایط داوطلبان این دوره‌های کارآموزی، اولویت و اهمیت اصلی را به مهارت‌های ارتباطی و نوشتاری و همچنین درک منابع، جاذبه‌ها و تعهد نسبت به آن ایستگاه رادیو و تلویزیون اختصاص می‌دهد.

گزارشگری به صورت آزاد یا مستقل

اغلب به دلیل رقابت شدید در این حرفه، پیدا کردن فرصت شغلی حتی پس از اتمام تحصیلات دانشگاهی و یا پس از فعالیت در روزنامه‌های محلی، رادیوهای بیمارستانی و یا کسب تجربه در **RSL** (ارائه خدمات محدود رادیویی) بسیار مشکل است.

اولین راه‌حل این است که به صورت خبرنگار آزاد رادیویی مشغول به کار شوید. در این صورت باید با اعتمادبه‌نفس، خود را با شرایط وفق دهید و در عین حال پرجنب‌وجوش هم باشید. اگر امنیت شغلی می‌جوید، شاید این گزینه مناسبی نباشد اما می‌تواند برای شما پرمفعت و پول‌ساز باشد.

برای خودتان بازاریابی کنید

در صفحات روزنامه‌هایی چون **گاردین**^۱، و **ایندپندنت**^۲ و همچنین مجله‌هایی مانند: **برودکست**^۳، **مجله رادیو**^۴ و **گازت مطبوعات یو.کی**^۵، برای بسیاری از مشاغل آگهی داده می‌شود. شما می‌توانید مستقیماً برای این مشاغل درخواست بنویسید.

-
1. Guardian
 2. Independent
 3. Broadcast
 4. Radio Magazine
 5. UK Press Gazette

راه دیگر آن است که با اداره استخدام شرکت BBC مشورت کنید و یا اینکه از خود جرئت نشان دهید و برای تمامی ایستگاه‌های رادیویی در سراسر انگلستان نامه بنویسید؛ هنگامی که ببینید چه تعداد از همان سردبیران پرمشغله خبری، مشتاق گفت‌وگوی غیررسمی و دوستانه با شما درباره جذابیت و تأثیرگذاری یک نامه و یا نوار ضبط شده‌اند، شگفت‌زده خواهید شد. اگرچه ممکن است در اولین مرحله، یک فرصت شغلی مناسب برایتان پیدا نشود، اما در هر صورت اگر بتوانید تأثیری شایسته از خود بر جای بگذارید، از دیگر رقیبان خود پیشی گرفته‌اید.

برای این بازاریابی، شما به تجهیزاتی چون یک نامه درخواست کاملاً مرتب و خوانا، یک پاکت نامه (که برای سردبیران خبری و به اسم افراد، بدون هرگونه غلط املائی ارسال می‌شود) و یک نوار کاست نیاز خواهید داشت. در این نوار کاست باید بخش‌های کوتاه خبری و همچنین نمونه‌های دیگری از کار خودتان مانند مصاحبه‌ای جالب با یک فرد معروف با کیفیت مناسب، ضبط شده باشد. این بخش‌ها باید معمولاً سه دقیقه و حداکثر پنج دقیقه باشند.

در ابتدا با دو یا سه سردبیر خبری خاص از طریق نامه تماس بگیرید و اگر موفق نشدید رضایت‌شان را جلب کنید، آنگاه از خود پافشاری نشان دهید. با گذشت یک هفته یا ده روز پس از ارسال نامه‌ها، اگر پاسخی نگرفتید آنگاه با تلفن این افراد تماس بگیرید. اگر هم تمایل دارید به صورت گزارشگر آزاد فعالیت کنید، حتماً در فواصل زمانی منظم با سردبیر خبری خود در تماس باشید تا او از توانایی‌های شما مطمئن شود. این پیشنهاد، تضمین‌کننده این نکته است که نام شما حتماً در فهرست افرادی قرار می‌گیرد

که به هنگام نیاز با آنها تماس گرفته می‌شود. به‌خاطر داشته باشید که معمولاً هر چه شما شبکه ارتباطی خود را قوی‌تر و گسترده‌تر کنید، یک فرصت شغلی به فرصت‌های شغلی بیشتری تبدیل می‌شود.

در هر صورت، همیشه در نظر داشته باشید که پشتکار، یکی از اصول اساسی در حرفه خبرنگاری و یا گزارشگری است و به شما در هنگامی که به توصیه و یا پشتیبانی افراد نیاز دارید، بسیار کمک خواهد کرد.

گردآوری اخبار

ساختار اتاق خبر

بزرگی و یا کوچکی اتاق‌های خبر، بستگی به ایستگاه رادیویی دارد. در هر صورت، معمولاً این اتاق‌های خبری از حیث کارکنانی که مسئولیت خاص و ضروری این حوزه را ایفا می‌کنند، با هم شباهت دارند.

سردبیری خبر یا سرپرست خبر

در اتاق‌های خبر، گزارشگر ارشد مستقیماً به مدیر برنامه در رادیوی خصوصی «تجاری» و یا مدیر اجرایی در مؤسسه BBC گزارش می‌دهد. این فرد مسئولیت مدیریت و سردبیری این بخش را برعهده دارد. در برخی از ایستگاه‌های رادیویی، تهیه عناوین مهم خبری و یا سرفصل اخبار مستلزم بررسی روزانه اخبار، از جمله گزارش خبری و شیوه اجرای آن است و در برخی از ایستگاه‌ها، گزارشگر ارشد درگیر سیاست‌ها و اجرای آنهاست.

وظایف و مسئولیت‌های سردبیر

- کمک در تصمیم‌گیری برای تعیین زمان و تناوب ارائه گزارش‌های

خبری

- تعیین خط‌مشی کلی برای دستور کار (برنامه کاری) سردبیری و سیاست‌های خبری او
- تقبل مسئولیت جزئیات کار و نیز محتوای خبرهای پخش‌شده
- تصمیم‌گیری در خصوص حوزه محلی یا سراسری اخبار
- حصول اطمینان از اینکه آیا گزارش‌های تهیه‌شده درست و از نظر قانونی مناسب‌اند یا خیر
- تصمیم‌گیری درباره این موضوع که چه نوع رویدادهایی باید پوشش خبری داده شوند و توسط چه کسانی این امر باید صورت پذیرد.
- رسیدگی به شکایات رسیده

وظایف و مسئولیت‌های مدیر

- استخدام و جذب افراد جدید و ایجاد انگیزه در آنها
- تعریف شرح وظایف افراد
- تهیه بودجه و تنظیم فعالیت‌ها با توجه به آن
- ثبت اسامی خبرنگاران و گزارشگران آزاد
- بررسی و تدارک بودجه‌ای برای پرداخت به نمایندگی‌های خبری
- حضور داشتن در فعالیت‌های مربوط به روابط عمومی
- آموزش و تعلیم کارکنان رده‌های پایین

سردبیری گزارش‌های خبری

- وظیفه سردبیر گزارش‌های خبری این است که هر ساعت بر محتوا و نحوه گردآوری یا تنظیم گزارش‌های خبری نظارت داشته باشد. معمولاً این افراد،

گزارش‌های خبری را شخصاً مطالعه می‌کنند و چند ثانیه پیش از پخش، آنها را مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهند.

از دیگر وظایف سردبیران گزارش‌های خبری می‌توان از موارد زیر نام برد:

- بررسی درصد پذیرش و استقبال از خبر
- بررسی آخرین و جدیدترین خبرهای فوری از طریق تماس تلفنی با خدمات ویژه و فوری
- بررسی تطابق خط‌مشی خبری با سبک و سیاست‌های سردبیری
- بررسی مجدد صحت، تناسب و قانونی‌بودن رویدادهای خبری
- تحقیق درباره پیامدهای آتی و نظرهای جدید
- نوشتن مجدد و جدیدتر کردن رویدادهای خبری
- گماشتن گزارشگر برای هر یک از رویدادهای خبری

گزارشگر ارشد یا تهیه‌کننده خبر

این گزارشگر، هر زمان که لازم باشد به‌عنوان «سردبیر مجموعه گزارش‌های خبری» فعالیت خواهد کرد. اما اساساً کار او بر روی جمع‌آوری و تهیه رویدادهای جدید خبری، از مصاحبه گرفته تا ضبط شنیداری یا ضبط صدا متمرکز می‌شود.

تفاوت میان حرفه‌ای‌ها و گزارشگران کم‌تجربه و تازه‌کار، که بعداً درباره آنها توضیح خواهیم داد، آن است که تولیدکنندگان و گزارشگران ارشد، اغلب مواقع درگیر تصمیم‌گیری درباره سیاست‌های خبری، تولید خبر و کشف دیدگاه‌های جدید خبری‌اند، تا انجام وظیفه اصلی گزارشگری. اگرچه در بعضی از اتاق‌های خبر کنونی، هنوز هم، موانع و محدودیت‌ها، مبهم و نامشخص است.

گزارشگران

گزارشگران نقش یک آتش‌نشان را در یک اتاق خبری ایفا می‌کنند. آنها حوادث و رویدادها را دنبال می‌کنند، مصاحبه انجام می‌دهند و از صحنه حادثه گزارش تهیه می‌کنند. مسئولیت اصلی این افراد، گردآوری واقعیات، به رشته تحریر درآوردن آنها و اندیشه درباره دیدگاه‌های جدید است.

مهارت‌های لازم برای این شغل عبارت است از: شناخت این نکته که چه عواملی سبب می‌گردند یک رویداد خبری، خوب و صحیح به نظر برسد و در این میان، پشتکار، سرعت و «رادیویی فکرکردن» چه اندازه اهمیت دارد. در واقع یک گزارشگر باید بداند بهترین شیوه برای پوشش یک حادثه یا رویداد خبری از طریق صدا (رادیو) چیست.

اتاق‌های خبری تک‌خبرنگار^۱

در ایستگاه‌های کوچک رادیویی، تمامی مراحل توسط یک یا دو نفر انجام می‌پذیرد. اکثر ایستگاه‌های رادیویی آمریکایی به همین شیوه اداره می‌شوند و به نظر می‌رسد این بهترین راه برای ایستگاه‌های خصوصی رادیو در انگلستان هم باشد. در این میان اصولی‌ترین شیوه کار قدرت درک و شناخت بهترین‌ها و همچنین برخورداری از مهارت‌های مدیریت بهره‌برداری از زمان است.

در فصول بعدی کتاب، در خصوص تأسیس و اداره بخش‌های کوچک خبری با ذکر جزئیات بیشتر توضیح خواهیم داد.

۱. اتاق‌های خبری که تنها با یک گزارشگر اداره می‌شوند.

گزارشگران - خبرنگاران دو رسانه‌ای

در برخی از مراکز BBC مخصوصاً در شهرها، خبرنگاران برای ایستگاه رادیوی محلی و همچنین ایستگاه تلویزیون منطقه‌ای فعالیت می‌کنند. آنها رویدادها و گزارش‌های خود را به وسیله یک سامانه رایانه‌ای مرکزی تهیه می‌کنند که برای هر دو رسانه رادیوی محلی و تلویزیون منطقه‌ای قابل دسترسی باشد. در بعضی از مراکز، گزارشگران تلویزیونی، گزارش‌های جداگانه‌ای را صرفاً برای رادیوی محلی تهیه و تولید می‌نمایند. شرکت BBC که شدیداً به مسائل اقتصادی و همچنین مقرون به صرفه بودن برنامه‌ها توجه دارد، خواهان جذب گزارشگران چندمنظوره محلی است که بتوانند هم در رادیو و هم در تلویزیون محلی فعالیت کنند، از این رو دوره‌های آموزشی خاصی را برای نیل به این منظور اختصاص داده و اجرا می‌کند.

تهیه‌کنندگان خبر سراسری

در حقیقت می‌توان گفت، یک ایستگاه رادیوی محلی، بدون خبرهای محلی هیچ جذابیتی ندارد. در عین حال رویدادهای خبری آن هم، مؤید این نکته است که جهانی بسیار فراتر از این منطقه بسیار کوچک وجود دارد.

تهیه خبرهای خارجی و داخلی برای رادیوهای محلی برعهده چندین سازمان متخصص در این زمینه است. در طول روز، بسیاری از ایستگاه‌های محلی، خبرهای خارجی و داخلی گرفته شده از نمایندگی‌ها را با خبرهای محلی جمع‌آوری شده در سایت خبری، ترکیب می‌کنند. آنها در طول شب و در ساعات خلوت شبانه‌روز از گزارش‌های خبری زنده که توسط این

نمایندگی‌ها در اختیارشان قرار می‌گیرد، استفاده می‌کنند. نمایندگی‌های خبر رادیویی، مانند همکاران خود در روزنامه‌ها، به‌طور بیست و چهار ساعته، رویدادهای خبر سراسری و بین‌المللی (داخلی و خارجی) را به‌محض وقوع، ثبت و گزارش می‌کنند. از آنجا که رادیو، رسانه‌ای شنیداری است، این نمایندگی‌ها باید در کنار کپی گزارش اخبار، این رویدادها را به‌صورت شنیداری و زنده ثبت نمایند. در اینجا باید توجه داشت که ایستگاه‌های رادیویی باید از طریق ماهواره و یا خطوط زمینی با یکدیگر در ارتباط باشند. کپی اخبار به چاپگرهای اتاق خبر و یا مستقیماً از طریق سامانه رایانه‌ای به اتاق خبر ارسال می‌گردد. صدا نیز توسط خطوط و یا شبکه‌های جداگانه و حتی به‌صورت ضبط‌شده بر روی نوار و یا به طریق بارگذاری‌شده بر روی سیستم دیسک سخت دیجیتال فرستاده می‌شود.

GNS^۱ «سرویس خبر عمومی (سراسری)» در شرکت BBC است. این مرکز واقعیات و رویدادهای خبری را از طریق خطوط زمینی برای ایستگاه‌های محلی رادیوی BBC ارسال می‌کند. این مرکز در دفتر پخش شرکت BBC واقع در لندن استقرار یافته و دسترسی دیگر شبکه‌ها به آن امکان‌پذیر نیست. بخش «سرویس خبر سراسری BBC»، تنها یک نسخه از اخبار و رویدادها را برای استفاده ایستگاه‌های محلی BBC ارائه می‌دهد و هیچ گزارش خبری زنده در این مرکز تولید و تهیه نمی‌شود.

IRN مرکز خبر مستقل - آزاد رادیویی^۲ است. این مرکز در سال ۱۹۷۳ و

1. General News Service
2. Independent Radio News

با آغاز به کار رادیوهای خصوصی در انگلستان تأسیس شده و خدمات خود را از طریق ماهواره در اختیار اغلب ایستگاه‌های رادیوی خصوصی قرار می‌دهد. این مؤسسه خدمات جامعی را از قبیل گزارش‌های خبری آن هم به صورت «Kit» یا مجموعه گزارش خبری و همچنین سرویس‌های خبری زنده بیست و چهار ساعته، در اختیار رادیوهای محلی قرار می‌دهد. رادیوهای محلی برای استفاده از این خدمات هیچ پول نقدی نمی‌پردازند، بلکه هزینه‌های این مرکز از محل طرح (پروژه) ارتباط خبری و زمانی تأمین می‌شود؛ بدین معنا که آگهی‌های سراسری فروخته شده از سوی این مرکز، توسط ایستگاه‌های محلی پس از گزارش خبری صبح پخش می‌شود.

این تبلیغات، هزینه‌های خدماتی را جبران خواهد کرد و درعین حال، سهمی از سود حاصله، عاید ایستگاه‌های رادیوی محلی خواهد شد که میزان این مبلغ نیز به تعداد شنوندگان استفاده‌کننده از رادیوی محلی بستگی دارد.

ITN^۱ یا شرکت **IRN** خبرهای تلویزیونی یا رادیویی نیز که با مرکز قرارداد منعقد کرده، در دفتر مرکزی لندن مستقر شده و به همین منوال برای تلویزیون یا رادیو، رویداد خبری تهیه و تولید می‌نماید.

شبکه‌های مترو^۲

کارشناسان و متخصصان شرکت **مترو** که زمانی مسئولیت تهیه خبرهای ترافیکی و مسافرتی را برای رادیوهای محلی برعهده داشتند، در حال حاضر نیز تهیه و تولید این نوع خبرها را در سطح داخلی، خارجی و سراسری متقبل

-
1. Independent TV News
 2. Metros Network

می‌شوند؛ این مرکز، فقط گزارش‌های زنده خبری را تهیه می‌کند. تنها نمایندگی این مرکز خبری در اواخر سال ۱۹۹۶، رادیو **ویرجین** بود، اما اکنون این مرکز درصدد است که فعالیت‌های خود را گسترش دهد. در آمریکا با شروع به‌کار شبکه‌های **مترو**، مراکز اجرایی آنها در شهرهای بزرگ، با تشکیل پایگاه‌های موقت خاصی، برای ایستگاه‌های محلی، خبرهای سفارشی، اعم از سراسری و محلی و یا هواشناسی و مسافرتی را تهیه و تولید می‌کنند. به همین دلیل، در اوایل سال ۱۹۹۶، شبکه‌های خبر سراسری و خبرگزاری **رویترز** به‌کار خود یعنی تهیه و تولید برای ایستگاه‌های رادیوی محلی پایان دادند.

روش پذیرش خبرهای محلی

اتاق‌های خبر محلی، پیوسته موجی از رویدادهای خبر داخلی و خارجی (سراسری و بین‌المللی) را بر روی چاپگرهای خود و یا از طریق اتاق‌های خبر دیجیتال و بر روی صفحه نمایشگر دریافت می‌کنند. بسیاری از سامانه‌های رایانه‌ای اتاق خبر، به‌صورت خودکار، اطلاعات دریافتی را بر روی فهرست‌های خاصی که توسط سردبیران خبر و به‌منظور نمایش سریع آنها طراحی شده، تنظیم و مرتب می‌کنند.

این گزارش‌ها به‌صورت شنیداری نیز هر ساعت به‌صورت منظم دریافت می‌شوند. به‌عنوان‌مثال مرکز خبر آزاد رادیویی ۲۰ دقیقه مانده به رأس هر ساعت، گزارش‌های شنیداری یا صوتی خود را دریافت می‌کند. البته باید توجه داشت که یک رویداد غیرمنتظره و تکان‌دهنده در خارج از این برنامه زمانی هم قابل دریافت است و اغلب سردبیران گزارش‌های خبری با «آخرین

اخبار» که احتمالاً در دقایق نزدیک به پخش اخبار دریافت می‌شود، آشنایی دارند.

در اتاق خبری که با تجهیزات آنالوگ اداره می‌شود، این گزارش شنیداری بر روی دستگاه خاصی که لاگ^۱ نامیده می‌شود، ضبط می‌گردد. این دستگاه به یک وسیله ساده الکترونیکی متصل است که قبل و بعد از لحظه ارسال خبر، آن را قطع و وصل می‌کند. بدین ترتیب گزارشی که در ایستگاه محلی رادیو بر روی نوار ضبط شده، به دستگاه پخش منتقل می‌گردد.

می‌توان این نوار را مستقیماً بر روی ریل منتقل کرد و از انرژی همان منبع استفاده نمود. اما بادر نظر گرفتن امکان پارگی و یا خدشه‌دار شدن نسخه اصلی، همچنان از لاگر استفاده می‌شود.

ایستگاه‌های رادیویی BBC در استفاده از دستگاه‌های خودکار، همیشه یک قدم از دیگر ایستگاه‌ها جلوترند. به هنگام گذاشتن هر نوار و آغاز پخش هر لاگر و حتی شروع به‌کار هر ریل، یک سیگنال پخش می‌شود.

در اتاق خبر خودکار دیجیتال، صدا توسط یک وسیله حساس بر روی سامانه دیسک سخت رایانه ضبط می‌گردد و پس از آن، بر روی فهرست صفحه رایانه، قابل دسترسی و تدوین خواهد بود. از این طریق، می‌توان صدا را تدوین، ذخیره و یا جابه‌جا نمود و به هنگام نیاز و برای پخش بر روی آنتن ارسال کرد.

تقویت اطلاعات، ارسال خبر

نماینده‌گی‌های خبر بیشتر اخبار و اطلاعات را تقویت می‌کنند تا تهیه و اجرای خط‌مشی‌های خبری و تهیه گزارش‌های ساده. در یک ساعت کار، چند نسخه از خبر که شامل حداقل خلاصه‌ای از عناوین اخبار، خبرهای اقتصادی، تفریحی، فرهنگی، جدول پخش موسیقی و حتی پیش‌بینی وضع هواست، تهیه می‌شود. درعین‌حال، ممکن است اخبار گوناگون و متنوع نیز وجود داشته باشد؛ از این اطلاعات به‌عنوان صندوق پستی شبکه‌ها استفاده می‌شود و شاید اطلاعات گوناگون دیگری نیز در این میان گنجانیده شود.

از جمله وظایف و مسئولیت‌های سردبیر گزارش‌خبری این است که باید به تمامی این اطلاعات و اخبار دسترسی پیدا کند، خواه از آنها استفاده کند، خواه پس از استفاده آنها را به شخص دیگری منتقل سازد و یا آنها را دور بریزد.

گزارش‌های خبری زنده

IRN یا مرکز خبر آزاد رادیویی به‌طور بیست و چهارساعته در هر ساعت، دو یا سه دقیقه گزارش‌خبری زنده تهیه و تولید می‌کند. این گزارش‌ها که از لندن ارسال می‌شود از سوی ایستگاه‌های محلی به‌صورت زنده پخش می‌گردد. برخی از ایستگاه‌های رادیویی خصوصی، در ابتدا از این گزارش‌های زنده استفاده می‌کنند و خبرهای محلی خود را به انتهای آنها می‌چسبانند. برخی دیگر، ترکیبی از گزارش‌های خبری خودشان را در طی شبانه‌روز مورد استفاده قرار می‌دهند؛ آنها خبرهای محلی را ماهرانه با گزارش‌های دریافتی از

مرکز خبر آزاد رادیویی، ترکیب می‌نمایند. مشابه این خدمات در BBC مشاهده نمی‌شود.

تلویزیون شنیداری

برخی از ایستگاه‌های خصوصی، بر سر استفاده از تلویزیون شنیداری در گزارش‌های خبری رادیو با شرکت‌های تلویزیون محلی به توافق رسیده‌اند. از این طریق، آنها می‌توانند در رویدادهای خبری بزرگ، بدون نیاز به فرستادن گزارشگر برای تهیه گزارش به کیفیت خوب صدا دسترسی داشته باشند.

آنها معمولاً اجازه دارند که از این امکانات به صورت غیرزنده استفاده کنند، بدین معنی که ایستگاه‌های خبر رادیویی، برنامه‌های خود را از برنامه‌های خبر تلویزیون ضبط می‌کنند؛ البته این ایستگاه‌های رادیویی، با توجه به نوع قراردادی که منعقد کرده‌اند، ممکن است مبلغی را به حساب شرکت تلویزیونی واریز کنند.

منابع خبر محلی

در اتاق‌های خبر رادیوی محلی، اخبار و اطلاعات از منابع گوناگونی دریافت می‌شود که عبارتند از:

مراکز خدمات اضطراری

مطبوعات

مؤسسات رفاهی و خدماتی (از قبیل شرکت‌های خصوصی برق، آب، گاز

و تلفن)

سیاستمداران و انجمن‌ها

شنوندگان

همکاران

گروه‌های فشار

نمایندگی‌ها و خبرنگاران آزاد

شورشیان (مخالفان)

هنگامی که اطلاعاتی را در اختیار دارید، باید بتوانید به دو سؤال پاسخ دهید: اول آنکه آیا این اطلاعات موثقند و دوم آنکه آیا از لحاظ خبری دارای ارزش هستند. اگر جواب این دو سؤال مثبت بود، می‌توان بر روی این اطلاعات به‌عنوان یک گزارش خبری مطلوب حساب کرد.

اگر پاسخ سؤال اول منفی بود، پس باید بیشتر بررسی کنید. برای مثال، هنگامی که فردی عادی، یک تضاد سخت جاده‌ای را به شما گزارش می‌کند، شما باید قبل از ارسال آن خبر بر روی آنتن، ضمن تماس با خدمات اضطراری از صحت آن مطمئن شوید. اما اگر پاسخ سؤال دوم منفی بود، این دیگر پایان ماجراست. به‌هرحال، همیشه در خصوص ارتباط رویدادها با دیگر وقایع هوشیار باشید و هرگز به هنگام تصمیم‌گیری درباره این موضوع از مشورت با همکارانتان دریغ نکنید.

سرویس‌های خدمات اضطراری

مراکز خدماتی از قبیل پلیس بندر، گروه امداد یا فوریت‌های پزشکی، آتش‌نشانی و پلیس، پیوسته با رسانه‌ها در ارتباطند و هر دو طرف به یکدیگر نیاز دارند. اغلب اوقات اطلاعات به‌دست‌آمده از این منابع، خمیرمایه اصلی حوادث و رویدادهای دراماتیک تهیه‌شده در گزارش‌های خبری رادیو محلی

را تشکیل می‌دهد. از آنجایی که این سازمان‌ها دولتی‌اند و خدماتشان عمومی است، گزارش فعالیت روزانه آنها باید به اطلاع همگان برسد. گاهی هم ضرورت ایجاب می‌کند که از طریق رسانه‌ها، پیام‌هایی جهت پیشگیری از وقوع جرم و جنایت به اطلاع عامه مردم برسد و یا برای جمع‌آوری شواهد و مدارک از آنها کمک گرفته شود؛ این رسانه‌ها به‌طور مرتب در زمان‌های خاصی با خدمات اضطراری و یا خدمات تماس می‌گیرند.

در حال حاضر، بسیاری از این رسانه‌ها، با ایجاد یک «بانک‌صدا» این امکان را فراهم کرده‌اند که تنها با گرفتن یک شماره تلفن، بتوان از آخرین گزارش‌های خبری اعلان‌شده توسط سخنگوی مطبوعات مطلع شد. بعضی اوقات برای گزارش اخبار محرمانه و اعلان هشدار، مراکز خدمات اضطراری خود با مطبوعات و رسانه‌ها تماس می‌گیرند. شما به‌عنوان یک خبرنگار و یا گزارشگر، سعی کنید روابط دوستانه و صمیمانه‌ای را با این مراکز برای ادامه همکاری برقرار سازید. اگر از قافله عقب ماندید (مثلاً گزارش خبری برای ایستگاه رادیویی رقیب شما ارسال شد) تلاش کنید در اسرع وقت اوضاع را به نفع خودتان تغییر دهید و برقراری مجدد ارتباط دوستانه با کارکنان و افسران این سازمان‌ها را در اولویت کارهای خود قرار دهید.

سخنگویان مطبوعات، تنها منابع موجود برای گزارش‌های خبری نیستند. برای مثال، یک اتاق خبری مطلوب رادیوی محلی، نه تنها باید به‌طور مرتب با سخنگویان مطبوعات در تماس باشد، بلکه باید پیوسته با «بانک صدا» نیز ارتباط داشته باشد و در عین حال، به سراغ مأموران اجرایی و کارشناسان برود و درباره زمینه ایجاد بعضی از رویدادهای غیرمترقبه و استثنایی، اطلاعاتی کسب کند.

توجه داشته باشید که پلیس همیشه به قانون آزادی مطبوعات توجه نمی‌کند و تا آنجایی که بتواند به مطبوعات توهین هم می‌کند؛ پس در خصوص تمامی اطلاعاتی که با زحمت از آنها به دست می‌آورد، خیلی دقت کنید و مانند دیگر گزارش‌ها، جنبه قانونی آنها را نیز در نظر بگیرید.

استفاده از مطالب منتشرشده در مطبوعات

آنچه در مطبوعات منتشر می‌شود، یکی از بهترین منابع اطلاعاتی است، اما باید در استفاده از آنها دقت لازم را به کار گرفت. این اخبار و اطلاعات توسط افرادی منتشر می‌شود که رویداد را به زبان خودشان و آن گونه که می‌خواهند بیان می‌کنند؛ در حقیقت آنچه را که آنها بیان می‌کنند، دیگر رویداد خبری محسوب نمی‌شود. برای مثال فروشگاه‌هایی را در نظر بگیرید که برای فروش زمستانی خود از «جملات مطبوعات» استفاده می‌کنند؛ عکس این موضوع هم صادق است، ممکن است خبری بسیار موثق و ناب اما جانب‌گرایانه باشد، برای مثال، می‌توان از نشریات وابسته به احزاب سیاسی نام برد.

در اغلب موارد، باید برای اطمینان از معتبر و موثق بودن اخبار و اطلاعات، با منابع خبری تماس بگیرید. با این کار می‌توانید اطلاعات بیشتری کسب کنید و حتی مصاحبه‌ای نیز ترتیب دهید. تماس با تک‌تک افراد و صحبت درباره مطالب منتشرشده در مطبوعات، خود یک نوع آموزش و یادگیری محسوب می‌شود، مخصوصاً وقتی که از شرکت‌های روابط عمومی هم در این میان استفاده شود؛ زیرا شرکت‌های روابط عمومی، با اخذ هزینه‌ای ناچیز از افراد، خدمات بسیار سودمندی را به آنها ارائه می‌دهند. برای مثال، در خصوص اطلاعات مورد نیاز افراد بررسی و تحقیقات لازم را به عمل

می‌آورند و اطلاعات موثق و جامعی را در اختیارشان قرار می‌دهند و کار پوشش خبر را برای آنها آسان‌تر می‌کنند. درعین‌حال، شرکت‌هایی هم وجود دارند که فاقد صلاحیت‌های لازمند و تنها وقت و زمان را به‌هدر می‌دهند. در ارتباط با آن دسته از مراکز روابط‌عمومی که مطالب درج‌شده در مطبوعات را به همراه عکس برای ایستگاه رادیویی شما ارسال می‌کنند و آن را به خوانندگان‌تان نسبت می‌دهند، بسیار هوشیارانه و بااحتیاط رفتار کنید. آنها حتی ممکن است بدون ذکر شماره تلفن، برای شما یک عکس خبری ارسال کنند و یا فراموش کنند تاریخ دقیق حادثه بعدی را بیان نمایند.

هنگامی که با مسئولان تماس می‌گیرید، با پاسخ‌هایی از این قبیل مواجه خواهید شد: «چرا می‌خواهید با این فرد صحبت کنید؟»، «همه چیز در مطبوعات گفته شده»، «سعی می‌کنیم تا آخر هفته یک‌نفر را به شما معرفی کنیم تا در این خصوص اطلاعات بیشتری را در اختیارتان بگذارد.» و یا «آیا واقعاً قصد دارید این مصاحبه را ضبط کنید؟».

به‌هرحال، اگر خبری از سوی یک منبع آماتور و غیرحرفه‌ای منتشر شده باشد، اشتباهاتش تا حدودی قابل‌بخشش خواهد بود. توجه داشته باشید مردم محلی از قبیل انجمن‌های خیریه، گروه‌های فشار و سازمان‌های مذهبی به اندازه شما با قوانین و مقررات آشنا نیستند.

شرکت‌های ارائه‌کننده خدمات رفاهی عمومی (اعم از آب، برق، گاز و تلفن)

سازمان‌های تأمین‌کننده برق، گاز، آب و ارتباطات، همگی از منابع خبری قابل‌اعتمادند. به‌هنگام انتشار خبرهایی که به آنها مربوط می‌شود باید هوشیارانه عمل کرد و دقت بیشتری به‌خرج‌داد، زیرا معمولاً این گروه به

جنبه مثبت قضیه روی خوش نشان می‌دهند و ترجیح می‌دهند که گزارش درباره آنها به بهترین وجه تهیه شود.

در مورد مراکز امداد یا خدمات اضطراری نیز، حتماً با سخنگوی مطبوعاتی آن سازمان، همیشه در تماس باشید. اسامی و شماره تلفن تمامی مدیران محلی را نیز از قبل تهیه کنید تا مخصوصاً در مواقعی که سخنگوی مطبوعاتی در دسترس نیست، بتوانید با آنها تماس برقرار کنید و با دیدار از مرکز تلفن محلی، تأسیسات شبکه فاضلاب و ایستگاه قطار، آنها را بهتر بشناسید. چنین کاری، زمان بیشتری را می‌طلبد، اما جایزه‌ای از سوی سردبیر را برای شما به ارمغان خواهد آورد. در ضمن، معمولاً این نوع دیدارها با صرف ناهار و پذیرایی همراه است.

سیاستمداران و اعضای انجمن‌ها و شوراهای

نماینده محلی شما در مجلس، یک منبع (مرجع) دائمی از نظرات و انتقادات محسوب می‌گردد. همیشه با او در تماس باشید، اما فراموش نکنید که این شخص، به لطف تبلیغات رسانه‌ای و حمایت‌های بی‌دریغ حزب، به این مقام دست یافته است.

معمولاً سهم قابل توجهی از اخبار مطبوعات توسط این نمایندگان مجلس منتشر می‌شود و مصاحبه با این افراد، همیشه موثق و قابل اعتماد است. مصاحبه با این افراد، محدودیت خاصی ندارد، زیرا آنها باید بتوانند به هنگام مصاحبه با رسانه‌ها، از خود لیاقت و شایستگی نشان دهند و حتی از عهده سخت‌ترین سؤالات مجریان نیز برآیند.

سیاستمداران محلی و اعضای انجمن شهر با نمایندگان مجلس کمی

تفاوت دارند، زیرا نظراتشان کاملاً فرق می‌کند. بعضی از آنان بیش از دیگران کارآیی دارند. هنگامی که می‌خواهید درباره اختلاف‌نظرها مطلب تهیه کنید، از دیدگاه‌های سیاستمداران محلی نیز استفاده کنید و هیچ‌وقت آنها را نادیده نگیرید.

با تفاوت آرا میان اعضای انجمن شهر و کارشناسان شوراها نیز آشنا شوید. اعضای انجمن‌ها و شوراها توسط مردم انتخاب می‌شوند و کارشناسان شوراها در قبال ارائه توصیه و نظریات مشورتی به این نمایندگان، حقوق دریافت می‌کنند. ارتباط با هر دو گروه برای شما سودمند خواهد بود.

به‌عنوان یکی از منابع خبر محلی می‌توانید از برنامه‌ها و صورت‌جلسات شوراها، مسئولان بهداشت و دیگر جلسات عمومی استفاده کنید. البته استفاده مکرر از این گزارش‌های خسته‌کننده خواهد بود، اما شما دقت کنید که کاملاً مسائل را ریشه‌یابی کرده و به زوایای آن توجه کنید، زیرا همیشه یک گزارش خبری خوب در پشت ماجرا قرار گرفته است.

صورت‌جلسات متعدد، بیانگر تصمیمات گرفته‌شده است، زیرا در آنها، توصیه‌نامه‌ها مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. به‌خاطر داشته باشید، ترتیب‌دادن مصاحبه با اعضای شورا، قبل از حضور در جلسات و صحبت درباره موضوعات موردبحث در همان روز، بسیار کار شایسته‌ای خواهد بود. به‌هرحال اگر موفق شدید چنین کاری را سامان دهید، باید گزارش خود را در طی روزهای بعد و درباره آنچه که بعد از آن رخ می‌دهد، تکمیل کنید.

شنوندگان

این امکان وجود دارد که شنوندگانی با شما تماس بگیرند و از پخش گزارش‌های کسل‌کننده درباره مسئولان و یا حتی سروصدای همسایه‌ها

شکایت کنند. گاهی اوقات، همین تلفن‌ها برای شما ایده‌ای جالب برای تهیه برنامه خواهد بود، در غیر این صورت، در نهایت ادب و احترام و با بردباری به صحبت‌های آنها گوش کنید، حتی اگر این کار، باعث به‌هدررفتن وقت شما بشود. به‌خاطر داشته باشید که باید با شنوندگانتان رابطه‌ای گرم و صمیمی برقرار کنید. تنها کافی است آدرس مراکز مشاوره محلی شهر را به آنها بدهید و توصیه کنید با مراجعه به این مکان‌ها مشکلشان را برطرف کنند. اگر هم به مشکلات آنها گوش می‌کنید، دو مورد را حتماً به‌خاطر بسپارید؛ اول آنکه به حقایق خوب توجه کنید و دوم آنکه همیشه دو طرف قضیه وجود دارد، هرگز نباید ادعاهای بی‌پایه و اساس را به‌عنوان یک ارزش در نظر گرفت. اطلاعاتی که هیچ دلیل و مدرکی برای اثبات خود به‌همراه ندارند، هرگز ارزش خبری نخواهند داشت.

هشدارهای محرمانه از سوی شنوندگان را که در خصوص رویدادهای خبری تکان‌دهنده، به شما می‌رسد جدی بگیرید. برای مثال، شنونده‌ای به شما تلفن می‌زند و اطلاع می‌دهد که در خیابان محل زندگی‌اش، یک حادثه آتش‌سوزی رخ داده‌است؛ فرصت خوبی برای شما پیش آمده که از نزدیک شاهد حادثه باشید. بسیاری از ایستگاه‌های رادیویی از شنوندگان خود می‌خواهند، که در صورت وقوع چنین وقایعی حتماً با آنها تماس بگیرند. به‌هرحال مراقب شوخی‌ها و دست‌انداختن برخی افراد باشید و پیش از ارسال خبر، رسماً از وقوع چنین حوادثی اطمینان حاصل کنید. خیلی به‌ندرت پیش می‌آید که حادثه‌ای پیش از پخش مستقیم، مورد بررسی قرار نگیرد.

همکاران

صحت این گفته به اثبات رسیده است: کسی که برای یک ایستگاه رادیویی کار می‌کند، پایه و ستون اتاق خبر نیز محسوب می‌شود. مأموران بازاریابی ایستگاه‌های خصوصی رادیو، معمولاً تمام روز را در خارج از رادیو، به تبلیغات و بازاریابی برای فروش آگهی و کسب درآمد برای رادیو مشغولند؛ پس از آنها بخواهید که با مشاهده و یا شنیدن هر مورد غیرمعمول، با شما تماس بگیرند. اغلب آنها اولین افرادی محسوب می‌شوند که از شایعاتی در خصوص تعطیلی و یا توسعه شرکت‌ها مطلع می‌شوند. دیگر کارکنان رادیویی از مدیران خبر گرفته تا نظافت‌چیان، از این طریق از حوادث و وقایع بیرون باخبر می‌شوند. به مأموران بازاریابی اطمینان دهید که از دریافت شایعات هم استقبال خواهید کرد.

گروه‌های فشار

گروه‌های فشار همیشه سعی می‌کنند، حوادث را تا آنجا که ممکن است به نفع خود تمام کنند. هرگز به آنها اجازه ندهید، با سوءاستفاده از شما به هر کس که مایل‌اند، تهمت بزنند و افترا ببندند. همیشه سعی کنید با در نظر گرفتن نظرات هر دو طرف، در گزارش‌های خود، توازن را برقرار سازید.

نماینده‌های خبر و گزارشگران آزاد خبری

رادیوهای محلی باید با نمایندگی‌های خبر محلی و گزارشگران آزاد رابطه‌ای گرم و صمیمانه برقرار سازند. گاهی اوقات رادیوهای محلی نمی‌توانند بدون کمک نمایندگی‌های خبر و گزارشگران آزاد، محاکمات جنجالی دادگاه‌ها را

کاملاً پوشش خبری بدهند، زیرا خبرنگاران رادیو، آنقدر وقت ندارند که تمام روز را در دادگاه بنشینند تا بفهمند کدام متهم چه وقت و در چه مکانی ظاهر می‌شود.

این دو گروه، گاهی حوادث و رویدادهایی را ثبت می‌کنند که هرگز به ذهن شما خطور نکرده است، زیرا هم از وقت بیشتری برخوردارند و هم ارتباطات و دوستان بیشتری برای کسب اطلاعات دارند.

به‌هرحال اگر هم گاهی مشاهده کردید که این رویداد خبری از روزنامه‌های پرشمارگان سر درآورده است، احساس حقارت و شرمساری نکنید، زیرا این روزنامه‌ها، چندین برابر شما به نمایندگی‌های خبری پول خواهند داد. درباره گزارشگران آزاد و نمایندگی‌های خبری که از روی مطبوعات محلی رونویسی می‌کنند هم هوشیار باشید. چنین کاری پول خوب و نشریات بدون زحمتی را در اختیار آنها می‌گذارد، اما پرداختن پول در ازای این گزارش‌ها هیچ نتیجه‌ای برای شما نخواهد داشت. بررسی کنید و ببینید که چرا شما از این خبرها مطلع نشده‌اید؛ شاید فرستنده خبر از وجود شما مطلع نبوده است!

رقیبان

بعضی از ایستگاه‌های رادیویی فکر می‌کنند، گوش دادن به برنامه‌های ایستگاه‌های رقیب اصلاً ارزش ندارد. این طرز تفکر کاملاً اشتباه است.

وظیفه شما این است که از نحوه کار و فعالیت دیگر ایستگاه‌های رادیویی و یا برنامه‌های تلویزیونی و روزنامه‌ها باخبر شوید. البته به‌عنوان یک منبع خبر محرمانه و یا با هدف افشاگری از آنها نسخه‌برداری نکنید؛ همیشه سعی

کنید زاویه‌ای جدید برای مطرح کردن بهتر این موضوعات پیدا نمایید. آنها خیلی راحت می‌توانند با گنج کردن شما، برتری خودشان را به اثبات برسانند. به یاد داشته باشید، افراد بسیار کمی در یک زمان واحد، برای اطلاع از رویدادهای خبری به رادیوهای مختلف مراجعه می‌کنند. درباره اخبار خاص و عناوین خبری که سر ساعت پخش می‌شود، رقابت چندانی وجود ندارد، در واقع از این رقابت سودی عاید هیچ‌کس نخواهد شد.

بهترین کاری که یک ایستگاه رادیویی می‌تواند انجام دهد، آن است که برای خود شهرت و اعتبار جمع‌آوری کند، و این امر میسر نخواهد شد، مگر آنکه همیشه در پخش اخبار، اولین باشد. می‌توان با ترکیبی از ارائه بهترین کارآیی در تهیه و اجرای خبر به این هدف دست یافت.

طرح و پروراندن رویدادهای خبری

می‌توان گفت، اتاق خبر بزرگ‌ترین مکانی است که داده‌ها و اطلاعات از طریق آن وارد ایستگاه‌های رادیویی می‌شود. از آنجایی که اخبار منتشرشده در مطبوعات، نامه‌ها، تماس‌های تلفنی، هشدارهای شنوندگان، فکس و دیگر منابع اطلاعاتی، همگی وارد اتاق خبر می‌شوند، ضروری است که در یک ایستگاه رادیویی سمانه مناسبی برقرار شود تا بتوان در اسرع وقت و در هر زمان و مکان به تمامی اطلاعات مربوطه دسترسی پیدا کرد، آنها را برای شخص دیگری فرستاد و یا حتی برای مواقع ضروری بایگانی نمود.

ثبت رویدادهای اتاق خبر

مهم‌ترین بخش اتاق‌های خبر، دفتر ثبت وقایع روزانه است. تمامی اطلاعات و اخباری که درباره وقایع آینده جمع‌آوری می‌شوند، باید با تاریخ و زمان

مناسب در دفتر ثبت شوند. معمولاً کتاب‌های ثبت وقایع در اندازه کاغذ A4 و با صحافی محکم تهیه می‌شوند، اما برخی دیگر از اتاق‌های خبر، با رایانه‌ای کردن سامانه‌های خود می‌توانند با استفاده از دفتر الکترونیکی ثبت وقایع، اطلاعات مورد نیاز خود را بر روی صفحه نمایشگر تماشا کنند.

یکی از وظایف اصلی کارکنان اتاق خبر آن است که در اسرع وقت یافته‌های خود را در این دفتر ثبت کنند. از دیگر روش‌های بایگانی می‌توان از نگهداری صورت‌جلسات شوراها، نامه‌ها و مطبوعات، آن هم با استفاده از اعداد ۱ الی ۳۱ که نشان‌دهنده روزهای ماه است، نام برد.

یکی از وظایف خبرنگاران شب‌کار آن است که با بررسی دفتر ثبت و بایگانی وقایع، رویدادهای روز بعد را بررسی کنند. روز بعد ویراستار خبر با استفاده از منابع موجود، می‌تواند نیازهای خود را برطرف سازد. علاوه بر این، یک بایگانی خوب و مرتب که در آن ثبت و بازبایی مجدد پرونده‌ها به آسانی صورت‌پذیرد، به خلق ایده‌های جدید کمک می‌کند، مخصوصاً در عصر حاضر، که اخبار تکان‌دهنده کمتری اتفاق می‌افتد.

در اینجا بار دیگر اهمیت مرتب‌بودن و سازماندهی پرونده‌ها را در بایگانی اتاق‌های خبر متذکر می‌شویم. همیشه باید ردیف یا پوشه‌ای را برای ثبت اخبار جدید و سرنوشت‌سازی که از بیرون از سازمان می‌آید، اختصاص داد. چنین پوشه‌ای باید به طور مرتب بررسی و دسته‌بندی شود تا از انباشته شدن مطالب غیرضروری جلوگیری گردد.

مدیریت منابع خبری در اتاق خبر

با دستیابی به اطلاعات طبقه‌بندی شده در کتابچه ثبت وقایع روزانه،

تصمیم‌گیری در خصوص اینکه پوشش خبری چه رویدادهایی باید در اولویت قرار داده شود، آسان‌تر می‌گردد. در بسیاری از اتاق‌های خبر، همواره تعدادی خبرنگار و گزارشگر آزاد، آماده‌اند تا در مواقع ضروری به محل اعزام شوند.

معمولاً در چنین مواقعی برای تصمیم‌گیری در خصوص اینکه هر کس چه کاری را باید انجام دهد و یا به هنگام نیاز، از چه زاویه‌ای باید به مسائل پرداخته شود، کنفرانسی در اتاق خبر تشکیل می‌گردد.

در اتاق‌های خبری کوچک، پرداختن به این‌گونه مسائل کاری بسیار ساده است. تنها برقراری یک تماس تلفنی با مدیر مسئول یا سردبیر حاضر در استودیو کافی است تا درباره میزان اهمیت و یا اولویت مطالب، تصمیم نهایی گرفته شود.

به هنگام برنامه‌ریزی برای پوشش‌های خبری همان‌روز، باید مجوز پخش اخبار و رویدادهای غیرمنتظره از سوی سردبیر یا مدیر مسئول (که در عین حال، می‌تواند مدیر پخش اخبار، سردبیر خبر، تهیه‌کننده و یا خبرنگار ارشد باشد) صادر شود. احتمالاً خبرنگارانی هم موظف به تهیه گزارش درباره بازگشایی شعب جدید از بیمارستان‌ها، حضور یک مقام سلطنتی در کنفرانس خبری و مطبوعاتی شوراها و یا ملاقات‌های عمومی خاندان سلطنتی می‌گردند، اما این افراد همیشه باید پیش‌بینی موارد خاص را هم بکنند تا بتوانند در هنگام ضرورت، وقایع غیرقابل پیش‌بینی، مانند انفجار یک بمب و یا حادثه قطار را نیز پوشش دهند.

خبرنگاران و گزارشگرانی که در جاده‌ها مأموریت دارند، همواره باید یک دستگاه پی‌جو و یا تلفن همراه با خود داشته باشند و یا حداقل به‌طور پیوسته

با مسئول خود در تماس باشند. به‌خاطر داشته باشید، درست است که همیشه خبرنگاران نمی‌توانند گوش‌به‌زنگ باشند تا شاید واقعه‌ای رخ دهد، اما حداقل باید، بیش از حد فعال باشند و با ثبت و جمع‌آوری تماس‌های مکرر، گزارش‌های قبلی خودشان را تکمیل نمایند و یا بروی گزارش‌های خبری روزهای گذشته کار کنند.

پرداختن و تفصیل رویدادهای خبری

خبرنگاران هر کدام مأمور تهیه گزارش از رویدادهای خاصی می‌شوند که این رویدادها باید خلاصه و دسته‌بندی شوند و اطلاعات مربوط به آنها از بایگانی ثبت وقایع جمع‌آوری گردد. مدیر یا سردبیر خبر حاضر در اتاق خبر کسی است که به‌طور خلاصه به خبرنگاران خود درباره دیدگاه‌های موجود و روش‌های پرداختن به گزارش توضیح می‌دهد. منظور از دیدگاه‌های موجود، شیوه‌های مختلفی است که می‌توان با استفاده از آنها، یک رویداد خبری را به شکل‌های گوناگون تعریف و بیان نمود.

پرداختن به رویداد خبری، یعنی تصمیم‌گیری درباره اینکه، این خبر چگونه باید بیان شود (اعم از عنوان خبر، خط‌مشی خبری، مصاحبه، تدوین و جمع‌بندی خبر). باید توجه داشت که به هر خبرنگار باید مهلت داد تا دقیقاً بداند که از او چه انتظاراتی می‌رود و حداکثر تا چه مدت‌زمان و در چه نوع شیوه و سبکی باید مطلب خود را تهیه نماید. نابسامانی و درهم برهمی مطالب در اتاق خبر به هیچ‌وجه، قابل توجیه نیست.

تماس‌های تلفنی در اتاق‌های خبر

در هر اتاق خبر باید سامانه‌ای ایجاد شود تا بتوان در اسرع وقت به اسامی و

شماره تلفن‌های افرادی که در خبر از آنها ذکر می‌شود، دسترسی پیدا کرد. بهترین شیوه، ایجاد یک کتابچه تماس‌های تلفنی است که در آن، اسامی افراد و سازمان‌ها به ترتیب حروف الفبا آورده شده است.

معمولاً در سامانه‌های رایانه‌ای موجود در اتاق‌های خبر مجهز نسخه‌ای از این کتابچه تلفن تهیه شده که همگان می‌توانند بروی صفحه نمایشگر خود به راحتی به آن دسترسی داشته باشند. قاعده درست آن است که هر خبرنگاری که با شماره تلفنی تماس می‌گیرد، آن شماره را به این کتابچه تلفن اضافه کند. این هم شیوه‌ای سودمند و جامع برای تهیه کتابچه‌ای است که به سرعت در اختیار همگان قرار می‌گیرد.

توجه داشته باشید، اگر قرار است مطالب و مشخصات تماس‌های تلفنی با دست نوشته شود، حتماً از خطی خوانا و تمیز استفاده شود تا تمامی کارکنان اتاق خبر بتوانند به راحتی از این سامانه استفاده کنند و به هنگام افزودن یک شماره تماس، بدانند که چگونه باید این کار را انجام دهند. برای مثال، تمامی شماره‌تلفن‌های متعلق به پلیس، از جمله شماره تلفن و اسامی افسران مرتبط با رسانه‌ها و افسران سخنگوی مطبوعاتی، باید تحت عنوان «پلیس» آورده شود و آنها را مانند افراد عادی در صفحات مربوط به اشخاص نباید ثبت کرد.

برخی از اتاق‌های خبر در این کار (جمع‌آوری و ثبت دقیق تماس‌های تلفنی) موفق شده‌اند و برخی دیگر در این کار موفق نبوده‌اند. علاوه بر این خود گزارشگران نیز، به گونه‌ای اجتناب‌ناپذیر، به تدریج دفترچه اطلاعات و تماس‌های تلفنی‌شان را توسعه می‌دهند، مخصوصاً در مورد افرادی که احساس می‌کنند حتماً در رویدادهای آتی مؤثر واقع خواهند شد.

نیازی به بیان ندارد که در اتاق‌های خبری که به این کتابچه توجهی نمی‌شود، روزها بسیار به کندی می‌گذرد، زیرا افراد هر روز مجبور می‌شوند شخصاً به جاهای مختلف تلفن کنند، تا شماره مورد نظرشان را پیدا کنند. شگفت‌زده نشوید، حتی یک صحبت دوستانه با هر یک از افراد مندرج در این کتابچه راهنما، ممکن است به تهیه یک گزارش خبری خوب و مناسب منتهی شود.

مقاومت در برابر فشارهای خارجی

همیشه اتاق‌های خبر با فشارهایی از سوی گروه‌های خارج از سازمان مواجه‌اند. احزاب سیاسی مرتباً اتاق‌های خبر را تحت فشار می‌گذارند تا مطلب خبری به‌گونه‌ای که آنها می‌خواهند، منتشر شود و یا حتی خبرنگاران را متهم به جانبداری از افرادی خاص می‌نمایند. برای مثال، حامیان حزب کارگر^۱، اتاق‌های خبر را متهم به جانبداری از حزب محافظه‌کار^۲ انگلیس می‌نمایند، محافظه‌کاران نیز به‌همین منوال، به اتاق‌های خبری اتهام جانبداری از حزب کارگر را وارد می‌کنند. اگر در خبرها به سخنان یکی از نمایندگان احزاب توجه شود، یا آن جمله پررنگ‌تر نشان داده شود، تنها چند دقیقه بعد صدایی از پشت تلفن، از جانبداری و حمایت شما شکایت می‌کند، حتی بدون اینکه به بی‌ارزش بودن خبر توجه داشته باشد.

بازرگانان سودجو نیز که همیشه از طریق روابط عمومی‌شان شرکت خود

1. Laboar
2. Tory

را اداره می‌کنند، همواره سعی دارند زیر پوشش یک عنوان خبری، از پرداخت هزینه آگهی فرار کنند. معمولاً چنین تلاش‌های زیرکانه‌ای، پشت پرده باقی نمی‌ماند و به راحتی و با سرعت شناسایی می‌شود. به هر حال، همیشه باید هوشیار باشید و هیچ‌گاه به خودتان استراحت ندهید.

شنوندگانی هم که همیشه با تیرهای خود آماده خرید کردن دیگرانند، نیز از جمله عوامل فشار محسوب می‌گردند. آنها همیشه آماده شکایت کردن‌اند و ادعا می‌کنند که برای موضوع مورد نظرشان بسیار زیاد و یا بسیار کم هزینه کرده‌اید.

از دیگر گروه‌های (عادی) فشار می‌توان از کسانی نام برد که همیشه سعی دارند گروهی را ساکت نگه‌دارند. معمولاً در گزارش‌های قضایی و اخبار مربوط به دادگاه‌ها با این افراد مواجه می‌شوید. آنها همیشه استدلال می‌کنند که پخش چنین اخباری سبب رنجاندن، عصبانی کردن و یا حتی نگرانی نزدیکان و خویشان فرد متهم می‌گردد، مخصوصاً اگر وی صاحب مقام و یا قدرتی در جامعه باشد.

در تمامی این موارد، باید به حس مسئولیت‌پذیری، تعهد، انصاف، استقلال و بی‌طرفی پایبند باشید و هرگز نباید در برابر فشارهای وارده تسلیم شوید.

پرداختن به یک گزارش خبری

نسخه‌برداری و یا رونویسی

سریع‌ترین و آسان‌ترین روش برای پرداختن به یک خبر، «رونویسی کردن» آن است، بدون آنکه نیازی به تهیه گزارش شنیداری باشد از نسخه‌برداری از

روی خبرهای تک‌جمله‌ای و یا دوجمله‌ای، برای درج در عناوین استفاده می‌شود.

می‌توان با ارائه چندین خبر و رویداد خبری که پشت سر یکدیگر پخش می‌شوند، گزارش خبری را شلوغ کرد. اگر یک گزارش خبری به صورت شنیداری و بر روی نوار ضبط شده باشد و شما مایل باشید بخش‌های اعظمی از آن را حذف کنید، بهترین شیوه آن است که از روی گزارش نسخه‌برداری کنید.

به‌هرحال، اگر تمامی گزارش‌های یک برنامه گزارش خبری، نسخه‌برداری شده باشند، آن برنامه کسل‌کننده شده و نمی‌تواند جایگزین خوبی برای اخبار زنده و بانشاط باشد.

مصاحبه‌کنندگان

قدیمی‌ترین شیوه برای پوشش‌دادن یک رویداد خبری از طریق رادیو، انجام مصاحبه با افراد است. انتخاب فردی که با او مصاحبه می‌کنید، کاملاً برعهده شماست. به‌عنوان مثال، می‌توانید در یک گزارش سیاسی به یکی از اتهامات و یا ادعاهای حزب‌کارگر اشاره کنید و در یک مصاحبه رادیویی از یکی از اعضای حزب محافظه‌کار بخواهید که در این باره توضیح دهد و یا بالعکس.

بیان اخبار یا روخوانی خبر

چگونگی بیان اخبار نیز از دیگر شیوه‌های مؤثر در انجام آن است. البته کارایی و تأثیر اجرای عملی اخبار یا گزارش خبری از تأثیر مصاحبه کمتر است، اما گاهی اوقات تنها شیوه تقویت یا تأثیربخشیدن به روخوانی

نسخه‌های خبر، همین بیان اخبار است، مخصوصاً در مواقعی که حجم اخبار بسیار زیاد باشد. این شیوه بر پخش زنده گزارش‌های خبری ترجیح داده می‌شود.

در محاکمات قضایی، استاندارد واقعی همین بیان گزارش به صورت روخوانی است، زیرا امکان ضبط مکالمات هنگامی که محاکمه در جریان است وجود ندارد، و هرگونه اظهارنظر و یا گفتاری، توهین به دادگاه تلقی می‌شود.

از دیگر موارد کاربردی شیوه روخوانی خبر یا بیان اخبار، هنگامی است که رویدادی بزرگ اتفاق افتاده و از آن گزارش تهیه شده است که ناگهان حادثه‌ای متعاقب آن روی می‌دهد و امکان تهیه گزارش مجدد وجود ندارد. حداکثر زمان پخش اخبار به صورت روخوانی یا بیان خبر در ایستگاه‌های رادیویی متفاوت است. به‌طور کلی این مدت زمان در ایستگاه‌های خبری **BBC** بین ۳۵ الی ۴۵ ثانیه است و ایستگاه‌های خصوصی رادیو، حداکثر ۲۵ تا ۳۰ ثانیه را به یک خبر اختصاص می‌دهند.

گزینش^۱ بخشی از خبر، انتخاب^۲ بخشی از آن و گزیده‌های صوتی^۳ به عملی واحد گفته می‌شود. گزینش در ایستگاه‌های خصوصی رادیو و انتخاب در ایستگاه‌های رادیوی **BBC** به بخش‌های کوچک صوتی خبر گفته می‌شود و اخیراً به هر دوی اینها «گزیده‌های صوتی» گفته می‌شود. این قسمت‌های انتخاب‌شده صوتی، شامل بخشی از یک مصاحبه و یا گزیده‌ای از یک

-
1. Cut
 2. Clip
 3. Sound Bites

گزارش ضبط‌شده در مکانی خاص هستند که می‌تواند دربرگیرنده صدای هر چیزی باشد، از سخنرانی گرفته تا بخشی از سروصدای آشوبگران.

این بخش‌ها، اگر به درستی انتخاب شوند، آغاز و پایان خوبی برای گزارش‌های خبری خواهند بود و نباید طوری انتخاب شوند که شنونده آنها را بخشی از یک گزارش ضبط‌شده کامل بداند. بار دیگر یادآور می‌شویم که مدت زمان پخش این قسمت در ایستگاه‌های رادیویی BBC طولانی‌تر است و حتی به ۴۰ ثانیه یا بیشتر هم می‌رسد. اما رادیوهای خصوصی به بیشتر از ۳۰ ثانیه علاقه‌ای نشان نمی‌دهند و حتی در بسیاری از موارد، زمان نسبتاً کمتری را به آن اختصاص می‌دهند. برخی از ایستگاه‌های معروف و مردمی که با سرعت رشد و توسعه یافته‌اند، از گزیده‌های صوتی با حداکثر زمان ۱۰ ثانیه استفاده می‌کنند، فقط برای اینکه در میانه پخش گزارش خبری فاصله‌ای ایجاد کرده باشند.

جمع‌بندی مجموعه‌های خبری

از این دو عبارت هم در رادیوهای خصوصی و هم در رادیوهای BBC به یک معنی استفاده می‌شود. Wrap شامل حداقل یک گزیده صوتی است که در میانه صحبت‌های گزارشگر آورده می‌شود، مثلاً یک گزیده ۱۰ ثانیه‌ای صوتی که در میانه صحبت‌های ۲۰ ثانیه‌ای گزارشگر آورده می‌شود و زمان گزارش خبری را به ۲۰ ثانیه می‌رساند. به همین صورت از روش مذکور در برنامه‌های خبری هم استفاده می‌شود و می‌تواند زمان آنها را به ۳ دقیقه یا بیشتر هم برساند. استفاده از Wrap بهترین شیوه برای به‌تصویرکشیدن دو طرف دعوا و مجادله است، برای مثال:

گزارشگر: «والدین خشمگین که صبح امروز در مقابل محل برگزاری اجلاس شورای شهر تجمع کرده بودند، از افزایش هزینه ناهار در مدارس شکایت داشتند و معتقد بودند، افزایش قیمت‌ها باعث گرسنگی بیشتر کودکان و یا روی آوردن آنها به تنقلات غیربهداشتی خواهد شد. آیلین دانکان که سه فرزند خود را به مدرسه راهنمایی سنت جیمز واقع در نیوتاون می‌فرستد، می‌گوید که نمی‌تواند از عهده پرداخت هفته‌ای ده پوند، آن هم فقط برای ناهار بچه‌ها برآید.»

گزیده صوتی: صدای خشمگین دانکان که این اقدام را مایه بی‌آبرویی مسئولان می‌داند. (۲۲ ثانیه)

گزارشگر: «اما نمایندگان عضو شورای آموزش از این افزایش قیمت حمایت می‌کنند. راوی سینگ نماینده محافظه‌کار مجلس می‌گوید حتی درحال حاضر نیز دولت برای هر وعده غذایی در روز ۷۲ پنس یارانه می‌پردازد.» (۲۲ ثانیه)

گزیده صوتی: صدای سینگ که دلایل خود را بیان می‌کند. (۲۵ ثانیه)

بدین‌گونه، ترکیبی از صدای صحنه و حاضران در محل واقعه و نیز صدای گزارشگر و همچنین نظرات و انتقادات مردم بر فضای گزارش خبری تأثیر گذاشته و باعث می‌شود که ماجرا، زنده و واقعی به نظر برسد. البته خیلی بهتر خواهد بود که گزارش با صدای تظاهرکنندگانی که شعارهایی را سر می‌دهند، آغاز شود.

راهنمای استفاده از سبک‌های اتاق خبر

همان‌گونه که ملاحظه کردید، اسامی انواع گوناگون بخش‌های صوتی و

شنیداری و نیز مدت‌زمان پخش آنها در رادیوهای خصوصی و رادیوهای BBC با هم متفاوت است. درحقیقت به دلیل فلسفه وجودی و تفکر شخصی سردبیران و سبک و شیوه کاربردی در هر ایستگاه و همچنین نیازهای شنوندگان، این تفاوت‌ها بسیار ظریف‌تر و پیچیده‌ترند. تقریباً می‌توان گفت، هر ایستگاه رادیویی، برای خودش سبک و شیوه خاصی را بسط و گسترش و یا ارائه می‌دهد.

به‌همین دلیل، تهیه یک دفترچه راهنما در هر ایستگاه ضروری است. در این دفترچه باید دستورالعمل و قواعد اصولی درباره مدت‌زمان پخش، طرح و پیگیری سرنخ‌ها، نام‌گذاری بخش‌های صوتی، شیوه نگارش و تهیه خبر، و همچنین جزئیات بسیار ظریف دیگری که هر یک از کارکنان گروه خبری در آینده به آن نیاز خواهند داشت و باید از آن پیروی کنند، به تفصیل آورده شود. این دفترچه راهنما، بهترین مرجع در هنگام بروز مشکلات و یا اختلافات خواهد بود و سبب می‌گردد که کارکنان تازه‌وارد و یا خبرنگاران آزادی که گهگاه برای ایستگاه فعالیت می‌کنند، کار و زندگی راحت‌تری را در ایستگاه رادیویی شما تجربه کنند.

نویسندگی برای خبر

مسئولیت و تعهد رادیو، برقراری ارتباط است. اگر نتوانیم این ارتباط را برقرار کنیم، در آن صورت، نتوانسته‌ایم به‌عنوان خبرنگار رادیویی، وظیفه‌مان را انجام دهیم. آنچه مورد نظر شماست باید به‌صورتی قابل‌فهم بیان شود، آن هم به‌گونه‌ای صریح و بدون درنگ. جملات و عباراتی که بدون دقت بیان شوند، غیرقابل‌فهم و پیچیده و گیج‌کننده‌اند و ترتیب غیرمعقول رویدادها آثار مخرب و جبران‌ناپذیری را بر اخبار رادیو وارد می‌سازد. در گزارش‌های خبری رادیو، هیچ جایگاهی برای پیچیدگی، ابهام و یا جملات عجیب و غریب وجود ندارد.

باید بدانید که چه چیزی را می‌خواهید بیان کنید و باید منظور خود را صریح، ساده و دقیق بیان نمایید. به‌خاطر داشته باشید که استفاده از عبارات ملال‌آور و خسته‌کننده، گناه محسوب می‌شود. هیچ رویداد و یا گزارشی را به‌عنوان خط‌مشی و یا دستور کار روزانه خود قرار ندهید.

تنها شیوه جلب توجه شنوندگان، ایجاد انگیزه و اشتیاق در میان آنهاست. اگر روحیه‌ای خسته و بی‌تفاوت داشته باشید، آنگاه گزارش‌هایتان بی‌روح و کسل‌کننده خواهند بود. همیشه به‌دنبال جزئیات باشید تا گزارشتان سرزنده و

مؤثر واقع شود. به‌طور مثال، جزئیات شخصیت فرد موردنظر تان را بررسی و یا سعی کنید صحنه حادثه را توصیف نمایید.

یک رویداد خبری را می‌توان به شیوه‌های مختلف به نگارش درآورد؛ هر چند شیوه‌ها و گونه‌های خاصی در این‌باره، برای کمک به خبرنگاران و شنوندگان وجود دارد.

بیان ماجرا

مشخصه بارز یک خبرنگار خوب، شیوه نگارش وی در خبر و رویدادهای خبری است. اگر در رویارویی با بهترین رویدادهای خبری (یا اخبار) هم، نتوانید مطلب را به شیوه‌ای قابل‌فهم برای شنوندگان بیان کنید، دیگر نباید خود را خبرنگار بنامید.

خبر رادیویی را باید به‌گونه‌ای بنویسید که گویی داستانی را برای فردی عادی بیان می‌کنید، قرار نیست اعلامیه‌ای رسمی را برای یک وزیر و یا مقامی عالی‌رتبه قرائت نمایید. تصور نکنید که در رادیو می‌خواهید برای همه مردم برنامه پخش کنید، بلکه خیلی ساده فرض کنید برای فردی که روبه‌روی شماست، می‌خواهید درباره رویداد یا واقعه‌ای به او توضیح دهید.

سبک نوشتاری تان باید به‌گونه‌ای باشد که مطالب به‌صورت ساده، خرد شده و قابل‌فهم، مختصر و کوتاه و قانع‌کننده و به دور از هر گونه کسالت و دلتنگی بیان شود. هرگز از کلمات و عبارات احساسی روزنامه‌ها استفاده نکنید و هر وقت که لازم شد می‌توانید زبان محاوره‌ای و غیررسمی نیز به‌کار ببرید. تقریباً می‌توان گفت یک گزارش خبری خوب و مناسب خودبه‌خود نوشته می‌شود. به‌خاطر داشته باشید که برای گوش افراد می‌نویسید و نه برای

چشمان آنها. همانطور که صحبت می‌کنید، بنویسید؛ به زبان محاوره و با جملات کوتاهی که با خود تفکر و اندیشه‌ای را به همراه دارند.

همیشه از خودتان بپرسید: «آیا اگر خودم جای او بودم، همین‌طور صحبت می‌کردم». یا «آیا دوستانم در میان جمع و یا در جامعه همین‌طور صحبت می‌کنند». برای مثال، مردم عادی می‌گویند: «یک مغازه در مرکز شهر آتش گرفته بود.» و هرگز از جملاتی چون «آتش‌نشانی که ماسک اکسیژن زده بودند و سعی داشتند شعله‌های فروزنده و آتش‌سوزی بزرگ مغازه خرده‌فروشی بازار را مهار کنند» استفاده نمی‌شود.

دقیقاً باید بدانید که می‌خواهید چه موضوعی را بیان کنید. از زبان عامیانه و روزمره مردم عادی استفاده کنید، اما هرگز واژه‌های غیرادبی و یا عجولانه به‌کار نبرید.

بیان مطلب پیچیده و پرتراخت، آن هم به‌زبانی ساده و جذاب، نیازمند مهارت خاص و تلاش فراوان است. می‌خواهیم خبر رادیویی را به‌صورت گفتار طبیعی و مکالمه عادی، که با نظم و دقت همراه است، بیان کنیم. نتیجه کار، ارائه سبکی خاص همراه با عبارات محاوره‌ای، صریح، مقرون‌به‌صرفه و قابل‌فهم خواهد بود.

در این سبک، کلمات کوتاه بر کلمات بلند، جملات کوتاه بر جملات پیچیده، کلمات واقعی بر کلمات انتزاعی، عبارات معلوم بر عبارات مجهول و نقل‌قول مستقیم بر نقل‌قول غیرمستقیم ارجحیت دارد.

قبل از آنکه گزارش‌تان را از روی یادداشت‌ها و یا مطبوعات رونویسی کنید، از خودتان بپرسید: واقعاً این داستان درباره چیست و چه موضوعی در آن نهفته است که باعث می‌شود توجه شنوندگان به آن جلب شود.

به شما توصیه می‌کنیم که در ابتدا یک‌بار یادداشت‌ها و دست‌نوشته‌هایتان را مطالعه کنید، بعد آنها را به کناری بگذارید و بدون اینکه به آنها مراجعه کنید به زبان خودتان، داستان‌را از اول بنویسید. در نهایت می‌توانید، نکته‌ها را با اصل مطلب مطابقت نمایید.

در این صورت، این گزارش نوعی نسخه‌برداری از روی مطلب نمایندگی‌های خبری، مطبوعات و یا گزارش همکاران محسوب نمی‌شود و از این طریق می‌توانید مطالب را آن‌گونه که به نظرتان می‌رسد، توصیف کنید.

مطلب را کوتاه و خلاصه بیان نمایید

خط اول گزارش باید کوتاه و جذاب باشد و توجه شنونده را به‌گونه‌ای جلب کند که او بدون اختیار صدای رادیو را بیشتر کند. درعین‌حال، خط اول گزارش باید شنونده را برای شنیدن سلسله رویدادهایی که قبلاً با آنها آشنایی نداشته، آماده سازد.

توجه داشته باشید که در این موقعیت شنونده کاملاً حواسش به ما نیست و درباره چیزهای دیگری فکر می‌کند و ما می‌خواهیم به‌گونه‌ای توجه او را به سوی خود جلب کنیم. اشتباه نکنید، هرگز تمامی داستان را در همان خط اول توضیح ندهید. بسیاری از روزنامه‌ها از این شیوه استفاده می‌کنند، اما این روش در رادیو کاربرد ندارد. پس از اشاره‌ای که در ابتدا به ماجرا می‌کنید، شنونده را وادار کنید تا پایان آن، قدم‌به‌قدم با شما همراه شود. با استفاده از شیوه مناسب و نظم‌ی خاص، هر جمله را ماهرانه با جملات قبلی مربوط سازید. سعی کنید پس از هر جمله بلند، یک جمله کوتاه به‌کار ببرید تا بین آنها فاصله‌ای برای به‌فکر فروردن شنونده ایجاد کرده باشید.

جداً به شما توصیه می‌کنیم اگر جمله‌ای دارید که بر روی صفحه رایانه در دو خط (دو ردیف) نشان داده می‌شود، آن را به دو جمله جداگانه تبدیل کنید.

هر اندیشه‌ای را در یک جمله بیان کنید و هرگز جملات معترضه طولانی در میان جمله‌هایتان به کار نبرید، زیرا در این صورت هنگامی که پایان جمله را قرائت می‌کنید، شنونده آغاز آن را فراموش کرده است.

در آغاز گزارش، از جملات کلیدی یا خیلی مهم ماجرا استفاده نکنید. در رادیو، شنوندگان به تک‌تک جملات گوش نمی‌کنند، بلکه گروهی از کلمات یا عبارات را گلچین می‌نمایند. سعی کنید مطلب تا انتها سرزنده و بانشاط باقی بماند، مثلاً جمله آغاز را به دو یا سه شیوه متفاوت بیان کنید. علی‌الخصوص دوباره سفارش می‌کنیم که در انتخاب اولین کلمات بسیار دقت کنید، زیرا در آغاز، شنوندگان توجه چندانی به گزارش ندارند و اولین کلمات را خیلی زود فراموش می‌کنند. به همین دلیل، اهمیت استفاده نکردن از اسامی ناآشنا و کلمات کلیدی در جملات اولیه مشخص می‌شود. برای مثال: «کره گران می‌شود»، جمله‌ای ساده و صریح است. اما متأسفانه بعضی از شنوندگان معمولاً اولین کلمه را از دست می‌دهند و تا آخر گزارش، گیج و متحیر می‌مانند که چه چیزی قرار است گران شود. معمولاً بهتر است، کمی از خود انعطاف نشان دهیم: «قیمت کره افزایش می‌یابد».

خلاصه‌نویسی

ویژگی و مزیت تمامی گزارش‌های رادیویی می‌تواند اختصار و کوتاه‌نویسی آنها باشد. همیشه هنگام نوشتن به صرفه‌جویی در کلمات توجه داشته باشید. برای مثال از جمله «تصادف در یک بزرگراه، پانزده نفر را راهی بیمارستان

کرد»، به جای این جمله طولانی استفاده کنید: «بر اثر برخورد سیزده خودرو، سه کامیون و یک اتوبوس، در تقاطع‌های شماره ۷ و ۸، یک بزرگراه چندین نفر زخمی شدند».

سادگی، جوهره یک گزارش مکتوب رادیویی خوب است. هنگامی که در جمع صحبت می‌کنید و یا هنگام نوشیدن یک فنجان قهوه، معمولاً سبک‌گفتاری شما کاملاً رادیویی است. برای مثال، «راب^۱ را به بیمارستان بردند...»، «شوهر کارل دوباره او را ترک کرده...» و «پسر رایینسون دوباره توی دردرس افتاده...»، جملاتی کاملاً رادیویی‌اند.

به‌گونه‌ای بنویسید که فهم مطالب برای شنونده شما آسان‌تر شود. برای مثال، «احتمالاً مالیات شوراها در بلنک تاون^۲ دوباره افزایش می‌یابد...» خیلی بهتر از این جمله است: «شب گذشته در جلسه کمیته اقتصاد شورای بلنک تاون اعلام شد پیش‌بینی هزینه‌ها نشان‌می‌دهد که احتمالاً این افزایش به شهروندان و خانواده‌ها نیز منتقل خواهد شد».

اگر اطلاعات و اخباری دارید که حتماً باید به شنوندگان منتقل شود، در ابتدا مشخص کنید که آنها چه چیزی را باید بدانند و دلیل آن چیست. برای مثال، عبارت: «مسئولان اتاق بازرگانی بلنک تاون پذیرفتند که برای بازار خرده‌فروشان «های‌فیلد»^۳ وسیله حمل‌ونقل عمومی، با هزینه‌ای ناچیز برقرار کنند»، در حقیقت به این معنی است که «اتوبوس‌های ارزان‌قیمت برای فروشگاه‌های های‌فیلد گذاشته می‌شود».

-
1. Rob
 2. Blank Town
 3. Highfield

ماجرا را به زمان حال بیان کنید

بازرزش‌ترین قابلیت و توانایی رادیو، صمیمیت و نزدیکی آن با شنونده است. بنابراین اغلب استفاده از زمان حال، که نشان‌دهنده رویدادی است که در حال حاضر اتفاق می‌افتد، مخصوصاً در خط اول بیان گزارش، شیوه‌ای کاملاً مناسب خواهد بود.

تا آنجایی که می‌توانید از زمان حال استفاده کنید. برای مثال برای بیان اینکه «دکترها از طولانی‌بودن لیست انتظار بیمارستان اظهار تعجب کرده‌اند»، از عبارت «دکترها می‌گویند که با دیدن لیست انتظار بیمارستان شگفت‌زده می‌شوند» استفاده کنید.

همیشه برای بیان عنوان جمله به جای افعال مجهول از افعال معلوم استفاده کنید. برای مثال از جمله «پاول‌هاپ یک گلوله به سوی پلیس شلیک کرد»، به جای این جمله استفاده کنید: «یک افسر پلیس مورد اصابت یک گلوله که از سوی پاول‌هاپ شلیک شده بود، قرار گرفت».

همیشه فکر کنید که چگونه می‌توانید درباره رویدادی که در زمان حال اتفاق می‌افتد، مطلب بنویسید. برای مثال، «زنی در بیمارستان است، بعد از آنکه...» یا «خانواده‌ای در کنار تخت بیمارستان... منتظرند.» در هر صورت، باید مواظب باشید که به خاطر رعایت این نکات، احساسات و جملات را اشتباه بیان نکنید.

استفاده از صفات را به حداقل برسانید

بسیاری از گزارشگران با استفاده از صفات متعدد سعی می‌کنند حجم گزارش خود را افزایش دهند؛ چنین اقدامی تنها باعث آزار و ناراحتی شنونده می‌شود.

بعضی اوقات، صفات در جمله کاربرد دارند، یا استفاده از آنها ضروری است؛ اما اغلب اوقات، به کارگیری این گونه صفات، تنها تکرار مکررات است. برای مثال در عبارت «برخورد بسیار بد و شدید» باید بینیم این برخورد چقدر سخت و شدید بوده. آیا اگر گروه شکست بخورد، به اقدام قضایی و وکیل متوسل می شود یا اینکه دوباره هر کس سر جای خودش می نشیند و جلسه ادامه می یابد؟

استفاده از چنین کلماتی باعث شفاف تر شدن گزارش نمی شود. تنها از صفاتی استفاده کنید که اطلاعاتی را به اصل مطلب اضافه می کند. در بیان حقایق، تا آنجا که می توانید این نکات را رعایت کنید: به افراد حداکثر احترام را بگذارید. برای مثال، اگر نمی دانید در یک حادثه آتش سوزی، آتش چگونه به همه جا سرایت کرده است، از بیان آن خودداری کنید. تا آنجا که می توانید به داستان یا گزارش خود «رنگ و لعاب» بدهید. اما اگر زمانی، اتفاقی برخلاف شیوه معمول رخ داد، نباید تنها به خاطر روح بخشیدن به ماجرا، به سادگی از کنار آن بگذرید. ارائه یک گزارش صحیح و واقعی، خیلی بهتر از سرهم کردن چند عبارات گزارش باروح و هیجان انگیز است.

زبان نوشتاری و دستور زبان

قواعد اصولی بی شماری برای نوشتن متون خبری وجود دارد، اما در این زمینه، فهرست جامع و فراگیری موجود نیست و بسیاری از اتاق های خبر برای خود دستورالعمل ها و سبک های خاصی را تعریف کرده اند. در ذیل چند نمونه از «بایدها» و «نبایدها» را برای اطلاع شما می آوریم:

به جای کلمات کلی (مانند «رنگ‌روشن») از کلمات خاص (مانند «قرمز» و «سبز») استفاده کنید.

به‌جای کلمات معنی و انتزاعی (مانند «هوای بد») از کلمات ذات و واقعی (مانند «باران» و «مه») استفاده کنید.

به‌جای استفاده از کلمات پرزرق‌وبرق و دهان‌پرکن (مانند «آغاز نمود»، «اظهار داشت»، «بیان نمود»، «خاتمه داد»...) کلمات ساده و شفاف (مانند «شروع کرد»، «گفت»، «پایان داد»...) را به‌کار گیرید.

حجم گزارش را با استفاده از کلمات احساسی و نمایشی (مانند «حیرت‌برانگیز»، «تلوتلو خوردن»، «مات و متحیر ماندن»...) و یا کلمات «شورانگیز» افزایش ندهید. اگر هم قرار است درباره یکی از این موارد مطلب بنویسید، سعی کنید از این‌گونه صفات کمتر استفاده کنید و از القاب و اصطلاحات خاص هم استفاده نکنید.

از عبارات و کلمات غیرضروری مانند «در آینده‌ای نزدیک به این برنامه‌ها خواهیم پرداخت» استفاده نکنید.

از قیده‌های کمیت نامعلوم (مانند «خیلی»، «واقعاً» و «کاملاً»...) استفاده نکنید.

قیده‌های کیفیت را در معنای مطلق و مجرد به‌کار نگیرید.

هنگامی که درباره قتل، تیراندازی، تصادف و یا انفجار بمب صحبت می‌کنید، از کلمات حادثه، رویداد، واقعه... استفاده نکنید.

در پایان جمله از کلمه «الآن» استفاده نکنید، مثلاً وقتی می‌گویید: «رئیس شورا، الآن از لندن بازگشت»، آیا منظورتان از «الآن» همین چندثانیه گذشته، یا

چند دقیقه پیش و یا چندساعت قبل بوده است؟

به طور کلی، هنگامی که یک گزارش خبری می‌نویسید، درباره عبارات و دستورزبانی که از آن استفاده می‌کنید، همچنین جزئیات کارتان و تأثیر کلماتی که به کار می‌گیرید، خوب فکر کنید. برای مثال فردی بر اثر حادثه‌ای جان خود را از دست داده و یا احتمالاً توسط کسی به قتل رسیده است. شاید این حادثه غیرعمدی باشد و شاید هم این فرد آنقدر بدشانس بوده که با وجود اینکه توانسته از این حادثه جان سالم به در ببرد، اما دو ساعت بعد، مورد اصابت گلوله شخصی قرار گرفته و به قتل رسیده است. پس آیا او بر اثر این حادثه «جان خود را از دست داده» و یا «به قتل رسیده است»؟

درعین حال، به هنگام استفاده از دستورزبان نیز باید نهایت دقت و توجه را به کار گرفت. در استفاده از افعال جمع و مفرد هم خیلی هوشیار باشید. مثلاً برای «شورا» فعل مفرد به کار می‌برند و نه فعل جمع. اما اسم‌هایی چون «پلیس» و «تیم فوتبال» هر دو در ظاهر مفرد و در باطن جمع‌اند. برای مثال، «انگلستان مقام اول جام جهانی را از آن خود ساخت».

در مدرسه این‌گونه تصور می‌شود که برخی از قواعد اولیه دستور زبان در رادیو رعایت نمی‌شود. برای مثال، جداسازی افعال دو قسمتی، از نظر دستورزبان غلط و به هنگام استفاده در رادیو درست و قابل قبول است.

هر اتاق خبری، قواعد و اصول خاص خودش را رعایت می‌کند، اما به طور کلی، همیشه توجه داشته باشید که به وجهه خبری متن آسیبی نرسانید و نکات دستوری را به طور صحیح و دقیق، رعایت کنید.

شیوه‌های نوشتاری

هنگامی که برای «گوش افراد» مطلب می‌نویسید، قطعاً باید به‌گونه‌ای کلمات را بر روی کاغذ ثبت کنید که بتوانید همان‌طور که صحبت می‌کنید، مطلب را برای فرد دیگری بازگو نمایید.

بنابراین، همان‌طور که تاکنون هم متوجه شده‌اید، متون خبری رادیو، همیشه از قواعد دستور زبان انگلیسی پیروی نمی‌کنند. از آنجایی که در نظر دارید همان‌گونه که صحبت می‌کنید مطلب را برای فرد دیگری بازگو نمایید، باید با استفاده از سبک‌های مختلف نوشتاری، مطمئن شوید که نوشته شما، تا سرحد امکان طبیعی جلوه می‌کند.

ادغام یا اختصار

وقتی می‌خواهید ماجرای را بیان کنید باید در نوشته خود تمامی کلمات و اختصارهای معمولی یا عادی را که در زبان گفتاری استفاده می‌شود، به کار گیرید. صورت خلاصه‌شده کلمات، جلوه‌ای طبیعی و محاوره‌ای به برنامه می‌بخشد. به‌عنوان مثال:

It's	←	It is
He's	←	He is
Don't	←	Do not
should've	←	Should have
I'm	←	I am

هنگامی که جمله‌ای را آغاز می‌کنید اگر کلمه سوم آن Is باشد، بهتر است

از صورت کوتاه‌شده کلمه استفاده کنید. برای مثال:

A man's going to record attempts...

(شخصی قصد دارد که از این تلاش‌ها گزارش تهیه کند.)

یا

A hospital's appealing for more life-saving equipment...
(بیمارستانی درخواست تجهیزات بیشتر خدمات اضطراری داده است.)

نقطه‌گذاری

استفاده از شیوه‌های نقطه‌گذاری به شما کمک خواهد کرد، آنچه را که بر روی کاغذ نوشته‌اید، باردیگر به صورت گفتاری درآورید. البته استفاده از نقطه در پایان هر جمله ضروری است. هرگز برای این کار از کاما یا خطفاصله استفاده نکنید. این شیوه توجه‌گوینده خبر را به کل جمله جلب می‌کند و او بهتر می‌تواند آنچه را که شما نوشته‌اید، قرائت کند. هرگز سعی نکنید جملات را به صورت نقل قول از پشت میکروفون رادیو بخوانید، مخصوصاً هنگامی که طولانی‌اند؛ چون باعث می‌شود که حواس شنونده پرت شود و او نتواند آنچه را که شما می‌گویید، دنبال کند و تردید می‌کند که آیا این گفته‌گوینده خبر است یا فردی که گزارش درباره او تهیه شده است. نقل قول‌های مستقیم را به غیرمستقیم تبدیل کنید. البته موارد استثنایی و خاصی هم وجود دارد که می‌توان جملات نقل قولی را از رادیو قرائت کرد. (در آینده در این باره صحبت خواهیم کرد).

زبان تخصصی و نامفهوم برای شنوندگان عادی

هنگام نوشتن خبر، به جملات نامفهوم هم توجه داشته باشید. معمولاً مراکز خدمات امداد یا اعضای شوراها از این جملات استفاده می‌کنند. برای مثال، پلیس و گروه‌های امداد و خدمات اضطراری به جای «ران شکسته»^۱ از

1. Broken Thigh

اصطلاح «استخوان ران ترک خورده»^۱ استفاده می‌کنند.

باید به بسیاری از کلمات نامفهوم دیگری که توسط نیروهای پلیس و مأموران آتش‌نشانی به کار گرفته می‌شود، توجه داشته باشید.

وضعیت اعضای شورای شهر و نمایندگان مجلس، حتی بدتر است. هرگز اجازه ندهید، جملات مأموران و کارشناسان شورا و مجلس، مستقیماً به گزارش خبری شما راه پیدا کند. برای مثال جمله «ساختمان جدیدی را که طبق اسناد و مدارک شورا، برای خوشایند ظاهری، مضر شناخته شده»، را خیلی ساده می‌توان این‌گونه بیان کرد: «منظره اطراف را خراب کرده است».

اغلب آتش‌نشانان از کپسول اکسیژن استفاده می‌کنند. همین امر سبب زنده‌ماندن آنها می‌شود، پس نیازی نیست که دائماً به این نکته اشاره کنید. گرچه در اخبار و گزارش‌هایی که از سوی سرویس‌های آتش‌نشانی برای شما ارسال می‌گردد، به این موارد زیاد اشاره می‌شود.

در هنگام توصیف حوادث جاده‌ای و یا آنچه که پلیس آن را «حوادث ترافیک جاده‌ای» یا RTA^۲ می‌نامد، خودتان را در آنجا تصور کنید. برای مثال، هنگامی که پلیس گزارش می‌کند: «حادثه تصادف یک خودرو و یک موتورسیکلت، یک کشته برجای گذاشت»، شما بنویسید: «بر اثر برخورد یک خودرو و یک موتورسیکلت، یک نفر جان خود را از دست داد».

حتی اگر، منابع مسئول موقعیت حادثه را برای شما ترسیم کرده باشند، شما با استفاده از عبارت «بر اثر برخورد» به شنونده اطمینان می‌دهید که این حادثه با آتش‌سوزی همراه نبوده است.

-
1. Fractured Femur
 2. Road Traffic Accidents

به‌خاطر داشته باشید، برای گزارش تصادف عابران پیاده با خودرو هرگز از این عبارت استفاده نمی‌شود. برای آنکه جمله خیلی هم ساده و احمقانه به نظر نرسد، در ابتدای آن حتماً به جای «بر اثر برخورد» از عبارت «به‌خاطر برخورد» استفاده کنید.

زبان روزنامه‌ای

بخش اعظمی از سرهم‌بندی‌ها و نوشته‌های نامربوط رادیویی، میراث روزنامه‌ها و مخصوصاً «عناوین خبری انگلیسی» است.

خبرنگاران روزنامه‌ها، این شیوه نوشتاری را ابداع کردند تا بتوانند کلمات کوتاه را در فضای محدود و سریع خبر، جای دهند. اما این نوع کلمات در رادیو کاربردی ندارند.

خبرنگاران روزنامه‌ای، با استفاده از کلمات اغراق‌آمیز، می‌خواهند ارزش گزارش خود را زیاد کنند. اگر با چنین مواردی مواجه شدید، گزارش را از ابتدا خودتان بنویسید، در این صورت مطلب خیلی بهتر و جذاب‌تر خواهد شد.

کلیشه یا تکرار مکررات

عبارتی که اکنون از آن به‌عنوان کلیشه یاد می‌کنیم، همان شیوه مفید کوتاه‌نویسی گفتاری در گذشته است. متأسفانه در حال حاضر از این شیوه در مواردی که هیچ معنا و مفهومی ندارد، بیش‌ازحد استفاده می‌شود. نوشتن به سبک کلیشه، شیوه‌ای بسیار کسل‌کننده و آبیکی یا سرهم‌بندی شده است. حتی هنگامی که به‌خاطر محدودیت زمانی و یا انگیزه‌های مختلف تحت فشار قرار

می‌گیرید، هرگز از این شیوه استفاده نکنید. هیچ‌گاه در یک خط و پشت سرهم، تکرار مکررات را به کار نگیرید.

اسامی

باید در نظر داشته باشید که یکی از اهداف اصلی شما، استفاده عمدی و آگاهانه از سبک محاوره‌ای و غیررسمی است. در این صورت، نیازی به استفاده از القابی چون «جناب آقای» و «سرکار خانم» وجود ندارد. برای مثال، گفتن جان میجر یا تونی بلر کاملاً قابل قبول است و می‌توان این القاب و عناوین را در جملات بعدی به کار گرفت، یعنی گفت: آقای بلر یا آقای میجر. البته هرگز نباید نام خانوادگی را تنها به کار برد. در آمریکا چنین مواردی مشاهده می‌شود، اما در انگلستان این کار نشان‌دهنده نوعی بی‌احترامی است و به عنوان تعصب و یا جانبداری بر ضد حزب و یا فرد خاصی تعبیر می‌شود. برای دست‌اندرکاران حرفه‌های هنری (از قبیل نمایش، سینما و...) و نیز شخصیت‌های ورزشی، استفاده از القاب و عناوین ضرورتی ندارد. برای مثال برای افرادی چون مایکل جکسون و یان بوتام هنگامی که در جملات بعدی از آنها یاد می‌کنیم، ذکر نام خانوادگی به تنهایی کافی خواهد بود. مانند: جکسون و بوتام.

هنگامی که از جنایتکاران و خلافکاران صحبت می‌کنید، عنوان و یا لقب را حذف نمایید، مثلاً برای پیتر سات‌کلیف، مایرا هیندلی و رونی بیگز. به‌هرحال، خودتان شخصاً باید قضاوت کنید که آیا استفاده از این عناوین و القاب آن هم برای این افراد، در ادامه گزارش ضرورتی دارد، یا اینکه با

این کار، فقط اعتبار و احترامی نابجا و بیش از اندازه برای شخصیت آنها قائل شده‌اید.

اسامی کوچک را به‌طور کامل ذکر کنید و از درج حرف اول و یا اختصار آن، بپرهیزد. اگر هم نتوانستید از صورت کامل اسم کوچک افراد مطلع شوید، بهتر است کاملاً آن را فراموش کنید. این روش خیلی بهتر از درج حرف اول اسامی خواهد بود، زیرا تنها وجهه‌ای بسیار عجیب و غریب به آن می‌بخشد.

اعداد

اعدادی که در گزارش آورده می‌شود، مخصوصاً اعداد چندرقمی، احتمالاً شما را با مشکل مواجه خواهند ساخت. فقط در موارد ضروری، از اعداد در گزارش خود استفاده کنید. معمولاً شنوندگان نمی‌توانند اعداد چندرقمی و بزرگ را در ذهن خود بگنجانند.

همیشه اعداد را به‌گونه‌ای در گزارش خود بنویسید که مجری رادیو، بتواند به راحتی آنها را قرائت کند. ترکیبی از ارقام و حروف، خواندن اعداد را آسان‌تر می‌سازد. مثلاً اعداد ذیل را آن‌گونه که در مقابلشان نشان داده‌ایم، بنویسید:

۴۰۰،۰۰۰ ۴۰۰ هزار به جای

۴،۶۰۰ ۴ هزار و ششصد به جای

۵۰\$ ۵۰ دلار به جای

هرگز از اعداد مرکب یا مختلط استفاده نکنید. همیشه اعداد را گرد کنید.

۹/۶۵٪ تقریباً ۱۰ درصد به جای

۴/۸۹۸/۷۸۵ پوند تقریباً ۵ میلیون پوند به جای

به منظور اجتناب از به‌کارگیری اعداد مرکب و پیچیده، از موارد جایگزین آنها به‌صورت تشبیه و یا قیاس استفاده کنید: برای مثال: «درحال‌حاضر انبوهی از زباله در آن مکان جمع شده است، تقریباً به ارتفاع یک اتوبوس دو طبقه».

پرهیز از اهان‌ت و توهین

ما در عصری زندگی می‌کنیم که هر چیزی حساسیت خاص خود را دارد. بسیاری از کلمات و عباراتی که پیش از این، آزادانه مورد استفاده قرار می‌گرفتند، دیگر در صحبت‌های عادی و محاوره‌ای نیز به‌کار گرفته نمی‌شوند، چه رسد به گزارش‌های خبری.

هرگز از عناوین و القابی که ممکن است باعث رنجش دیگران شود، استفاده نکنید، فقط به حقایق بپردازید. اگر درباره فردی سیاه‌پوست صحبت می‌کنید، باید بدانید که او «سیاه‌پوست» است و نه «رنگین‌پوست». درحال‌حاضر، نژاد افراد، عامل دردسر و یا مشکل محسوب نمی‌گردد. جنسیت هم همین‌طور. اگر بیان کنید که تمامی اعضای یک گروه خاص را فقط مردان و یا فقط زنان تشکیل داده‌اند، آنها را عصبانی کرده‌اید. به‌عنوان مثال:

- آتش‌نشانان حاضر در صحنه حادثه... .

- پلیس هشدار می‌دهد که... .

- تعدادی از پرستاران زن می‌گویند که به خانم‌ها دستمزد کافی پرداخت نمی‌شود.

در مورد کلماتی که در زبان محاوره‌ای کاربرد چندانی ندارند، خیلی توضیح ندهید. قرار نیست صحبت‌های سیاستمداران را تصحیح کنید. به‌عنوان مثال، در یک مورد، گزارشگری هنگامی که درباره گروهی از

ماهگیان خشک و متعصب صحبت می‌کرد، گفت: «ماهگی‌جماعت» (همگی افرادی که به شغل ماهیگیری مشغول‌اند!).

در خصوص موارد جنسی توضیح ندهید. به‌کارگیری عبارات و کلمات توهین‌آمیز مانند «عجیب و غریب» و یا «آه و پیف» جایز نیست. افراد معلول به کلماتی چون «فلج» و یا «آسیب‌دیده» حساسیت نشان نمی‌دهند. استفاده از کلمه «معلول» برای فردی که پاهای خود را از دست داده است، از به‌کارگیری کلماتی چون «چلاق» و... بهتر است. در حقیقت چنین افرادی دچار نوعی ناتوانی جسمی‌اند.

سیاستمداران هم در قبال بعضی کلمات حساسیت نشان می‌دهند و گاه آزرده‌خاطر می‌شوند. این افراد، خودشان باید درباره تابعیت و یا جانبداری‌شان توضیح دهند. اگر ادعا می‌کنند که «محافظه‌کارانی مستقل» اند، هرگز این عبارات را کوتاه نکنید و ننویسید: «محافظه‌کاران».

در هنگام به‌کارگیری کلماتی چون «میانه‌رو»، «رادیکال» و «افراطی»، خیلی دقت کنید. شاید در برخی موارد، این کلمات کوتاه و مختصر خیلی به ما کمک کنند، اما قرار نیست که همیشه ما این نوع موقعیت‌ها را تبیین کنیم و یا تشخیص دهیم. به‌عنوان مثال افراطی^۱ لغتی با بار منفی است و ممکن است نوعی توهین به افراد محسوب گردد. اجازه دهید سیاستمداران در میان خودشان از این کلمات و عبارات استفاده کنند. هرگز به جمع آنها ملحق نشوید. کلمات و تأثیرات احتمالی آنها را از قبل بررسی کنید.

اصطلاحاً هر نوع حکومتی «رژیم» نامیده می‌شود؛ اما در حال حاضر، اغلب از این کلمه به‌عنوان نوعی توهین استفاده می‌گردد، پس بهتر است از آن

1. Extremist

پرهیز کنید. اگر در مورد کلمه‌ای با شک و تردید مواجه شدید، آن کلمه را در فرهنگ لغت بررسی کنید. قطعاً در هر اتاق خبر یک فرهنگ لغات مناسب پیدا می‌شود؛ از آن به عنوان ابزار اصلی کارتان استفاده کنید.

چگونگی بیان مطالب

گزارش خبری خود را باید به گونه‌ای بنویسید که ضمن دربرداشتن مضمون اصلی داستان، شنونده، متوجه دوباره نوشته شدن آن نشود.

به خاطر داشته باشید که در یک برنامه رادیویی باید کل موضوع را مطرح کنید. این امکان برای شنونده وجود ندارد که به عقب بازگردد و به آنچه که شما گفته بودید، دوباره گوش کند؛ برخلاف گزارش‌های روزنامه که بارها و بارها قابل خواندن‌اند.

مسئولیت و تعهد شما، بسیار فراتر از خبرنگاران روزنامه‌هاست. در واقع شما تصمیم می‌گیرید که شنونده‌تان به کدام مطلب گوش کند. اما در روزنامه‌ها در یک صفحه، چندین مطلب با سبک‌های مختلف و عناوین کوچک و بزرگ نوشته می‌شود تا هر یک از آنها توجه خواننده را به سوی خود جلب نمایند. اما در رادیو، در زمان واحد تنها یک موضوع برای شنونده مطرح می‌شود و او مجبور است تا پایان، ماجرا را دنبال کند، بدون آنکه عنوانی برای آن وجود داشته باشد.

اهمیت هر مطلب با توجه به جایگاه آن در مجموعه گزارش خبری تعیین می‌گردد. در این خصوص، قواعد و قوانین خاصی وجود دارد که برای شنوندگان، تدوین شده است.

استناد

هرگز گزارش خود را با ادعاهای جنجال‌برانگیز و جمله‌ای که معلوم نیست به چه کسی نسبت داده شده است، آغاز نکنید. در ابتدای گزارش باید یک حقیقت و یا حتی اظهارنظر یک ایستگاه رادیویی مطرح شود. مخصوصاً در موارد بحث‌انگیز و جنجالی اطمینان حاصل کنید که شنونده شما، درباره مرجع نظریه‌ای که در ابتدای گزارش می‌آورید، آگاهی‌های لازم را دارد.

برای مثال، عبارت «اغلب مدیران، افرادی میانه‌رو و معتدل‌اند؛ این نتیجه تحقیقی است که امروز منتشر شد.» باید این‌گونه اصلاح شود: «در تحقیق جدیدی که صبح امروز منتشر شد، آمده است که اغلب مدیران افرادی میانه‌رو و معتدل‌اند.»

هر جمله به‌تنهایی باید صحیح باشد. به‌عنوان مثال، این‌گونه نوشتن غلط است: «فاصله بین فقیر و غنی در انگلستان بیشتر می‌شود، این جمله در گزارش اخیر حزب کارگر آمده است.» بنابراین، با توجه به توضیحات ارائه‌شده باید این‌گونه بنویسید: «طبق گزارش اخیر حزب کارگر، شکاف طبقاتی بین فقرا و ثروتمندان انگلستان روزبه‌روز بیشتر می‌شود.»

چنین سبک نوشتاری، نه تنها طبیعی‌تر جلوه می‌کند، بلکه این امکان را نیز برای شنونده فراهم می‌سازد تا درباره مقامات و مسئولانی که در پشت این بیانیه قرار گرفته‌اند، بهتر قضاوت کند. برای مثال، در گفت‌وگوی روزمره، هیچ‌وقت کسی این‌گونه صحبت نمی‌کند: «قیمت قهوه دوباره افزایش یافته است؛ به گفته خواربارفروش.» بلکه باید گفته شود: «خواربارفروش می‌گوید که دوباره قیمت قهوه افزایش یافته است.» چنین اصولی درباره نوشته‌های رادیویی هم رعایت می‌شود، زیرا سعی داریم نوشته‌هایمان تا سرحد امکان

طبیعی و مانند گفتار عادی جلوه کند.

اغراق یا گزافه‌گویی

گاهی اوقات خیلی راحت می‌توان در خصوص موقعیت یک نفر اغراق کرد و برای مثال موقعیتی خطرناک برای افرادی که در معرض اتهام قرار دارند فراهم نمود. برای نمونه به عبارت «آقای گرینزلید، هرگونه اتهام وارده را تکذیب کرد...» اگر اضافه کنیم: «...اما او هیچ‌گونه شاهد و مدرکی برای اثبات گفته‌هایش ندارد.» بی‌جهت موقعیت او را به‌خطر انداخته‌ایم.

بنابراین زمانی که با استفاده از خلاصه مطالب گزارشگران روزنامه‌ای، خبر تهیه می‌کنید، در استفاده از کلماتی که توسط آنها به‌کار گرفته می‌شود، خیلی احتیاط کنید.

آیا شورای شهر یا مجلس، اتهامات وارده بر ضد این فرد را «قویاً» تکذیب کرده است و یا «از روی خشم».

آیا واقعاً تمام نیروهای پلیس در این مورد بسیج شده‌اند، یا اینکه «فقط یک جست‌وجو و بررسی در مقیاسی وسیع و گسترده بوده‌است».

آیا واقعاً حزب به دو دسته تقسیم شده است، یا اینکه فقط گروه کوچکی از آن مجزا گردیده است.

آیا اختلافات و جاروجنجال در حزب واقعاً با اهمیت بوده و یا اینکه تنها چند تن از اعضا درباره موضوعی بحث کرده‌اند.

علت و معلول

همان‌طور که قبلاً هم توضیح دادیم، تنها یک‌بار فرصت دارید که توجه شنونده را به‌سوی خود جلب کنید. پس، از این فرصت، نهایت استفاده را ببرید. گزارش‌های خبری شما باید به‌گونه‌ای تهیه شوند که به سرعت قابل فهم

باشند. بنابراین، ابتدا درباره «علت» حادثه توضیح دهید و سپس به بیان «معلول» و یا تأثیرات آن بپردازید. مخصوصاً هنگامی که درباره مصدومان و آمار تلفات یک حادثه صحبت می‌کنید، حتماً این موضوع را در نظر داشته باشید.

به‌جای جمله «دوازده کشته و بیست زخمی، حاصل تصادف دو قطار در اسکس بوده است» بهتر است این‌گونه بنویسید: «تصادف دو واگن قطار در اسکس دوازده کشته برجای گذاشت.»

درعین‌حال، باید به‌خاطر داشته باشید که قبل از هر چیز از خودتان بپرسید، اصل ماجرا درباره چیست. مثلاً ممکن است، پس از کشته‌شدن یک زن در سانحه تصادف جاده‌ای، پلیس به‌دنبال شاهدان حادثه است، اما تأکید گزارش، بر این است که یک زن در این حادثه کشته شده است.

آمار تلفات

در گزارش‌ها و مخصوصاً هنگامی که درباره حوادث مهم و یا بلایای طبیعی صحبت می‌کنید، همیشه کمترین آمار تلفات را در نظر بگیرید، زیرا اگر تعداد کشته‌شدگان بیشتر باشد، به حوزه اختیارات و مسئولیت شما خدشه‌ای وارد نمی‌شود، اما اگر بیشتر افراد کشته‌شده‌ای که شما اعلام کرده‌اید زنده باشند، آن‌وقت اعتبار و حیثیت شما زیر سؤال می‌رود.

سازمان‌ها

همیشه لازم نیست عنوان کامل سازمان را ذکر کنید، مخصوصاً سازمان‌هایی که اسامی و عناوین طولانی دارند. برای مثال، «اتحادیه لکوموتیورانان»

قابل قبول است و دیگر نیازی نیست که بنویسید: «انجمن وابسته به مهندسين لکوموتیو و آتش نشان‌ها» یا «ASLEF».

هنگامی که در گزارش خود به حروف اول اختصاری «عنوان سازمان» اشاره می‌کنید، همیشه باید در ابتدا توضیح مختصری درباره حوزه فعالیت‌های این سازمان ارائه دهید، مثلاً سازمان کارفرمایان «سی.بی.تی» یا اتحادیه خبرنگاران «ان.یو.جی».

عنوان

اصولاً در رادیو عنوان فرد باید پیش از اسم او آورده شود. برای مثال، «رئیس شورا، فیلیپ ویلر» خیلی بهتر از سبک روزنامه‌ای است که می‌نویسد: «فیلیپ ویلر، رئیس شورا».

حقیقت یا دوستی

تنها اصل مهم در خبرنگاری رادیوهای محلی آن است که همیشه حقیقت را بگویید. در پایان هر جمله‌ای که می‌نویسید از خودتان بپرسید آیا تمامی مطالبی که مطرح کرده‌اید، حقیقت دارد یا خیر؟ اغلب با نوشته‌های خبری که حاوی مطالب نادرست است مواجه شده‌ایم. مثلاً به جای فعل و اسم مفرد، از فعل و اسم جمع استفاده می‌شود: «نمایندگان عضو حزب محافظه‌کار انگلیس خواستند...» در حالی که به‌راستی تنها یک نماینده درخواست داده بود.

مجموعه گزارش‌های خبری

نمایندگی‌های خبر

گزارش خبری، در حقیقت، ویتربینی است که در آن فعالیت‌های خبرنگار یا گزارشگر رادیویی به معروض نمایش گذاشته می‌شود. به عبارت دیگر، گزارش خبری فرصتی چنددقیقه‌ای است که در آن باید، اندیشه‌ای خوب و مناسب را درباره آنچه رخ می‌دهد، به شنونده منتقل ساخت.

مجموعه گزارش‌های خبری در ایستگاه‌های رادیویی، تحت کنترل و حاکمیت نمایندگی‌های خبر است؛ سیاست‌های خبری این سازمان‌هاست که تعیین می‌کند، هر رویدادی چگونه و با چه شیوه‌ای پوشش خبری داده شود.

شنوندگان هدف

کلیه اتاق‌های خبری ایستگاه‌های خصوصی رادیو و همچنین ایستگاه‌های رادیویی **BBC**، برای فعالیت‌های خود دستور کار متفاوتی دارند. از این رو نمی‌توان در این ارتباط قاعده‌ای کلی بیان کرد؛ به هر حال، دستور کار هر یک از این اتاق‌های خبری در ابتدا با علاقه و سلیقه شنوندگان آن ایستگاه رادیویی مطابقت دارد. بنابراین در مجموعه گزارش‌های خبری باید رویدادها و وقایعی مطرح شود که شنوندگان را سرگرم یا مجذوب خود می‌سازد.

هر گزارش خبری، پیش از آن که بر روی شخصیت شنونده تأثیر داشته باشد، در ابتدا توجه او را جلب می‌کند. این قبیل تأثیرات و توجهات، از طریق بیان مسائل اقتصادی (مانند افزایش مالیات) و از طریق بیان احساسات (مانند بیان رفتاری ناشایست و آزاردهنده در قبال یک کودک) صورت می‌پذیرد. از دیگر گزارش‌های تأثیرگذار یا تکان‌دهنده می‌توان از موارد زیر نام برد:

- محیط‌زیست (منظور ما، فضای سبز نیست، بلکه هر آنچه که در اطرافمان رخ می‌دهد).
- اقتصاد (رهن، دستمزد و هزینه‌های زندگی)
- جرم و جنایت (امنیت در خیابان‌ها تا چه اندازه تأمین می‌شود و در این زمینه چه اقداماتی صورت گرفته است؟)
- سلامت و بهداشت (پزشکان، بیمارستان‌ها و مراکز ارائه‌دهنده خدمات بهداشتی)
- آموزش (وضعیت مدارس، فنون آموزشی و شیوه‌های تدریس)
- مسافرت و حمل و نقل (جاده‌ها و راه‌آهن)
- ورزش و سرگرمی (تیم‌های ورزشی صاحب‌نام و مکان‌های تفریحی)
- سیاست‌های ملی (شخصیت‌ها و سیاست‌هایشان)
- سیاست‌های منطقه‌ای (هر آنچه در آن منطقه رخ می‌دهد یا از نظر ملی و مردمی حائز اهمیت است).

برخی از ایستگاه‌های خصوصی رادیو، مخصوصاً آنهایی که عضو **GWR** (یک گروه بزرگ مالکیت رسانه‌ای) محسوب می‌شوند، تحقیق جامع و کاملی را در خصوص این‌که شنوندگان‌شان مایلند چه نوع برنامه‌ها و گزارش‌هایی را

بشنوند، انجام داده‌اند. آنها در پایان به این نتیجه رسیده‌اند که در برنامه‌ها و گزارش‌های خبری خود، باید، قبل از هر چیز، مسائل بهداشتی و زیست‌محیطی را مطرح کنند.

علاوه بر این، آنها پیش از پخش مجموعه گزارش خبری خود، سیگنال یا آرم مخصوص آن برنامه را، با عنوان «خبرهای بهداشتی...» و یا «خبرهای محیط‌زیست...» پخش می‌کنند.

دیگر ایستگاه‌های خبری نیز در این زمینه از شیوه‌های سنتی خبر روی برگردانده‌اند و تقریباً می‌توان گفت، کل گزارش یا مجموعه خبری را به «خبرهایی که شما می‌خواهید»، اختصاص داده‌اند.

در این نوع از مجموعه‌خبرها، برنامه‌هایی چون گزارش‌های خبری شنوندگان و یا موارد بهداشتی مطرح می‌گردد. برای مثال، به هنگام پخش گزارش درباره حوادث، بیشتر تلفات و خسارات وارده را مطرح می‌کنند تا خود حادثه. به هر حال، اکثر ایستگاه‌های رادیویی سراسر انگلستان که هنوز هم تحت تأثیر ارزش‌های سنتی یا قدیمی خبر رادیوی BBC قرار دارند، بسیاری از برنامه‌های خبر محلی خود را از طریق تلفیق داستان‌های بومی مرتبط با زندگی واقعی مردم و نیز موسیقی محلی، تهیه و پخش می‌نمایند.

برنامه‌های خبری رادیوهای مختلف، بدون توجه به ارزش‌های تعیین‌شده در هر ایستگاه، باید مطابق میل و توجه شنوندگان آنها تهیه گردند.

دیگر آن دورانی که مردم با تعطیل کردن تمامی فعالیت‌های روزانه خود، برای شنیدن خبرهای رادیویی، به دور گیرنده‌های رادیویی خود می‌نشستند- به گونه‌ای که تصور می‌شد در حال انجام مراسم مذهبی یا آداب رسمی‌اند- به سر آمده است.

این مردم نیستند که علاقه خود را به خبرهای رادیویی از دست داده‌اند؛ بلکه به‌طور کلی، الگوهای زندگی کلاً تغییر کرده است. در حال حاضر، با ظهور دیگر فعالیت‌ها و سرگرمی‌ها، دایره خانواده کوچک‌تر شده و این خانواده کوچک نیز به عناوین مختلف دچار اختلال و ازهم‌گسستگی می‌شود. اکنون زمان آن فرا رسیده که تمامی ایستگاه‌های رادیویی برای جلب توجه شنوندگان با یکدیگر به رقابت بپردازند. از این پس، رادیوها نمی‌توانند به شنوندگان خود «امر و نهی» کنند، بلکه باید دل آنها را به‌دست آورند. این همان چالشی است که پیش روی خود داریم. صرفاً، پخش اخبار کافی نیست. وظیفه شما این است که مطمئن شوید که آیا شنوندگان به خبرهای رادیو گوش می‌دهند و آن را می‌فهمند یا خیر؛ برای این منظور، باید توجه آنان را به‌سوی رادیو جلب نمود.

ارتباط و سنخیت

برای فهمیدن این نکته که آیا می‌توان مطلبی را در بخش عناوین خبری جای داد یا خیر، باید در ابتدا مشخص کنیم که آیا این مطلب خبری با مجموعه گزارش‌های خبری ارتباط دارد یا نه. به‌عبارت دیگر در ابتدا باید جایگاه هر مطلب در مجموعه گزارش خبری مشخص شود و درعین‌حال، تأثیر آن بر روی زندگی شنوندگان بررسی گردد؛ زیرا زندگی شنوندگان به‌عنوان هدف‌نهایی فعالیت در بخش خبری در دستور کار خبرگزاری‌ها قرار گرفته است.

این تأثیرات ممکن است به‌صورت مستقیم، از طریق اعلان خبر افزایش مالیات از سوی شورا (یا مجلس) و یا به‌صورت غیرمستقیم از طریق ابراز

همدلی و همدردی به‌گونه‌ای که احساسات شنونده را تحریک نماید، صورت‌پذیرد.

همیشه هنگامی که ویراستاری خبر را برعهده دارید، در ابتدا از خود بپرسید، درک شنونده از این مطلب چگونه خواهد بود.

در خصوص پخش خبرهای خارجی از طریق رادیوهای محلی، احتیاط کنید. در برخی از ایستگاه‌های رادیویی، مخصوصاً ایستگاه‌های رادیو BBC، سیاست پخش، در بخش عظیمی از خبرهای بین‌المللی و خارجی اعمال می‌شود. اما برخی دیگر، از جمله بخش عظیمی از ایستگاه‌های خصوصی رادیو، ترجیح می‌دهند که تنها به پخش اخبار داخلی اکتفا کنند.

گفته می‌شود، در یک ایستگاه آموزشی رادیو، دانشجویان موظف به بررسی تأثیرات خبر «بسته‌شدن یک بندر در سیلان (واقع در شبه‌قاره هند)، توسط شورشیان» گردیدند؛ به‌نظر شما تأثیر این خبر بر روی شنوندگان ساکن انگلستان چه بود؟ در ابتدا همگی فکر می‌کردند که تأثیر آن ناچیز و یا حتی صفر است، اما پس از اعلان نتایج مشخص گردید که اعلان این خبر بر روی عرضه چای در انگلستان تأثیر گذارده است.

در عین حال، در خصوص خبرهایی که از گروه‌ها و محافل مختلف مجلس منتشر می‌شود نیز مراقبت کنید. بسیاری از این خبرها، داستان‌های کسل‌کننده‌ای درباره اختلافات کاملاً سیاسی‌اند و یا موضوعاتی هستند که مردم عادی به آنها توجهی ندارند و یا اینکه اصلاً آنها را درک نمی‌کنند، مگر اینکه آن خبر یا ماجرا واقعاً بر روی افراد خارج از شوراهای مجلس تأثیر داشته باشد (مثلاً جمع‌آوری زباله، ساخت جاده و یا بسته شدن مدارس). درباره پوشش چنین اخباری، دوباره فکر کنید. طبق یک قاعده کلی، خبر باید

برروی مردم تأثیر داشته باشد. بخش‌هایی را که ربطی به مردم ندارد، حذف کنید.

تا اینجا هر آنچه‌را که بیان کردیم، راجع به توازن و قضاوت بود. یک خبرنگار رادیویی که میز کار شلوغی دارد، باید در طی یک روز چندین بار مطالب مهم را از موارد جالب و سرگرم‌کننده جدا سازد.

کمیت در برابر کیفیت

اگر بیان یک عنوان خبری، نیازمند حمایت‌های ساختگی یا مصنوعی است، پس آن را فراموش کنید؛ چنین خبری ارزش بیان کردن ندارد. متأسفانه، بسیاری از ایستگاه‌های محلی رادیو، انبوهی از داستان‌های کسل‌کننده و نامربوط را به سوی شنوندگان خود گسیل می‌دارند، تنها به این خاطر که می‌خواهند سهمیه اسطوره‌ای خبرهای محلی را پر کنند. هرگز نباید کمیت را فدای کیفیت کرد و نباید به خاطر کمیت، کیفیت را زیر سؤال برد، زیرا شنونده خیلی زود موضوع را خواهد فهمید.

اسامی مکان‌ها

اگر شما در یک ایستگاه محلی رادیو مشغول فعالیتید، پس خبرها هم باید محلی و بومی باشند. سعی کنید همیشه و در همه خبرهایتان از زاویه محلی به مطالب نگاه کنید. به عنوان مثال، به این عبارت توجه کنید: «به دنبال چند حمله، پلیس به زنان هشدار داد که شب‌ها در خیابان تنها قدم نزنند. این هشدار پلیس پس از بروز سه حمله پیاپی به زنان در چلمس فورد اعلان شده است...». این خبر را باید این گونه گزارش کرد: «به دنبال سه حمله پیاپی به زنان، پلیس چلمس فورد به آنان هشدار داد که شب‌ها در خیابان تنها قدم نزنند...».

تا آنجایی که می‌توانید اسامی مکان‌های بیشتری را در گزارش خبری خود بگنجانید. این کار را می‌توانید از طریق درج اخبار کوتاه و یا دوخطی، درباره مناطق و نواحی اطراف، آن هم در میان مجموعه گزارش خبری انجام دهید. این اقدام، به روند پخش اخبار سرعت بیشتری می‌بخشد و سبب می‌گردد شنونده احساس کند که شما درباره شهر یا روستای او (وطن او) گزارش پخش می‌کنید، گرچه خودتان خوب می‌دانید که همیشه برای این مناطق گزارشگر ویژه‌ای ندارید. اگر هم احساس می‌کنید که به‌خاطر اعلان اسامی مکان‌ها باید عذرخواهی کنید، پس بی‌درنگ با ارائه دلیل این کار را انجام دهید.

حیات یا بقای یک گزارش خبری

تا آنجایی که ممکن است باید اخبار و گزارش‌های خبری، جدید و به‌روز باشند. اگر درباره گزارشی کار می‌کنید که قرار است در مجموعه گزارش‌های خبری صبح روز بعد پخش شود، سعی کنید بریده یا بخشی جایگزین را با زاویه‌ای متفاوت در سرفصل آن بگنجانید. با این اقدام، تنوع بیشتری به گزارش می‌دهید. به‌طورکلی، هر گزارش خبری فقط برای سه‌بار متوالی قابل پخش است؛ پس از آن باید آن گزارش خبری به‌طورکلی حذف و یا بازنویسی گردد.

در خصوص رویدادهایی که خیلی سریع رخ می‌دهند و یا دائم در حال تغییرند، کار خیلی ساده است، زیرا هر ساعت می‌توان آنها را بازنویسی نمود و مطالب جدید را به آنها اضافه کرد. به رغم فشارهای موجود در اتاق خبر، نتایج این کار بسیار چشمگیر است و شنونده کاملاً احساس می‌کند که خبرها هر ساعت جدیدتر و روزآمدتر می‌شوند.

نکات اساسی در گزارش یا مجموعه گزارش‌های خبری

صحت و درستی مطالب

برای ارائه گزارش‌های نادرست و سرهم‌بندی‌شده، هیچ عذری پذیرفته نیست. باید تمامی حقایق و اطلاعات را به دقت بررسی کرد و از صحت و درستی آنها اطمینان حاصل نمود. اگر گزارش از سوی پلیس منتشر شده، پس باید مطمئن شوید که با فرد مسئول آن صحبت کرده‌اید؛ (این فرد می‌تواند بازرس مسئول و گروه‌بان مستقر در ایستگاه پلیس و یا سخنگوی پلیس در مطبوعات باشد). اگر عین جملات آنها را نقل می‌کنید باید صحت آن را بررسی کنید تا به اطمینان برسید.

ذوق و سلیقه و رغبت

احتیاط کنید، هرگز بی‌دلیل، با مطرح کردن جزئیات ناخوشایند و تأسفبار موجبات ناراحتی و عصبانیت شنوندگان را فراهم نسازید.

بعضی موضوعات به‌خودی‌خود فجیع و وحشتناک‌اند. به خاطر داشته باشید که شنوندگان رادیو، ممکن است در حین گوش‌دادن به شما، مشغول غذاخوردن، آشامیدن و یا بازی با کودکان خود باشند. خانواده‌هایی که مشغول صرف صبحانه به‌دور یک میز هستند، دوست ندارند به ماجرای درباره اجساد قطعه‌قطعه‌شده و یا جراحی‌شده گوش کنند. هرگز سعی نکنید با طرح موضوعات جنسی یا خشونت‌بار، در شنوندگان هیجان به وجود آورید. معمولاً در مواردی، این مسائل مطرح می‌شوند که به گونه‌ای با نگرانی‌های عامه مردم در ارتباط باشند. به عنوان مثال، کودکی بی‌رحمانه مورد حمله و

تجاوز قرار می‌گیرد، درحالی‌که سازمان تأمین اجتماعی، باید پیش از آن، اقدامات لازم را در جهت جلوگیری از بروز چنین وقایعی اتخاذ می‌کرد. در هر صورت، سعی کنید توجیهی قانونی برای طرح چنین موضوعاتی که موجبات نگرانی و رنجش عامه مردم را فراهم می‌سازند، ارائه دهید. به‌خاطر داشته باشید، بیان مطلب به صورت کوتاه و مختصر اغلب کارایی بیشتری دارد و تأثیر بیشتری بر مخاطب می‌گذارد. به عنوان مثال، این خبر را که به این صورت نوشته شده است: «مردی از ناحیه سر مورد اصابت گلوله قرار گرفت. وی درحالی‌که در خون خود می‌غلتید، در خیابان رها شده بود»، باید این گونه نوشت: «فردی از پشت سر به او حمله کرد و از ناحیه سر وی را مورد اصابت گلوله قرار داد».

توازن و تناسب

وظیفه اتاق خبر آن است که ضمن انعکاس عقاید و افکار عموم مردم، این فرصت را برای افرادی که مورد سؤال قرار گرفته‌اند، فراهم سازد تا از طریق این رسانه به انتقادات دیگران پاسخ دهند. ضرورتی ندارد که این توازن تنها از طریق یک مجموعه گزارش خبری برقرار شود، بلکه می‌تواند در طی زمان و به تدریج صورت پذیرد. برای مثال، مخالفان، رئیس شورای آموزش را در خصوص بسته‌شدن یکی از مدارس به باد انتقاد می‌گیرند. این خبر در مجموعه گزارش خبری ساعت ۸ صبح روز دوشنبه از رادیو پخش می‌شود. بهترین کار این است که پاسخ رئیس شورای آموزش در اخبار ساعت ۸ صبح روز سه‌شنبه از همان بخش خبری رادیو پخش گردد. بدین‌سان هر دو طرف

منزاعه، هر چند در دو روز متوالی، خواهند توانست به میزانی مساوی از شنوندگان دسترسی داشته باشند.

لحن نوشتاری یا گفتاری

یک مجموعه گزارش خبری خوب و مناسب باید علاوه بر کوتاه و شفاف بودن، از اعتبار و قدرت لازم برخوردار باشد و هرگز به شعور و درک شنوندگان توهین نکند. وظیفه شما به عنوان خبرنگار رادیویی آن است که این اصول راهنما و بنیادین را خوب به خاطر بسپارید تا بعدها خودبه خود در لحن نوشتاری شما منعکس شود و تأثیرات خود را در نمایش بگذارد.

خط اول هر خبر یا عناوین مهم خبری

اگر از یک خطمشی خوب و مناسب پیروی کنید، قطعاً خبر یا گزارش خبری شما در بخش عناوین مهم اخبار قرار می‌گیرد، اما همانگونه که پیش از این هم ذکر کردیم، لزومی ندارد که حتماً، کار شما در خط اول مجموعه گزارش خبری قرار بگیرد.

به کارگیری بیش از اندازه قواعد گرامری در عناوین مهم خبری نیز، باعث سر درگمی و ابهام شنونده می‌گردد: «بیش از ۲۰۰ تخت در یک بیمارستان در سال آینده در آستانه تعطیلی قرار می‌گیرند، تنها به این خاطر که مسئولان بهداشت منطقه مجبورند برای جبران هزینه‌ها و مخارج دولت، یک میلیون پوند صرفه‌جویی کنند».

تمامی گزارش همین است، اما شاید خود ما هم مجبور شویم، برای درک مطلب، آن را یک بار دیگر هم بخوانیم. مخاطب شما هم که فقط یک شنونده

است، قطعاً خط سیر کلمات را در اواسط جمله گم می‌کند. پس بهتر است خط اول گزارش خود را این‌گونه نوشته و ادامه دهید: «بیش از ۲۰۰ تخت بیمارستانی در یک بیمارستان به دلیل مقررات بازدارنده دولتی در بخش هزینه‌ها و مخارج در آستانه تعطیلی قرار گرفتند. این اخطار از سوی مسئولان بهداشت... که مجبورند تا پایان سال آینده، یک میلیون پوند در هزینه‌ها صرفه‌جویی کنند، اعلام شده است».

اگر گزارش‌خبری را به جملات کوتاه‌تر تقسیم کنید، درک آن با شنیدن اولین جملات خبر آسان‌تر می‌گردد. به‌خاطر داشته باشید که شنونده تنها یک‌بار فرصت دارد به این خبر گوش کند؛ برخلاف اخبار روزنامه‌ها و مطبوعات که بارها و بارها قابل خواندن است.

اظهار نظر

نیازی به یادآوری این نکته نیست که شما به‌هیچ وجه حواظ‌نظر در گزارش‌های خبری را ندارید. وظیفه شما بی‌طرفی و واقع‌گرایی است. به‌خاطر داشته‌اید که گاهی اوقات، شنوندگان از لحن گفتار شما نیز می‌توانند به منظور شما پی‌ببرند. در این خصوص دقت کنید و جمله را بدون هرگونه تغییر لحن صدا، به پایان برسانید.

دستورالعمل یا خط‌مشی

دستورالعمل یا خط‌مشی در یک رسانه شنیداری عبارت است از ارتباط میان گزارشگر، مجری (گوینده) خبر و شنونده. در یک رسانه شنیداری موفق (رادیو)، شنونده می‌تواند دقیقاً آنچه را که مجری خبر از زبان گزارشگر بیان می‌کند، درک نماید؛ اما در مواردی این مقصود به دلیل توقف یا ضعف کیفی خط‌مشی حاصل نمی‌شود.

پرداختن به جزئیات

پس از بخش خلاصه اخبار، باید آنها را شرح و توصیف کنید. به هر حال، مراقب باشید که گزارش یا شرح واقعه شما آنقدر طولانی نباشد که موجبات خستگی یا آزرده‌گی خاطر شنونده را فراهم سازد.

یک خط‌مشی مناسب خبری به شما کمک می‌کند، مضمون آنچه که قرار است پس از آن گفته شود، به‌خوبی بیان کنید، نه اینکه بدون هیچ مقدمه‌ای، تمامی داستان یک جا مطرح شود. به هر حال، گاهی مجبور می‌شوید، مواردی از قبیل زیر را به مطلب اضافه کنید: «اما این تصمیم باعث خشم و ناراحتی برخی از مقامات شورای شهر شده است.. آنها می‌گویند مسئولان بهداشت حتی در زمان حاضر نیز، درگیر مشکل مالی‌اند که نتیجه اعمال مقررات پیشین دولتی است».

این عبارت به شنونده کمک می‌کند که از موجبات خشم و ناراحتی اعضای شورای شهر مطلع گردد. اما هرگز سعی نکنید که او را با ارائه جزئیات خسته‌کننده، درباره کسری بودجه پیشین بیمارستان و یا اعلان فهرست بیمارستان دیگر منطقه که دچار همین بحران اقتصادی شده‌اند و یا آنچه که مسئولان BMA (جامعه پزشکی بریتانیا) درباره سیاست‌های دولت در ماه ژوئن گذشته، اظهار می‌دارند، گمراه یا منحرف سازید. در یک مقاله بلند روزنامه‌ای، امکان مطرح‌ساختن تمامی این موارد وجود دارد، اما شما در رادیو، تنها یک دقیقه یا کمتر فرصت دارید که تمامی ماجرا را بیان کنید، البته باید وقفه‌های کوتاه بین خبرها را نیز در نظر بگیرید.

جملات میانی خبر

جملات میانی، براساس یک خط‌سیر خوب و مناسب، امکان ایجاد وقفه در میانه خبر را فراهم می‌سازد. برای مثال، نمونه‌ای از یک گزارش واقعی را برایتان ذکر می‌کنیم: «مارک‌فرانکلین از حزب کارگر... که عضو بخش ویت‌هام نیز هست... معتقد است، دولت قصد دارد خدمات بهداشتی را با هزینه مردم منطقه به اجرا درآورد».

وقفه‌های صوتی

در جملات و گفته‌های آقای فرانکلین که پس از نام او آورده شده است، باید موضوعی جدید مطرح شود. به هر قیمتی، از ارائه خط‌مشی‌های دوگانه اجتناب کنید. در صورتی که این جملات در خطوط اول گزارش، به کار گرفته شود می‌توانیم ادعا کنیم که در گزارش، یک نوع «خط‌مشی دوگانه» ارائه شده است: «این دولت درصدد است، خدمات درمانی همگانی^۱ (NHS) در بریتانیا را به هزینه مردم منطقه به اجرا درآورد».

در صورتی که، خبر یا گزارش با جملاتی این چنین آغاز شود، در آن صورت موظف خواهید بود، از یک جمله یا عبارت مکمل در میانه خبر یا گزارش استفاده کنید. به این نمونه توجه فرمایید: «مارک فرانکلین عضو حزب کارگر... که نمایندگی بخش ویت‌هام را نیز برعهده دارد... می‌گوید که این سیاست‌های اقتصادی به تمامی افراد منطقه آسیب می‌رساند...».

باید از ارائه عناصر دوگانه‌ای که به‌عنوان مثال در خبر گفته شده است، اجتناب ورزید، زیرا این عناصر دقیقاً به شنونده می‌گویند که قرار است چه

1. National Health Service

چیزی را بشنود. بنابراین تمامی تأثیرات غیرصوتی شگفت‌آور و همچنین مطالب اضافی را از گزارشتان حذف نمایید. هدف از ارائه خبرهای رادیویی فقط تأثیرگذاری است.

طرح یا چگونگی عناصر خبری

هر ایستگاه رادیویی، برای خود نوعی از عناصر خبری را در نظر می‌گیرد، اما در کل می‌توان گفت تمامی این عناصر باید دربرگیرنده جزئیات زیر باشند:

- تاریخ
- نام گزارشگر یا درج حروف اول نام او
- عنوان گزارش (که اسلاگ^۱ یا کج‌لاین^۲ نام دارد)
- خط‌مشی خبری
- مدت زمان وقفه‌های صوتی
- نوع وقفه‌های صوتی
- جمع کل مدت زمان دستورالعمل یا خط‌مشی خبری که از طریق قرائت خط‌سیر یا توسط شخص گزارشگر و یا شمارش سه کلمه در یک ثانیه محاسبه می‌گردد.
- درج هرگونه توضیحاتی که ممکن است به ویراستار گزارش‌های خبری کمک کند.

این عناصر خبری باید به‌درستی و طبق اصول منطقی تنظیم و مرتب گردند. هر جمله را با یک عبارت جدید آغاز کنید و آغاز هر خط را

1. Slug
2. Catchline

تورفتگی^۱ دهید، زیرا به «خواناتر شدن» جمله کمک می‌کند و گوینده خبر با مشاهده هر تورفتگی، جمله را بهتر می‌بیند. همچنین این کار باعث می‌شود که او با مشاهده انتهای جمله، بداند که برای خواندن هر جمله، چه مقدار باید نفس بگیرد.

در هر گزارش خبری به عناوین خبری آن پایبند باشید. از ایجاد ابهام یا سردرگمی در میان گزارش، اجتناب کنید. در مواقعی که ضرورت ایجاد می‌کند، گزارش را روزآمد کنید. این حروف را در بالای صفحه اضافه کنید: **Rw** برای بازنویسی شده،^۲ **Up** برای روزآمده شده^۳ و **Add** برای نسخه ضمیمه^۴.

-
1. Indent
 2. Re writes
 3. Up date
 4. Additional

خواندن خبر

یک مجری خوب و شایسته خبرهای رادیویی یا یک گوینده خبر باکفایت این توانایی را دارد که حتی گزارش‌های کسل‌کننده را به‌گونه‌ای جالب‌توجه و جذاب برای شنوندگان قرائت نماید، در صورتی‌که یک گوینده ضعیف خبری ممکن است با قرائت نادرست یک گزارش داغ و تکان‌دهنده، ارزش و اهمیت آن را از میان ببرد. نکته اصلی اینجاست که در کنار سختی‌ها و مشکلات این حرفه، اگر گوینده خبر هم از معیارهای ویژه این حرفه برخوردار نباشد، زحمت تمامی همکاران خود را از بین می‌برد.

ابراز علاقه

یکی از اصول اولیه گویندگی خبر آن است که شخص مجری واقعاً باید نسبت به مطلب از خود علاقه نشان دهد. اگر شما به‌عنوان گوینده خبر به این نکته توجه نداشته باشید — و این را در عمل هم نشان دهید — پس امکان ندارد که شنونده رادیو هم از خود توجه و علاقه بروز دهد.

درک مطلب

هر گزارش یا مطلبی را که در مجموعه گزارش خبری می‌خوانید، باید درک نمایید. گرچه، این کار تا حد زیادی به نحوه نگارش گزارشگران و ویراستاران خبر بستگی دارد، اما شما هم قبل از قرائت آن، باید مطلب را خوب درک کنید و هرگز برای پرسیدن مواردی که از آنها مطمئن نیستید، تردید نکنید. اگر برایتان سؤالی پیش آمد حتماً مطرح کنید، زیرا به احتمال قوی، شنوندگانی که برای طرح سؤالات خود به هیچ‌یک از مسئولان و همکاران شما دسترسی ندارند، در ابهام و تاریکی باقی خواهند ماند.

بررسی کنید

به غیر از مواردی که هیچ چاره دیگری ندارید، هرگز برای قرائت خبر، از نسخه اصلی و ویراستاری‌نشده گزارش استفاده نکنید. در این صورت، احتمال خطای شما در خواندن خبر بسیار زیاد می‌شود، زیرا پس از خروج کلمات از دهانتان، تازه متوجه می‌شوید، بر روی کلماتی که لازم نبوده است، تأکید کرده‌اید.

گفتار فنی یا تخصصی

یک اشتباه فنی احمقانه، ممکن است باعث از بین رفتن یک گزارش خبری شود. به عنوان مثال: «از این بابت متأسفم، سعی می‌کنیم در مجموعه گزارش خبری آتی خود، در این باره، گزارشی داشته باشیم.» و یا «متأسفم، منظور ما شخص نخست‌وزیر نبوده، بلکه منظورمان معاون اتحادیه کشاورزان بوده است.» قاعدتاً باید از این گونه اشتباهات غیرفنی و گیج‌کننده پرهیز کرد.

اگر شما، شخصاً مجموعه گزارش خبری را هدایت می‌کنید، حتماً نوارها و یا گزارش‌هایی را که بر روی صفحه نمایش‌دهنده رایانه ظاهر می‌شوند، بررسی کنید و ببینید که آیا تمامی نوارهای صوتی، به درستی تنظیم و مرتب شده‌اند یا خیر. آیا همه چیز مرتب است. آیا تمامی آنها تنها با یک اشاره انگشت در اختیار شما قرار می‌گیرد.

اگر هم قرار است شخص دیگری هدایت و سرپرستی مجموعه گزارش خبری را برعهده بگیرد، آیا او همه نوارها را مرتب و مهیا کرده است. آیا او مفهوم نظم و ترتیب در پخش نوارهای صوتی را درک می‌کند. حصول اطمینان از واقع‌نشدن هرگونه اشتباه فنی و اعتمادبه‌نفس داشتن، هزاران بار بهتر است از اینکه حتی یک بار اشتباهی رخ دهد.

نفس گرفتن

درحال حاضر، کتاب‌های بسیاری درباره تولید صدا در بازار وجود دارد و اگر شما درباره توانایی‌های خود شک دارید، می‌توانید یکی از آنها را تهیه و مطالعه نمایید؛ هر چند که اکثر این کتاب‌ها صرفاً برای هنرپیشگان و نه دست‌اندرکاران رادیو و تلویزیون، تهیه و منتشر می‌شوند و اصول مطرح‌شده در آنها برای انعکاس صدا، کاربردی ندارد، زیرا میکروفون‌های استودیوهای رادیو، کار انعکاس صدا را برای شما انجام خواهند داد.

پس هرگز فریاد نزنید. اما باید راست بنشینید و درست نفس بکشید. بهتر است پیش از آغاز کار، دوبار نفس عمیق بکشید. اگر سعی کنید، با شش‌های خالی صحبت کنید، در این صورت، صدای شما نازک و کشیده به نظر می‌رسد و احساس ناراحتی خواهید کرد.

به خاطر داشته باشید، به هنگام قرائت مجموعه گزارش خبری، نفس خود را نگه دارید! به نظر عجیب می‌رسد، اینطور نیست؟ بهترین فرصت برای نفس‌گرفتن، در پایان هر جمله است و نه در میانه آن. در صورتی که، احساس ناخوشایندی به شما دست داد، یک میان‌برنامه صوتی پخش کنید و در این میان، چند بار نفس عمیق بکشید. تنفس عمیق، علاوه بر فوایدی که همیشه گفته می‌شود، تأثیرات بسیار عجیب و آرام‌کننده‌ای را از خود برجای می‌گذارد.

سطح صدا را در نظر داشته باشید

کم یا زیاد کردن ناگهانی و شدید لحن صدا، باعث سردرگمی و ناراحتی شنونده می‌شود. هرگز برای بالا و پایین‌بردن صدای خود بیش از آنکه در توان شماست، به خودتان فشار نیاورید. در عین حال، سعی کنید به هنگام قرائت خبر، صدای شما بین «لحن یکنواخت» و «آوازخوانی» تداوم داشته باشد.

تلفظ صحیح کلمات

خبرگزاری **BBC** یک فرهنگ تلفظ لغات بسیار عالی را برای اتاق‌های خبر خود منتشر ساخته است، البته ضرورتی ندارد که شما هم یکی از ایستگاه‌های رادیویی **BBC** باشید. بنابراین به استثنای مواردی که اطمینان دارید، همیشه درباره کلمات ناآشنا از دیگر همکاران سؤال کنید. این هم یک دلیل دیگر، بر اینکه لازم است قبل از خواندن گزارش، یک‌بار آن را مرور کنید. توصیه دیگر ما به شما این است که به اخبار دیگر ایستگاه‌های رادیویی و یا تلویزیونی

خوب گوش کنید. در این صورت، شانس موفقیت شما بسیار زیاد خواهد شد، زیرا این ایستگاه‌های رادیو و تلویزیونی، بیش از شما به منابع خبری موثق دسترسی دارند، و در صورت نیاز می‌توانند برای تحقیق درباره کلمات ناآشنا، با مراجع ذیربط تماس بگیرند.

پیچیده‌ترین مشکل، تلفظ اسامی خارجی است. در مواردی که کاملاً مطمئن نیستید، به‌عنوان آخرین راه‌حل، یک نفس عمیق بکشید و با اطمینان خاطر، آن کلمه را تلفظ کنید. اگر هم آن کلمه خیلی برایتان ناآشنا بود، مطمئن باشید که شنونده رادیو نیز چیزی بیشتر از شما درباره آن نمی‌داند. اما حتماً در اولین فرصت ممکن درباره تلفظ درست آن کلمه بررسی و تحقیق کنید، زیرا در رادیوهای محلی، اسامی مناطق بومی باید درست تلفظ شود. ایستگاه رادیوی محلی که در آن کار می‌کنید، حتماً باید فهرستی از اسامی مشکل و غلط‌انداز را تهیه کرده باشد. شما هم از وجود چنین فهرستی در ایستگاه رادیویی خود، اطمینان حاصل کنید.

لحن صدا

یکی از اصول حیاتی و بنیادین در کار مجریان خبر رادیویی، ارائه لحن صحیح صداست. لحن صدای شما باید کاملاً طبیعی و غیررسمی باشد. هر گزارش یا رویداد خبری، «فضای» خاص خود را می‌طلبد. شما باید با توجه به مضمون گزارش، سرعت خواندن خبر را تنظیم کنید و در عین حال، مقادیر مناسبی از «سایه» و «نور» را در صدای خود بگنجانید؛ سریع و بلند صحبت کردن به این معنا نیست که موضوع اهمیت بیشتری دارد، بلکه اغلب

مواقع، نتیجه معکوس برجای می‌گذارد. در بسیاری از موارد، کلید موفقیت شما در فهمیدن «چگونه توازن برقرارکردن» نهفته است. تا آنجایی که می‌توانید تمرین کنید و سعی کنید از اظهارنظر دیگران نیز بهره ببرید. حالت و چگونگی صدای خود را بشناسید و بفهمید که تا چه اندازه می‌توانید صدای خود را بلند کنید، چقدر می‌توانید آن را طول بدهید و چه مدت می‌توانید آن را بکشید؛ به عبارت دیگر، سطح طبیعی صدای خودتان را پیدا کنید.

گوش فرادادن

بدون گوش کردن به صدای ضبط‌شده خود، هرگز نخواهید فهمید که صدای شما از رادیو چگونه شنیده می‌شود. بنابراین به‌طور مرتب به گزارش‌های خبری خودتان که از رادیو پخش می‌شود، گوش کنید. هر هفته یا دو هفته یک‌بار، اخبار زنده‌ای را که اجرای آن را برعهده دارید، ضبط کنید و در فرصتی مناسب به آن گوش فرا دهید. این روش، شیوه‌ای معقول و حرفه‌ای برای نظارت بر نحوه اجرای خودتان است.

میکروفون‌ها

میکروفون قطعه‌ای ظریف و حساس و بخشی از دستگاهی است که می‌تواند هر صدایی را که وارد آن شود، تقویت نماید؛ بدین معنا که صدای شما، صدای نفس‌کشیدن‌تان، صدایی که از تماس لباس‌هایتان بر یکدیگر ایجاد می‌شود، صدای جیرجیر صندلی، صدای جابه‌جاشدن دست‌نوشته‌ها و کاغذهای روی میزتان، و حتی صدای حرکت نوار را چند برابر نماید.

بنابراین هنگامی که میکروفون باز (روشن) است در حرکات و رفتار تان خیلی دقت کنید. میزان فاصله شما با میکروفون هم خیلی اهمیت دارد. عواملی چون نزدیکی بیش از اندازه با میکروفون، صدای دائمی به هم خوردن لب‌ها و... تأثیر ناخوشایندی بر روی شنوندگان باقی می‌گذارد و سبب می‌شود که آنها تمایل چندانی به شنیدن گزارش‌های خبری شما از خود نشان ندهند. فاصله بیش از اندازه شما با میکروفون به همراه انعکاس (طنین) بیش از اندازه آن نیز سبب می‌گردد شنونده نتواند به خوبی به صحبت‌های شما گوش فرا دهد. در عین حال، اگر فاصله شما با میکروفون زیاد است، باید در صد جبران آن برآیید. در این صورت میکروفون حساس‌تری را انتخاب کنید که در برابر سر و صدای نامطلوب (ناخواسته) حساسیت بیشتری داشته باشد.

تأکید یا تکیه صدا

با استفاده از تأکید بر کلمات، می‌توانید به شنونده بگویید که چه کلماتی در گزارش از اهمیت بیشتری برخوردارند. شما وظیفه تفسیر و توضیح خبر را برعهده دارید و اگر نتوانید بر روی کلمات مورد نظر تأکید یا فشار صدا را نشان دهید، پس شنونده شما چگونه می‌تواند از مضمون و ایده خبر مطلع گردد؟ اگر بر روی قطعات تأکید نکنید، اعتماد و توجه شنوندگان به شما کاملاً از میان می‌رود. به عنوان مثال، به این نمونه توجه کنید، گوینده خبر می‌گوید: «نخست‌وزیر اواخر صبح امروز، جهت آغاز اولین روز فعالیت خود، وارد خانه شماره ۱۰ خیابان داونینگ (محلی که قصر نخست‌وزیری در آن واقع است) گردید. او که کمی پس از ساعت صبح در مقابل در ورودی دفتر

نخست‌وزیری حضور داشت، برای خبرنگاران دست تکان داد و لبخند زد، اما حاضر نشد با آنان مصاحبه کند.

از اولین مسئولیت‌های وی می‌توان از تشکیل هیئت جدید دولت نام برد. شب گذشته این تصور در همگان به وجود آمده بود که وی در نظر دارد، تغییر و تحولات بسیاری را در هیئت دولت انجام دهد و صبح امروز همگی حاضران مشاهده کردند که افراد سرشناس از احزاب مختلف وارد دفتر نخست‌وزیری می‌شوند. منابع نزدیک به نخست‌وزیر می‌گویند که او مصمم است افراد جدیدی را در مناصب وزارت دارایی و وزارت امور خارجه بگمارد و درعین حال در نظر دارد فرد جدیدی را برای تصدی پست وزارت حمل و نقل پیدا کند. اما تاکنون هیچ اسمی اعلام نشده است.»

[سارا رول از خیابان داونینگ (مقر نخست‌وزیری)]

در این گزارش چه کلماتی اهمیت بیشتری داشتند؟ آنها را با مداد علامت‌بزنید و پاسخ خود را با گزارش زیر مقایسه کنید. این گزارش هم توسط همان گوینده خبر بیان شده، درحالی‌که، کلمات مهم و تأکیدی آن مشخص شده‌اند. اگر به تمامی آنها اشاره‌ای نکرده‌اید، نگران نباشد. سعی کنید، یک بار این گزارش را با صدای بلند و با تأکید بر کلماتی که خودتان مشخص کرده‌اید، بخوانید و یک‌بار دیگر با تأکید بر کلماتی که در اینجا مشخص شده، آن را قرائت کنید.

«**نخست‌وزیر** اوائل صبح امروز، جهت آغاز **اولین** روز فعالیت خود، وارد خانه شماره ۱۰ خیابان داونینگ (محلی که قصر نخست‌وزیری در آن واقع است) گردید. او که کمی پس از ساعت ۸ صبح در مقابل در ورودی دفتر نخست‌وزیری حضور داشت، برای خبرنگاران **دست تکان داد** و لبخند زد،

اما حاضر نشد با آنان مصاحبه کند.

از اولین مسئولیت‌های وی می‌توان از تشکیل هیئت جدید دولت نام برد. شب گذشته این تصور در همگان به وجود آمده بود که وی در نظر دارد تغییر و تحولات بسیاری را در هیئت دولت انجام دهد و صبح امروز همگی حاضران مشاهده کردند که افراد سرشناس از احزاب مختلف وارد دفتر نخست‌وزیری می‌شوند. منابع نزدیک به نخست‌وزیر می‌گویند که او مصمم است افراد جدیدی را در مناصب وزارت دارایی و وزارت امور خارجه بگمارد و در عین حال در نظر دارد فرد جدیدی را برای تصدی پست وزارت حمل و نقل پیدا کند. اما تاکنون هیچ اسمی اعلام نشده است.

[سارا رول از خیابان داونینگ (مقر نخست‌وزیری)]

توجه داشته باشید که تنها موارد بسیار خاص باید مورد تأکید قرار بگیرند؛ به عنوان مثال: امور خارجه نیازمند تأکید است (شاید به این دلیل که این نخستین باری است که این سمت در هیئت دولت ترمیم می‌گردد). اما وزارتخانه، کلمه‌ای است که برای مشاغل مختلف استفاده می‌شود، پس نیازی به تأکید ندارد. در ضمن، به این نکته توجه داشته باشید، ظاهراً همه می‌دانند که وزیر حمل و نقل جدیدی بر سر کار خواهد آمد، پس این عبارت نیازی به تأکید ندارد.

تأکید کردن صرفاً به این معنا نیست که این قسمت از جمله باید با صدای بلندتری بیان گردد. پیش از تأکید کمی مکث کنید و این فرصت را به شنونده بدهید که به عمق مطلب فکر کند.

نقل قول‌ها

نقل قول‌ها به نوع خاصی از تأکید نیاز دارند؛ برای مثال در جمله:

نخست‌وزیر، مخالفان را متهم به بزدلی و ریاکاری نمود»، ایجاد مکث در آغاز و پایان نقل‌قول، به فهم روشن‌تر کلماتی که از زبان نخست‌وزیر نقل می‌شود، کمک می‌کند.

تصحیح اشتباه

گاهی اوقات، ممکن است شما دچار اشتباه شوید. این اشتباه ممکن است مستقیماً از سوی شما و به دلیل بدخواندن متن گزارش صورت گیرد و یا اینکه اشخاص درگیر در تهیه این گزارش دچار اشتباهی شوند و این اشتباه از دید ویراستاران پنهان مانده باشد. به محض آنکه متوجه شدید عبارت یا کلمه‌ای را که خوانده‌اید، اشتباه بوده است آن را تصحیح کنید. بهترین شیوه برای تصحیح یک اشتباه این است که مثلاً بگویید: «...این رقم باید چهل و دوهزار باشد...» یا اینکه «متأسفم، باشگاه فوتبال وات‌فورد صحیح است.» البته بهتر است مانند مثال دوم حتی‌الامکان از زیاده‌گویی در جمله اصلاحی پرهیز کنید.

به‌رحال در هنگام بروز اشتباه، خیلی ساده عبارت را تصحیح کنید و با همان لحن پیشین، جمله را ادامه دهید. اگر شنونده متوجه نگرانی یا شتاب‌زدگی در صدای شما بشود، قطعاً با جدیت بیشتری به آن توجه خواهد کرد. اگر در گزارشی اشتباهی صورت گیرد و این گزارش در نوبت‌های بعد تکرار شود، توجه شنوندگان بیشتر به آن جلب می‌شود. البته در این ارتباط، سردبیر باید تصمیم بگیرد، اما در مواردی مانند محاکمات قضایی که موضوع، اهمیت خاص خود را دارد و شما هم یک‌بار دچار اشتباه شده‌اید، چاره دیگری ندارید، جز اینکه با اشاره به گزارش قبلی، اشتباه خود را تصحیح کنید.

این بار اشتباه قبلی را تکرار نکنید؛ راحت باشید، فقط کافی است جمله تصحیح شده را قرائت نمایید. برای مثال بگویید: «همانطور که در بخش گزارش‌های خبری قبلی به سمعتان رساندیم، صبح امروز مردی از تولورث کراس به جرم قتل، در دادگاه کراون کورت متهم شناخته شده و محکوم به زندان گردید؛ در اینجا اضافه می‌کنیم که نام وی جان اسمیت است».

گزارش‌های خبری به صورت خودکار

اصولاً قاعده کار در استودیوهای خبر رادیو این است که فردی گویندگی خبر را برعهده داشته باشد و فرد دیگری مسئولیت عملیات فنی را متقبل شود. هنوز هم این اصول کار، در برخی از ایستگاه‌های سراسری رادیو حاکم است. در این ایستگاه‌ها، گاهی حتی یک گروه مسئولیت پخش برنامه‌های رادیویی بر روی آنتن را برعهده دارد. هنوز هم در برخی از ایستگاه‌های محلی رادیو، اشخاص دیگری غیر از مجری اخبار، مسئولیت پخش نوارهای صوتی، روشن کردن میکروفون و غیره را برعهده دارند، اما اغلب اوقات این اشخاص به‌عنوان مجری برنامه هم فعالیت می‌کنند.

به‌طورکلی، یک مجری در ایستگاه رادیوی محلی، مسئولیت فشاردادن دکمه‌ها و یا بازکردن پوشه‌هایی را که روی آنها کلمه «خبر» حک شده، آن هم در زمان مناسب، برعهده دارد. به این‌گونه گزارش‌های خبری اصطلاحاً «گزارش‌های خبری خودکار» گفته می‌شود.

آمادگی پیش از شروع برنامه

اگر فرد عاقلی باشید، حتماً چند دقیقه پیش از شروع برنامه در استودیوی رادیو حاضر می‌شوید. این بدین‌معنا نیست که ممکن است پخش اخبار

زودتر آغاز شود (که قطعاً هم این طور نیست)، بلکه با این کار، پیش از شروع برنامه خود را آماده می‌کنید.

حالت مجری یا گوینده خبری را که به منظور صرفه‌جویی در زمان، نفس‌زنان خود را به استودیوی خبر می‌رساند، پیش خود مجسم کنید. در برخی از اتاق‌های خبر، این تصور وجود دارد که ورود شتاب‌زده به استودیو در آخرین لحظات، سبب می‌گردد که اخبار، خیلی تازه و جدید به نظر برسد؛ اما این تصور غلط است، زیرا در چنین صورتی شنونده رادیو تنها به آماده‌نبودن شما و ضعف در اجرای برنامه پی می‌برد. براین اساس، در برخی از اتاق‌های خبری رادیو، پنج دقیقه پیش از پخش اخبار، درها بسته می‌شود، تا از این طریق، مجری ناگزیر شود پیش از شروع برنامه در استودیو حضور یابد و خود را آماده کند. غیر از موارد بسیار اضطراری و همچنین مواقعی که خبری جدید باید به مطالب قبلی اضافه گردد، این در، باز نمی‌شود.

در استودیوی خبر

هنگامی که در استودیوی خبر حاضر شدید، یک‌بار نوارهای صوتی را امتحان کنید (خواه این نوار صوتی بر روی دستگاه کارت^۱ باشد و خواه بر روی صفحه نمایشگر رایانه). همچنین نسخه‌های گزارش و عناصر خبری و دستورالعمل‌ها را نیز بررسی کنید و ببینید که آیا چیزی کم است و اشتباهی وجود دارد یا خیر. یکی دیگر از دلایل حضور پیش از موقع در استودیو آن است که شما فرصت کافی برای اصلاح اشتباهات را خواهید داشت، حتی

1. Cart

می‌توانید به اتاق خبر بازگردید و با آنها گفت‌وگو کنید و یا اگر پس از بررسی معلوم شد که مثلاً یکی از نوارهایی که باید پخش شود موجود نیست، می‌توانید به فرد دیگری بگویید که این نوار را در زمان مقرر برای شما بیاورد. در اتاق‌های خبری آنالوگ، نوارها را داخل دستگاه بگذارید و اگر از تجهیزات پیشرفته‌تری استفاده می‌کنید، آنها را با سرعت، مجدداً گوش کنید.

به‌هرحال، مراقب باشید که این مرحله را در دقایق پایانی سرنوشت‌ساز و نزدیک به زمان پخش خبر انجام ندهید. اگر به‌هنگام پخش، نوار شما در دستگاه قرار نداشته باشد، در این صورت، شما فرد بی‌مبالاتی جلوه می‌کنید. در هر صورت، تمامی نوارها باید از پیش آماده باشند، اما جهت محافظت از آنها باید بسیار دقت کرد.

در اتاق‌های خبر رایانه‌ای، بررسی هر توقف (مکث صدا)، تنها با اشاره به یک کلید و یا تماس با موشواره رایانه محقق می‌شود، البته اگر پیش از آن، نوار درست آماده شده باشد. اگر زمان دقیق پخش هر برنامه را ندانید، در آن صورت نخواهید دانست که چه زمانی باید قرائت خبر را شروع کنید و یا صدای خود را به‌هنگام پخش مجدد بشنوید.

در عصر حاضر که ایستگاه‌های رادیوی محلی از شبکه‌های مختلف و با امواج مختلف رادیویی برنامه پخش می‌کنند، امکان بروز اشتباه در انتخاب برنامه‌ها بسیار زیاد است. پس یک‌بار دیگر، زمان دقیق پخش برنامه را بررسی کنید. گوشی هدفون خود را به‌گونه‌ای تنظیم کنید که میزان صدای آن باعث ناراحتی شما نشود. به‌خاطر داشته باشید که برنامه به‌صورت غیرزنده آماده و پخش می‌شود. به‌عبارت دیگر، به‌منظور تقویت امواج کوتاه و بلند و نیز

استحکام بخشیدن به نتیجه کار، در اواسط کار کمپرسور یا پردازنده صدا، برخی سیگنال‌های (علائم) غیرزنده را خواهید شنید. اگر هم عادت به شنیدن آن ندارید، پس جای تأسف است.

برخی از مجریان خبر، در حالی گزارش را قرائت می‌کنند که یکی از گوشی‌هایشان روشن و دیگری خاموش است و از این طریق می‌توانند به صدای «طبیعی» خود در کنار مکث‌های صدا، گزیده‌های میان‌برنامه و صدای پردازش شده گوش کنند؛ اما شما هر کاری را که فکر می‌کنید در آن احساس راحتی بیشتری دارید، انجام دهید.

و اما خبر...

پیش از اتمام کامل پخش آرم اخبار— البته اگر چند صدای جرینگ قبل از خبر پخش می‌شود — چند نفس عمیق بکشید و میکروفون خود را باز کنید.

با اعتماد به نفس کامل شروع کنید، انگشت را بر روی دکمه «آتش» نوار آماده نگاه دارید، تا اولین بخش صوتی را پخش کنید. اگر هم از سامانه رایانه‌ای استفاده می‌کنید، صفحه پخش رایانه‌ای را آماده نگه دارید.

در استودیوهای آنالوگ، با پخش هر قطعه صوتی آن قطعه را از دستگاه جدا سازید و نوار بعدی را آماده در دستگاه بگذارید. همیشه دو نوار بعدی را آماده پخش داشته باشید، تا در صورت مناسب نبودن نوار اول، بتوانید از نوار آماده دوم استفاده کنید. توجه داشته باشید به هم خوردن نوارهایی که با عجله در دستگاه گذاشته می‌شوند، صدای بسیار ناخوشایندی را در گزارش‌های خبری ایجاد می‌کنند.

گزارش جزئی را می‌خوانید که محدودیت زمانی برای آن تعیین شده است

در زمان مناسب باید پایان پذیرد، یا اینکه فقط چند ثانیه برای پخش آن در نظر گرفته شده)، در این صورت دو گزارش بعدی را آماده در کنار دست خود داشته باشید تا پیداکردن آنها برایتان آسانتر باشد. البته دلایل این کار را مختصراً برایتان شرح خواهیم داد.

هنگامی که اشتباهی صورت می‌گیرد...

اگر به‌رغم تمامی تمهیدات لازم، اشتباهی صورت پذیرفت، خونسرد باشید. این گزارش متعلق به شماست و شنونده هم از شما سرمشق می‌گیرد. اگر عصبی شوید یا دست و پای خود را گم کنید، شنونده تصور می‌کند که اشتباهی واقعاً جدی رخ داده است. اما می‌توانید برای تضمین کار خود، از قبل تمهیداتی را در نظر بگیرید. چند خبر یا گزارش خبری اضافی را نیز با خود به همراه داشته باشید. در چنین حالتی، اگر قادر به پخش نوار صوتی برنامه نباشید، می‌توانید از مطالب اضافی همراهتان استفاده کنید. حتی در دستگاه‌های پیشرفته و سامانه‌های رایانه‌ای هم امکان خرابی نوار وجود دارد. پس اگر در برنامه‌ای مطالب اضافی را به‌همراه خود داشته باشید، می‌توانید برای جبران اشتباهات و تداوم کار از آنها استفاده کنید. به همین دلیل به شما پیشنهاد می‌کنیم که همیشه دو نسخه از گزارش‌ها را آماده داشته باشید؛ اگر در زمان معین، گزارش خودتان را به اتمام رساندید که مشکلی پیش نمی‌آید، ولی اگر وقت اضافه آوردید، ۳۰ ثانیه آخر را به عقب بازگردید و این‌گونه ادامه دهید: «... و در آخر اینکه، گزارش ویژه این ساعت ما...» در واقع این عبارت به‌نوعی نمایانگر مهارت شما در چرب‌زبانی و تأکید است. خیلی ساده است، شنونده اصلاً متوجه نمی‌شود که شما به‌گونه‌ای می‌خواهید وقت او را پر کنید،

مخصوصاً زمانی که با اطمینان و اعتماد به نفس کامل صحبت می‌کنید. برخی از ایستگاه‌های رادیویی، برحسب اتفاق و به‌عنوان یکی از سیاست‌های کاری خود، مهم‌ترین گزارش را در پایان مجموعه گزارش خبری مجدداً پخش می‌کنند.

تنها در صورتی که هیچ‌یک از تدابیر گفته‌شده امکان‌پذیر نباشد، و نیز به هنگامی که اطمینان دارید برنامه بعدی آماده پخش است، می‌توانید مجموعه گزارش خبری را پیش از زمان تعیین‌شده به‌تمام برسانید.

پس از پخش مجموعه گزارش خبری، هیچ چیز بدتر از سکوت نیست. درعین حال، شما این احساس ناخوشایند را به شنونده منتقل می‌کنید که مجری برنامه بعدی هنوز آماده نیست. اگر اشتباهی رخ داده که باید به‌خاطر آن از شنوندگان عذرخواهی کنید، از عباراتی استفاده کنید که برای شنونده قابل فهم باشد. هرگز نگویید: «متأسفم نوار برنامه آماده نیست»، بهتر است این‌گونه بپوشش بخواهید: «متأسفم، در حال حاضر قادر به پخش این برنامه نیستیم». شنونده حق دارد که از اصطلاحات فنی و تخصصی رادیو چیزی سر در نیاورد. به خاطر داشته باشید، اشتباهاتی که برای شما واضح و مسلم‌اند، ممکن است برای شنونده قابل درک نباشند. اگر به هنگام قرائت یک گزارش متوجه شدید که نوار صوتی آن قابل پخش نیست، قبل از عذرخواهی کمی فکر کنید. می‌توانید برای جبران این کاستی از یک قطعه صوتی جایگزین استفاده کنید. حتی‌الامکان از عذرخواهی بپرهیزید، مگر اینکه اشتباه شما برای شنونده خیلی واضح و قابل درک باشد. اگر قادر به جبران اشتباه و ادامه برنامه باشید، پس حتماً این کار را انجام دهید.

نکات و اصطلاحات فنی

ضبط صدا

تمامی ایستگاه‌های رادیویی، برای ثبت مصاحبه‌ها و نوارهای صوتی و همچنین پخش مجدد برنامه‌های خود، به سامانه‌های ضبط و پخش متفاوتی متکی‌اند. ایستگاه‌های قدیمی‌تر، از تجهیزات آنالوگ از قبیل پخش‌کننده‌های نوار یا کارت‌ریج و نیز ضبط‌هایی که نوار به‌صورت روباز در بالای آن قرار می‌گیرد، استفاده می‌کنند. گرچه، معمولاً قاعده کار، استفاده از تجهیزات دیجیتال است که این امکان را فراهم می‌سازد که صدا مستقیماً بر روی دیسکت سخت رایانه ضبط شود و پس از آن تدوین، ضبط و مجدداً پخش و یا بایگانی گردد.

ضبط آنالوگ

از دستگاه‌های ضبط آنالوگ، برای تولید مجدد صدا از روی نوار استفاده می‌کنند. سالیان بسیاری است که ضبط آنالوگ، به‌عنوان شیوه سنتی ضبط و پخش صدا، در ایستگاه‌های رادیویی مورد استفاده قرار می‌گیرد. به‌منظور درک بهتر روند تدوین صدا، لازم است کمی درباره چگونگی ضبط واقعی صدا بدانید.

برای تولید علائم الکتریکی متغیر، از تجهیزاتی به نام «میکروفون» استفاده می‌شود. میکروفون وسیله‌ای است که در برابر امواج صدای ایجادشده بر اثر اختلاف فشار هوا، از حساسیت بسیار بالایی برخوردار است. این علائم پس از تقویت، به سوی دستگاه ضبط ارسال می‌گردند که در آنجا حوزه مغناطیسی خاص خود را به وجود می‌آورند. این میدان مغناطیسی سبب انتشار ذرات اکسید موجود بر روی نوار در حال پخش می‌شود و در نتیجه الگو یا مدل جدیدی را به وجود می‌آورد. تا زمانی که میدان مغناطیسی دیگری سبب انتشار ذرات اکسید نگردد، این مدل یا الگوی ذرات اکسید، همچنان به صورت «منجمدشده» بر روی نوار باقی خواهد ماند. به هنگام تماس این نوار با هد دستگاه پخش صوت، الگوی ذرات به نوبه خود، سیگنال دیگری را ایجاد می‌کند و این ذرات قابلیت خوانده شدن پیدا می‌کنند. این علائم یا سیگنال‌های تقویت شده به سوی بلندگوها — که عملکردی کاملاً برخلاف میکروفون دارند — ارسال می‌شوند و مجدداً صدایی را تولید می‌کنند که قابل شنیدن باشد. اگرچه عملکرد و قابلیت‌های دستگاه‌های پخش صوت کنونی بسیار شبیه انواع قدیمی آن است، اما می‌توان تغییرات گوناگونی را در طی این روند به وجود آورد که در اصطلاح فنی «تغییر شکل»^۱ نامیده می‌شود.

صدای پس‌زمینه که امکان برطرف‌سازی آن به‌طور کامل وجود ندارد، یکی از مهم‌ترین عوامل ایجاد تغییر در سیگنال‌های مجدداً تولیدشده است، اگرچه مدارهای (میدان‌های) پیشرفته در دستگاه‌های ضبط صوت مدرن به طرز چشمگیری از این صداهای ناخواسته کاسته‌اند.

تجهیزات سیستم آنالوگ

سیستم آنالوگ دارای این تجهیزات برای پنخش است:

الف: ضبط صوت های روباز: این دستگاه ها که نوار در قسمت بالای آنها قرار می گیرد از حلقه هایی با اندازه های متفاوت استفاده می کنند. اندازه این حلقه ها (قرقره ها) دربرگیرنده نوارهایی به ضخامت ۱۴ اینچ است که سرعت آنها از ۳۳۴ اینچ تا ۱۵ اینچ در ثانیه (یا ips) متغیر است. معمولاً این نوع ضبط ها که در اکثر استودیوهای رادیو مورد استفاده قرار می گیرند ساخت کارخانه هایی چون **روکس**^۱ و **استودر**^۲ می باشند، اما نوع قابل حمل آنها با نشانه «اوهر»، هنوز هم بیشترین کاربرد را در استودیوهای رادیویی دارد.

ب: ضبط صوت های معمولی: این ضبط صوت ها از نوارهای دو حلقه ای استفاده می کنند که در جعبه ای پلاستیکی محصور شده است. این نوارها بسیار باریک تر از نوارهای ضبط روباز می باشند و پهنای آنها $\frac{1}{8}$ اینچ است و با سرعتی کمتر یعنی $\frac{1}{8}$ اینچ در ثانیه حرکت می کنند و همین امر سبب شده که، مجموع ظرفیت آنها از ۱۰ دقیقه به ۱۲۰ دقیقه برسد. در ابتدا، این نوارهای کاست برای استفاده های خانگی تهیه و تولید شدند، اما کیفیت آنها چنان ارتقا یافت که در حال حاضر، انواعی از آنها با نشانه «مارانتز»^۳، و نیز واکن های حرفه ای (تخصصی) «سونی»، بیشترین کاربرد را به عنوان ضبط و پنخش های قابل حمل دارا می باشند. از آنجایی که در این نوارهای کاست از

-
1. Rox
 2. Studer
 3. Marantz

نوارهای باریکی استفاده می‌شود که تدوین آن بسیار مشکل است، معمولاً مطالب ضبط‌شده بر روی آن، برای تدوین به دستگاه‌های ضبط روباز منتقل می‌گردد. در هر صورت، اگر شانس با شما همراه باشد، گاهی می‌توانید، یک کلیپ یا گزیده را مستقیماً از روی کاست بر روی کارت‌ریج منتقل کنید که از آنجا هم قابل پخش خواهد بود، گرچه، معمولاً تدوین مستلزم صدایی واضح، شفاف و بدون هیچ‌گونه خش و یا صدای معیوب در ابتدای نوار است.

ج: دستگاه‌های کارت‌ریج یا ضبط‌هایی با نوار بزرگ: این دستگاه‌ها، از کارت‌ریج یا نوارهایی استفاده می‌کنند که دربرگیرنده حلقه‌های متوالی است و در آنها نوارهایی با ضخامت $\frac{1}{4}$ اینچ در یک محفظه پلاستیکی محصور شده‌اند، چیزی شبیه به یک کاست سایز بزرگ مربع شکل.

پس از ضبط نوار، صدایی بسیار آهسته (تا اندازه‌ای غیرقابل شنیدن) در نقطه شروع آن گذاشته می‌شود. وقتی که نوار در حال پخش شدن است، تا به این صدا برسد متوقف می‌گردد و با فشار دادن مجدد دکمه «Play» بار دیگر آماده پخش می‌شود. بنابراین نوارهای مذکور از ابزارهای خودکار محسوب می‌شوند.

اغلب در دستگاه‌هایی که با نوار کار می‌کنند، هیچ وسیله‌ای برای پاک کردن نوار بر روی آنها نصب نشده است و معمولاً نوار این دستگاه‌ها به وسیله پاک‌کنی حجیم و بزرگ که یک میدان مغناطیسی قوی را ایجاد می‌کند، پاک می‌شود.

اگر نواری پیش از تمیزشدن، مورد استفاده قرار بگیرد، برنامه جدید بر روی برنامه پیشین ضبط می‌شود که قطعاً بازنوایی آن بسیار مشکل خواهد بود، زیرا برنامه‌های جدید و قبلی با یکدیگر شنیده می‌شوند. به چنین نواری

اصطلاحاً «کثیف» گفته می‌شود.

در برخی از دستگاه‌های نوار بزرگ یا ضبط کارتریج، نوع خاصی از پاک‌کننده‌ها تعبیه شده که حتماً باید قبل از ضبط برنامه جدید از آن استفاده کرد. قدر مسلم آنکه، امکان انجام دو عملکرد متفاوت در یک زمان هرگز امکان‌پذیر نیست.

در ضبط‌های کاستی که برای فعالیت‌های جنبی در ایستگاه‌های رادیو کاربرد دارند، از سرعت استاندارد $7\frac{1}{2}$ اینچ در ثانیه استفاده می‌شود. اما سرعت‌های کمتر از این مقدار، از آنجایی که به کیفیت کار آسیب می‌رسانند چندان مورد استفاده قرار نمی‌گیرند. اصولاً از سرعت‌های زیاد برای موسیقی استفاده می‌شود، به این دلیل که با پخش یا گسترش طنین صدا، تدوین آن هم آسان‌تر می‌گردد. گرچه، همیشه برای دستگاه‌های خبری، سرعت نوار را بر روی $7\frac{1}{2}$ اینچ در ثانیه تنظیم می‌کنند، اما ممکن است مسائلی پیش بیاید که این تنظیم به هم بخورد، بنابراین، همیشه قبل از پخش مستقیم نوار و ارسال آن بر روی آنتن از تنظیم‌بودن سرعت آن مطمئن شوید. این دستگاه‌های ضبط، معمولاً نوارهای کاملی دارند که از استریوی پهنای باند استفاده می‌کنند و برای اهداف خبری تنها به صورت یک‌طرفه به کار گرفته می‌شوند و بر روی قسمت دیگر نوار فقط سکوت ضبط می‌شود. به عبارت دیگر، نمی‌توانید نوار را برگردانید و از طرف دیگر آن استفاده کنید.

ضبط دیجیتال

در حال حاضر، مدت زمانی است که استفاده از علائم صوتی دیجیتال به صورت فنون ساده‌ای همچون به‌کارگیری دیسک‌های سخت یا CD در مصارف روزمره خانگی مشاهده می‌شود.

همچنین، استفاده از رایانه‌های پر قدرت، به‌عنوان رایانه‌های خانگی یا PC رواج بیشتری یافته و نگهداری حجم بیشتری از اطلاعات به‌صورت دیجیتال ارزان‌تر تمام می‌شود. همگی اینها به‌معنای وقوع انقلابی در نحوه فعالیت و شیوه اداره ایستگاه‌های رادیویی است.

در نرم‌افزارهایی که برای متراکم‌سازی (فشرده‌سازی) و فشارزدایی بر روی علائم یا سیگنال‌های دیجیتال استفاده می‌شود، به‌تدریج پیشرفت‌هایی حاصل شده است (این علائم یا سیگنال‌ها حاوی سخنرانی‌ها و موسیقی‌های استریویی هستند). به‌بیان‌دیگر، در حال حاضر، تدوین، ذخیره‌سازی و انتقال مطالب، به‌مراتب آسان‌تر و بهتر صورت می‌پذیرد. بخش نرم‌افزاری و سخت‌افزاری ضبط دیجیتال از قسمت‌های زیر تشکیل شده است:

نوار صوتی دیجیتال یا DAT^۱: ظهور نوار صوتی دیجیتال یا DAT باعث ایجاد تحول و انقلابی نوین در بخش‌های ضبط و تدوین صدا گردید و آن را وارد مرحله تازه‌ای نمود. در حال حاضر این نوارها به‌عنوان استاندارد صنعت رادیو در نظر گرفته می‌شوند. اندازه نوارهای DAT، کوچک‌تر از کاست‌های آنالوگ است و از همان فناوری ضبط‌های ویدئویی — یعنی مشاهده و اسکن نواری که با سرعت کم از مقابل هد چرخان، عبور می‌کند — استفاده می‌کنند. این علائم و سیگنال‌ها به‌صورت دیجیتال به‌گونه‌ای ضبط می‌شوند که در آن متغیرهای اولیه الکتریکی به‌صورت مجموعه‌ای از پالس‌ها و یا «بیت»^۲های اطلاعاتی پدیدار می‌گردند.

-
1. Digital Audio Tape
 2. Bit

صدایی که به شکل بیت درآمده تا حدودی شبیه کلمات تایپ شده بر روی نرم افزار ورد^۱ است، در واقع هر دوی اینها توسط رایانه تهیه و تولید می شوند. کیفیت صدا بدین معناست که صدای تولیدشده باید کاملاً شبیه صدای اولیه باشد و برخلاف نوارهای آنالوگ، این کیفیت صدا در نسخه های (موضوعات خبری) بعدی دیجیتال دچار تنزل کیفیت نمی گردد.

کارتریج های دیجیتال: در این کارتریج ها به هیچ عنوان از نوار استفاده نمی شود، بلکه مطالب به صورت دیجیتال، بر روی یک فلاپی دیسک ضبط و پخش می شود.

معمولاً در یک کارتریج دیجیتال، بخش ها و موضوعات گوناگونی چون کلیپ ها، آرم برنامه و آگهی های تجاری نگهداری می شود. این کارتریج ها برخلاف نوارها یا کاست ها نیازی به برگرداندن نوار ندارند، به همین دلیل هر یک از «بخش»^۲ های آن به سرعت قابل دسترسی می باشند. مزیت دیگر این کارتریج ها بر نوارها یا کاست ها آن است که نوارهای دیجیتال هرگز دچار گره خوردگی (به هم پیچیدن) نمی شوند و به ندرت در دستگاه گیر می کنند.

مینی دیسک ها: مینی دیسک ها از دیسک های سخت کوچک ترند و قابلیت ضبط بیشتری دارند. این مینی دیسک ها می توانند بیش از ۷۰ دقیقه برنامه صوتی، متشکل از چندین بخش مجزا را که سریعاً هم قابل دسترسی باشند، در خود جای دهند. اصولاً از مینی دیسک ها برای علائم و موسیقی برنامه و نیز موسیقی پس زمینه استفاده می شود، اما گاهی می توان آنها را برای آگهی های بازرگانی و کلیپ های صوتی به کار گرفت.

1. Word

2. Track

مینی دیسک‌ها و کارتریج‌های دیجیتال هر یک به پخش‌کننده‌های دیجیتال مخصوص به خود نیاز دارند و معمولاً یک کنترل دورانی بزرگ در جلوی صفحه، برای انتخاب بخش موردنظر تعبیه شده است.

یک صفحه نمایش دیجیتال نیز، عنوان و شماره بخش یا مسیر انتخابی را به‌نمایش می‌گذارد. به‌هرحال، هر دوی اینها از سیستم متراکم‌سازی دیجیتال استفاده می‌کنند و به‌همین دلیل به‌هنگام تهیه نسخه‌های گزارش بعدی خبر، کیفیت کار دچار افت یا تنزل نمی‌شود.

دیسک سخت رایانه: بسیاری از ایستگاه‌های رادیویی پیشرفته امروزی، برای ذخیره و ثبت تمامی اصوات، از صدای موسیقی گرفته تا علائم و آرم برنامه، کلیپ‌های خبری و حتی آگهی‌های بازرگانی، از این سیستم استفاده می‌کنند. این سامانه که براساس صدای استریو کار می‌کند، از گنجایش حافظه‌ای بسیار فشرده، با ویژگی‌هایی کاملاً دو سویه یا تعاملی برخوردار است.

پس از آنکه صدا به‌عنوان ورودی اطلاعات بر روی سامانه، بارگذاری می‌شود، تک‌تک کاربران می‌توانند به‌صورت هم‌زمان و جداگانه به آن دسترسی داشته باشند؛ حتی می‌توانند مستقل از دیگران، آن را شروع کنند، پایان‌دهند، تدوین نمایند و یا نگهداری کنند و تمامی این فعالیت‌ها کوچک‌ترین صدمه‌ای به کیفیت صدا وارد نمی‌کند، زیرا این اطلاعات رایانه به‌طور هم‌زمان قابل دسترسی است. دیسک سخت بهترین شیوه برای کیفیت‌بخشیدن به اطلاعات و مطالبی است که در یک زمان تعدادی از کاربران به آنها دسترسی دارند.

دیسک سخت قابل حمل: نسل جدید ضبط‌صوت‌هایی که قابلیت انتقال

به‌مکان تهیه خبر را دارند، دستگاه‌هایی کوچک اما عاری از هرگونه ظرافتند و برای نقل و انتقال، بسیار مقاوم و محکم ساخته شده‌اند. به‌عنوان مثال می‌توان از دستگاه‌های «کوریر»^۱ نام برد که توسط شرکت **سونی فکس**^۲ ساخته شده‌اند و در آنها صدا بر روی دیسک سخت ثبت و ضبط می‌گردد.

این مطالب ضبط‌شده را می‌توان در همان محل ضبط، به‌صورت دیجیتال و با استفاده از یک «گردونه خازدار گرافیکی» تدوین نمود و بار دیگر از طریق خطوط **ISDN**^۳ (شبکه خدمات منسجم دیجیتال) یا خط تلفن موبایل پخش کرد. قیمت این دستگاه‌ها روزبه‌روز در حال کاهش است، به‌گونه‌ای که در نهایت هر یک از خبرنگاران قادر به تهیه آن بوده و احتمالاً در طی چند سال آینده یکی از تجهیزات استاندارد خبرنگاری برای اتاق‌های خبر دیجیتال محسوب خواهد شد.

تدوین صوتی

اغلب اوقات، لازم است که یک برنامه ضبط‌شده، پیش از پخش، به‌منظور حذف بخش‌های اضافی، تدوین گردد.

بعضی اوقات در مصاحبه‌ها، افراد سرفه می‌کنند، سکوت بیجا دارند، برنامه را درست آغاز نمی‌کنند و اشتباهاتی از این قبیل مرتکب می‌شوند؛ تمامی این موارد باعث آزار شنونده می‌شوند و اگر حذف نگردند، وقت بسیار باارزش گزارش‌ها و گزارش‌های خبری را به‌هدر می‌دهند.

تدوین صوتی هرگز نباید به‌گونه‌ای انجام شود که به مضمون اصلی

-
1. Corier
 2. Sony Fax
 3. Integrated Services Digital Network

سخنان افراد آسیب برسانند. برای مثال، سؤال و پاسخ آن در مکالمه واقعی به دنبال هم و بدون هرگونه مکث واقع نمی‌شوند و چسباندن این دو در یک برنامه به هم، اصلاً قابل قبول نیست.

به خاطر داشته باشید که حتماً عبارتهایی (مواردی) را نیز که به بخش تدوین شده مربوط می‌شوند، حذف کنید. با ذکر عباراتی چون «همان طور که قبلاً هم گفتم...» و یا «در قسمت بعد به آن اشاره خواهم کرد...» تنها باعث سردرگمی شنونده می‌شوید.

باید مصاحبه خود را به گونه‌ای انجام دهید که به حداقل تدوین نیاز داشته باشد. تدوین صوتی خود نیازمند صرف وقت زیادی است و زمانی که برنامه باید در اسرع وقت پخش گردد، کار بسیار مشکل خواهد بود. فشارهای موجود در اتاق خبر برای تکمیل کار پیش از زمان پخش، دقت در کار را از همه کارکنان حتی خبره‌ترین آنها خواهد گرفت.

به هنگام انجام تدوین بسیار دقت کنید که کار را دقیق و درست انجام دهید؛ شنونده رادیو هرگز نباید به مهارت شما در این کار پی‌برد، زیرا معمولاً تدوین خوب، غیرقابل شنیدن و نامحسوس است. به همین دلیل، از سالیان گذشته تاکنون، کمتر پیش آمده که صدای ضبط شده، به عنوان مدرک قابل قبول قانونی و محکمه‌پسند در نظر گرفته شود، زیرا اعمال هرگونه تغییر در آن بسیار ساده و راحت است.

اشتباهات کوچک و مکث‌های بی‌مورد را می‌توانید جبران کنید. در هر صورت، به خاطر داشته باشید که دستکاری یک مصاحبه، خطراتی را برای شما به همراه خواهد آورد. گاه اتفاق می‌افتد که مصاحبه‌شونده پیش از پاسخ به سؤال شما کمی مکث می‌کند؛ این سکوت از لحاظ ویراستاری بسیار

اهمیت دارد و باید آن را نگاه داشت. تنها زمانی که وقفه موجود میان صحبت‌ها، به‌تمرکز حواس شنونده صدمه بزند، حق دارید آن را حذف کنید. احتیاط‌کردن بدین معناست که شما باید در چگونگی صحبت‌های مصاحبه‌شونده دقت کنید و مطمئن شوید که با بررسی دقیق تعداد مکث‌های گوینده، که به‌منظور نفس‌گرفتن صورت می‌پذیرند، ضرباهنگ طبیعی سخنان را حفظ کرده‌اید. دو مکث پشت‌سرهم برای گرفتن نفس، به نظر مسخره می‌آید؛ در اینجا کار شما خیلی ساده است، یکی از آنها را حذف کنید. اما اگر تمامی مکث‌هایی را که برای گرفتن نفس در یک جمله ایجاد شده حذف نمایید، سخنان گوینده شبیه سخنانی خواهد شد که توسط یک روبات آهنین ادا شده است.

بنابراین به‌هنگام تدوین نوار، قانون طلایی این است: دو بار گوش کنید، یک بار حذف کنید؛ زیرا ممکن است به اصل مطلب صدمه بزنید. یکی از مزایای مهم تجهیزات نوین دیجیتال این است که به هر تعداد که مایلید می‌توانید حذف کنید و دوباره اصلاح نمایید، بدون آنکه به اصل نوار (برنامه) کوچک‌ترین آسیبی وارد شود.

تدوین آنالوگ

به‌منظور تدوین نوارهای ضبط‌های روباز آنالوگ، علاوه‌بر دستگاه و هدفون به تجهیزاتی چون موارد زیر نیاز خواهید داشت:

نوار چسب

قلم مخصوص گرافیک

تیغ خودتراش

قالب اتصال

نوارچسب‌هایی وجود دارند که مخصوص این کار ساخته می‌شوند. این نوارها چسبندگی زیادی ندارند و باریک‌تر از نوار ضبط‌صوت‌اند. هیچ نوارچسب دیگری را نمی‌توان به‌جای آنها استفاده کرد، به‌عبارت دیگر جایگزینی برای آنها وجود ندارد، زیرا نوارهای چسب دیگر ممکن است درست نچسبند و خیلی ضخیم باشند و یا باعث شوند مایع چسب به هد دستگاه نفوذ کند. مثلاً در نظر بگیرید که قرار است پنج ثانیه سکوت را از وسط یک مصاحبه حذف کنید. دستگاه خود را در حالت تدوین قرار دهید. این حالت در ماشین‌های مختلف، با هم فرق می‌کند، اما ما می‌خواهیم صدای نوار را به‌هنگام پخش مجدد پس از تدوین بشنویم. به‌خاطر داشته باشید، اکثر دستگاه‌های تخصصی یا حرفه‌ای در این زمینه، سه هد دارند. اگر مسیر حرکت نوار را در نظر بگیرید، این هد‌ها از چپ به راست عبارتند از: هد پاک‌کننده، هد ضبط‌کننده و هد پخش مجدد. شما باید بر روی هد پخش مجدد، در سمت راست این مسیر، تدوین نوار را انجام دهید.

آخرین بخش از صدایی را که می‌خواهید داشته باشید، پیدا کنید. نوار را به اندازه حدوداً $\frac{1}{4}$ سانتی‌متر حرکت دهید تا از آن نقطه عبور کنید. این نقطه را با استفاده از قلم مخصوص گرافیک و با زدن یک خط کوتاه عمودی، مشخص کنید. اجازه ندهید این خط از طرفین نوار عبور کند، زیرا این مداد با هد دستگاه تماس پیدا می‌کند و تا زمانی که هر دستگاه را تمیز نکرده‌اید، سبب کاهش کیفیت صدا می‌گردد.

اکنون نوار را حرکت دهید تا به کلمه بعدی که می‌خواهید آن را حفظ کنید، برسید. علامت دوم را درست در سمت راست کلمه بزنید. حالا نوار را از آن مسیر دستگاه خارج کرده و مقابل قالب اتصال بگذارید و با یک برش

۴۵ درجه‌ای، قسمتی از نوار را که علامت زده‌اید، ببرید و آن را به کناری بگذارید. هر دو قسمت آزاد باقی‌مانده نوارها را با یکدیگر در داخل قالب اتصال بگذارید، اما آنها را بر روی همدیگر قرار ندهید. (کار خیلی راحتی است، مگر اینطور نیست؟)

قطعه چسبی را موازی با نوار و بر روی قسمت اتصال آنها بچسبانید، مراقب باشید که هیچ‌یک از نوارها بر روی دیگری قرار نگیرد. راحت‌ترین کار این است که ادامه نوارچسب را بعد از اتمام کار و با کمک یک تیغ خودتراش جدا کنید. تا آنجا که می‌توانید، سعی کنید انگشتان شما با نوارچسب تماس پیدا نکنند، زیرا چربی موجود در پوست شما سبب کاهش چسبندگی نوار می‌گردد.

پس از آنکه چسب را بر روی قسمت اتصال گذاشتید، با انگشتان خود آن را خوب فشار دهید و نوار را به آرامی از قالب جدا کنید. این نوارچسب باید بر روی هر دو قسمت اتصال به یک میزان بچسبد. اگر این کار را خوب انجام دهید، نوار مانند اول خوب و محکم و قوی خواهد شد. مرحله آخر، بازشنوایی قسمت متصل‌شده نوار با سرعت عادی است. اگر همه چیز تا اینجا خوب پیش‌رفته، اکنون می‌توانید بخش کوتاهی از نوار را که برش داده‌اید، دور بریزید.

اگر قصد دارید، کمی مکث به مصاحبه اضافه کنید، بهترین شیوه، استفاده از بخشی از سکوت ضبط‌شده بر روی نوار اصلی است. برای انجام این کار از یک نوار خالی برای تهیه نسخه کپی استفاده کنید و هرگز نوارها را علامت‌گذاری ننمایید؛ زیرا چنین کاری به آنچه که به صورت مجدد بر روی این نوار ضبط خواهد شد، آسیب می‌رساند.

تدوین دیجیتال

معمول‌ترین شیوه تدوین دیجیتال، انجام این کار بر روی صفحه رایانه است. در چنین روشی، صدا مستقیماً بر روی دیسک سخت اتاق خبر و یا سیستم رایانه استودیوی رادیو منتقل می‌شود.

با استفاده از نرم‌افزار مناسب، می‌توانید اطلاعات را به صورت امواج مشاهده کنید و با استفاده از موشواره رایانه بر روی بلندترین بخش صوتی علامت بزنید. سپس قسمتی از مطلب را که مد نظرتان است حذف کرده و مجدداً مرتب نمایید. از این روش می‌توان برای ایجاد سایه‌ها و دیگر کارهای ویرایشی نیز استفاده کرد، بدون اینکه به اصل نوار کمترین آسیبی برسد. به عبارت دیگر شما می‌توانید، به هر تعداد دفعاتی که لازم است تدوین را تکرار و یا تجربه کنید، تا زمانی که به نتیجه دلخواهتان برسید.

در یکی دیگر از شیوه‌های تدوین دیجیتال که مستلزم استفاده از تجهیزات گرانقیمت است، حداقل دو دستگاه **DAT** و یک کنترل‌کننده تدوین به کار گرفته می‌شود؛ این کنترل‌کننده برای نشانه‌گذاری و تعیین بخشی از صدا، از روش کدگذاری زمانی اطلاعات، بر روی نوار اصلی ضبط‌شده استفاده می‌کند. پس از آن می‌توانید، این بخش‌های تعیین‌شده را به هر ترتیب که لازم می‌دانید، مجدداً به یکدیگر متصل کنید.

اتاق‌های خبر رایانه‌ای

محیط کاری مناسب، بدون نیاز به کاغذ و یا نوار

در طی چند سال گذشته، تعداد اتاق‌های خبر رایانه‌ای شده، با سرعتی باورنکردنی، روزبه‌روز بیشتر شده است. معنی واقعی خبر چیست؟ کسب

سریع اطلاعات و پردازش هر چه سریع‌تر آن. بنابراین اتاق‌های خبر رایانه‌ای‌شده، با کاستن از کاغذپراکنی، کار و زندگی را برای خبرنگاران راحت کرده‌اند. از این پس اطلاعات در اختیار کاربران بیشتری قرار می‌گیرد و تقریباً تمامی آنها مستقل از دیگران می‌توانند به‌هریک از مطالب و موضوعات خبری که می‌خواهند، سریعاً دسترسی پیدا کنند. این تجهیزات که باعث می‌شود، محیط کار در اتاق‌های خبر به حداقل کاغذ و نوار نیاز داشته باشد، بسیار مقرون‌به‌صرفه‌اند، علاوه‌بر اینکه دسترسی به اطلاعات سریع‌تر صورت می‌پذیرد.

بسیاری از شرکت‌هایی که از مزیت فناوری نوین برخوردارند، خیلی خوب و با دقت به‌نگرانی‌ها و نیازهای خبرنگاران رادیویی توجه می‌کنند. این شرکت‌ها در طراحی سخت‌افزاری و تهیه نرم‌افزارهایی که توسط افراد خاص و با مهارت‌های فنی ویژه به‌کار گرفته می‌شوند، بسیار خبره و باتجربه‌اند. تخصص و کارآیی این شرکت‌ها، به‌ندرت، به‌طراحی صفحه‌کلید و یا موشواره رایانه محدود می‌گردد.

یکی از متداول‌ترین شبکه‌های رایانه‌ای که توسط برخی از ایستگاه‌های خصوصی رادیویی و همچنین رادیوهای BBC مورد استفاده قرار می‌گیرد، بس^۱ نام دارد. در این روش، هنگامی که خبرنگاران و یا گزارشگران، در صحنه حادثه و یا در منطقه بومی خودشان حضور دارند، نمایندگی‌های خبر می‌توانند اخبار و گزارش‌های آنها را دریافت کنند و از این طریق اتاق‌های خبر محلی و یا سراسری نیز به آن اخبار دسترسی پیدا کنند. یکی از مزایای به‌کارگیری خبرنگاران محلی (بومی) این است که آنها

بهتر می‌توانند به‌کار همکارانشان دسترسی داشته باشند و یا با آنها، در هر نقطه‌ای تماس بگیرند. به‌عنوان مثال، رادیو اسکس BBC در چلمس‌فورد می‌تواند از گزارشی که برای بخش خبری عصرگاهی یک تلویزیون محلی در نوریچ^۱ تهیه می‌شود، اطلاع حاصل نماید.

اتاق‌های خبر رایانه‌ای شده از دو بخش تشکیل شده‌اند: یک ویراستار دیجیتال و یک سیستم پردازنده پیشرفته Word .

اغلب شبکه‌ها، اطلاعات خود را از منابعی چون IRN (مرکز خبر مستقل رادیویی) به هر دو صورت نوشتاری و صوتی دریافت می‌کنند. سپس این اطلاعات طبقه‌بندی و ذخیره‌شده در فهرست‌های ویژه‌ای که از قبل طراحی شده است، ثبت می‌گردند تا امکان دسترسی به آن و مشاهده هر چه سریع‌تر آنها، به‌هنگام نیاز، فراهم گردد. در این سامانه شما می‌توانید به‌طور همزمان و به‌هنگام بایگانی و یا به‌روزرسانی گزارش بروی سامانه رایانه‌ای و زمانی که افراد دیگر نیز از همان نسخه صوتی یا کپی گزارش استفاده می‌کنند، بروی صفحه رایانه‌تان، آن گزارش را مجدداً نسخه‌برداری و یا تدوین کنید. درعین‌حال، ویراستار مجموعه گزارش‌های خبری نیز می‌تواند، در مدت‌زمان بسیار کوتاهی گزارش خود را بروی صفحه نمایشگر تهیه‌کرده، مدت‌زمان هر گزارش و یا کل زمان را برآورد کند و حتی ترتیب پخش گزارش‌ها را نیز تغییر دهد. در پایان تنها با تماس یک دکمه صفحه‌کلید و یا موشواره رایانه می‌توان مطالب آماده‌شده را بروی صفحه‌رایانه مشاهده و یا از آن چاپ گرفت. حتی پس از پخش گزارش، می‌توان کپی نوشتاری و یا صوتی آن را به راحتی بایگانی نمود.

بخش‌های مالی ایستگاه‌های رادیویی نیز، به‌صورت خودکار، به مطالب تهیه‌شده توسط خبرنگاران آزاد، دسترسی یافته و می‌توانند به‌سرعت حق‌الزحمه آنها را محاسبه کنند. در اکثر سامانه‌ها، بخش خاصی برای درج کامل فهرست افراد به‌همراه تلفن‌های تماس آنها در نظر گرفته‌شده، تا هر یک از کارکنان اتاق خبر بتوانند خیلی راحت و سریع با آنها تماس برقرار کنند.

همچنین اتاق‌های خبر رایانه‌ای می‌توانند کپی نوشتاری و صوتی اطلاعات را از خطوط تلفن دیجیتال که اصطلاحاً مدارهای ISDN نامیده می‌شوند، دریافت کنند. ISDN مخفف «شبکه خدمات یکپارچه و منسجم دیجیتال» است. مدارهای ISDN می‌توانند، علائمی با کیفیت کامل صدای استریو را از طریق خطوط تلفن به‌سراسر جهان منتقل کنند. علاوه‌بر این برخی از اتاق‌های خبر بزرگ‌تر، گزارشگران خود را به تجهیزات قابل حمل ویراستاری صدا مجهز می‌کنند. یکی از سامانه‌هایی که توسط IRN (مرکز خبر مستقل رادیویی) مورد استفاده قرار می‌گیرد، DAVE نام دارد. DAVE مخفف عبارت «تدوین دیداری- شنیداری دیجیتال»^۱ است. به کمک این سامانه می‌توان در مکان‌های دوردست، تدوین را بر روی صفحه نمایشگر انجام داد. این تجهیزات جمعاً به اندازه چمدانی بزرگاند که می‌توان پس‌از انجام کار، از طریق ISDN، دستگاه فکس و یا فرستنده‌های ماهواره‌ای، آن‌را به رایانه اتاق خبر مرکزی متصل کرده و اطلاعات را ارسال نمود.

مجموعه‌های گزارش‌های خبری «زنده»

می‌توان گفت یکی از انقلابی‌ترین شیوه‌های استفاده از فناوری، تولید و ایجاد مجموعه گزارش خبری «زنده» بوده است. برخی از ایستگاه‌های خصوصی رادیو، هنگامی که تمامی مجموعه گزارش خبری از رایانه پخش می‌گردد، این مورد را تجربه می‌کنند.

هر گزارش، خواه به صورت نوشتاری و یا به صورت سلسله مطالبی که به دنبال هم آمده‌اند، توسط مجری یا گوینده خبر قرائت می‌گردد. این گزارش‌ها قبلاً به صورت پوشه جداگانه در رایانه آماده و ثبت شده است.

گزارش خبری از مجموعه پوشه‌هایی تشکیل شده که براساس فهرست آماده پخش تهیه و تنظیم شده‌اند. در هنگام پخش، تک تک گزارش‌ها به دنبال هم پخش می‌شود و از آنجایی که از یک گوینده خبر برای قرائت آنها استفاده می‌شود، این مجموعه به یک گزارش خبری کامل تبدیل می‌گردد. تجهیزاتی هم برای ثبت و درج گزارش‌های تکان‌دهنده و خبرهایی که در آخرین لحظات به اتاق خبر می‌رسند، در نظر گرفته شده است.

به اعتقاد بسیاری از خبرنگاران قدیمی، ضبط پیشاپیش مجموعه گزارش‌های خبری، در هر صورت کاری نرفت‌آمیز است، چون اخبار باید همیشه تازه و زنده باشد.

در هر صورت، گزارش‌های خبر «زنده» زمانی که شرکتی به طور هم‌زمان از ایستگاه‌های رادیو FM و رادیو AM بهره‌برداری می‌کند، مفید و کارآمد خواهند بود. در چنین مواردی، به جای اینکه، یک مجموعه گزارش خبری «زنده» از هر دو ایستگاه پخش گردد، می‌توان گزارش خبری جداگانه‌ای را از قبل برای رادیو AM تهیه و ضبط کرد و گزارش دیگری را با در نظر گرفتن

ویژگی متفاوت سایر شنوندگان، ویرایش، تدوین و تهیه نمود.

استودیوها

در یک استودیوی رادیویی، از منابع یا تجهیزات مختلف صدا استفاده می‌شود. این تجهیزات عبارتند از:

- میکروفون
- سی‌دی
- نوار و کارتریج
- دیسک سخت دیجیتال
- خطوط تلفن

میز صدا به‌گونه‌ای طراحی شده که می‌توان با استفاده از کلیه این تجهیزات و امکانات، علائم الکترونیکی پخش را با هم ترکیب و سپس به فرستنده ارسال نمود. اینکه از چه منابع و تجهیزاتی باید استفاده شود، بستگی به اهداف استودیو دارد.

در یک استودیوی خبر، از حداقل تجهیزات یعنی میکروفون استفاده می‌شود. در شیوه سنتی مرسوم در استودیوهای رادیویی، میکروفون از مکان دیگری (معمولاً اتاق کنترل) باز و بسته می‌شد، و اپراتور فنی می‌توانست صدای گوینده خبر را با دیگر صداها ترکیب و تدوین کند؛ اما در حال حاضر استودیوهای مجهز خبر، جایگزین بخش وسیعی از سیستم سنتی شده‌اند تا از این طریق کارایی و اختیارات گوینده خبر بیشتر شود.

در این استودیوهای خبر پیشرفته، حداقل یک میکروفون، یک جایگاه پخش کارتریج (با سه نوع جای نوار که اصطلاحاً نوار قفسه‌ای سه‌گانه نامیده

می‌شود) و یک میز کوچک تدوین برای ادغام و یا ترکیب این صداها برای پخش، تعبیه شده است. در ایستگاه‌های پیشرفته‌تری که از فناوری دیجیتال استفاده می‌کنند، سامانه پخش رایانه‌ای جایگزین جایگاه پخش کارتریج شده و از این طریق صدای ذخیره‌شده بر روی دیسک سخت، با یک اشاره بر روی صفحه و یا تماس با صفحه‌کلید و یا موشواره، فعال می‌گردد.

در اغلب استودیوهای مجهز، تجهیزاتی از قبیل: میکروفون‌های متعدد، یک ورودی ضبط برای کارتریج‌ها یا برای ضبط و ذخیره مستقیم بر روی دیسک سخت، یک دستگاه ضبط روباز و همچنین یک واحد تنظیم‌کننده تماس‌های تلفنی و تجهیزاتی برای اتصال خطوط زمینی یا ارتباطی ISDN به خروجی دستگاه تعبیه شده است.

از چنین استودیوهایی می‌توان نه‌تنها برای گزارش‌های خبری زنده، بلکه برای ضبط مصاحبه‌ها، ضبط نوار بر روی دیسک (خواه از خط تلفن و یا دستگاه ضبط‌صوت)، راهبری مصاحبه‌های تلفنی، ضبط، جمع‌بندی، ضبط و تدوین آنها- خواه بر روی نوار ضبط‌های روباز و یا بر روی صفحه نمایشگر- استفاده کرد. درعین‌حال، استفاده از میکروفون دوم کمک می‌کند تا پخش زنده صدا بهتر صورت گرفته و هم‌زمان از حضور گزارشگر نیز در کنار مجری خبر در استودیو بهره‌گیری نمود. امکان انتخاب میکروفون مناسب برای گزارش‌های خبر نسبتاً محدود است، زیرا تعداد بسیار محدودی از انواع شناخته‌شده آن در بازار وجود دارد.

از انواع معتبر میکروفون‌ها می‌توان از **Beyer M201** و **AKG D202**

نام برد که هر دو از کارآیی بالایی برخوردارند، البته این میکروفون‌ها از نوع

جهت‌دار محسوب می‌شوند، اما میکروفون‌های چندسویه^۱ انتخاب خوبی برای استودیوهای خبری نیستند، زیرا این میکروفون‌ها، سروصدای بیشتری را از منابع ناخواسته جذب و هدایت می‌کنند.

در حال حاضر در بسیاری از استودیوهای خبری—مخصوصاً در رادیوهای خصوصی—یک پردازنده صدا تعبیه شده تا به تقویت بیشتر صداهایی که از میکروفون‌ها و همچنین دیگر منابع صوتی وارد می‌شود، کمک کند و از این طریق، خروجی صدا، پایداری و ثبات بیشتری داشته باشد.

در هر صورت، به هنگام استفاده از میکروفون‌های جهت‌دار باید بسیار دقت کرد که فاصله گوینده با میکروفون مناسب باشد، زیرا اگر این فاصله بیش از اندازه باشد، صدا، ضعیف به گوش می‌رسد و اگر کم باشد، صدا در میکروفون گیر می‌کند و با صدای ناهنجاری بیرون می‌آید و یا در آن خفه می‌شود.

در این استودیوها یک واحد هماهنگی تماس‌های تلفنی نیز وجود دارد. این تجهیزات در داخل میز صدای استودیو تعبیه شده‌اند و این امکان را فراهم می‌سازند که از گفت‌وگوی تلفنی، مستقیماً به عنوان منبع صدا - خواه برای ضبط و خواه برای پخش زنده - استفاده می‌شود.

صوت^۲ و واقعیت^۳

معمولاً ضبط «زنده» یک رویداد واقعی یا حادثه‌ای که برای یک شخص

۱. میکروفون‌های Omnidirectional مخصوص فرستنده‌هایی است که از چند جهت امواج را دریافت یا ارسال می‌کنند.

2. Audio

3. Actuality

حقیقی رخ می‌دهد، در رادیوهای خصوصی، «صوت» و در رادیوهای BBC، «واقعیت» نامیده می‌شود.

چنین مواردی به گزارش‌های خبری، جذابیت و تازگی خاصی می‌بخشد، به همین دلیل، شما باید سعی کنید هر زمان که لازم است از آنها در مجموعه گزارش خبری خود استفاده نمایید.

این «صوت» می‌تواند شامل هر چیزی باشد، از گزیده ۱۷ ثانیه‌ای سخنان نخست‌وزیر در مجلس عوام گرفته تا مصاحبه محلی با یک افسر آتش‌نشانی حاضر در صحنه تصادف قطار.

به‌خاطر داشته باشید که این صوت، در هر صورت باید به گزارش اضافه شود. خوب فکر کنید و در نظر داشته باشید که در این «صوت» چه چیزهایی گفته می‌شود و در کل چگونه می‌تواند با گزارش در ارتباط و یا تناسب باشد و از آن فقط به‌خاطر لزوم درج آن در گزارش و یا اثبات حضورتان در صحنه حادثه استفاده نکنید.

کیفیت صدا

در خصوص کیفیت فنی صدا خیلی دقت کنید. اگر صدا از کیفیت لازم برخوردار نیست، خیلی راحت از آن صرف‌نظر کنید. هیچ‌وقت خودتان را مجبور به استفاده از گزارش‌های صوتی با کیفیت نامناسب نکنید، آن هم به خاطر اینکه فردی را برای تهیه گزارش فرستاده‌اید و یا تلاش‌هایی برای ضبط و آماده‌سازی آن انجام داده‌اید.

به‌خاطر داشته باشید، اگر کیفیت بر صدا در هنگام آماده‌سازی آن صدا برای ارسال به‌فرستنده، باعث شود که شما منظور گوینده آن را درک نکنید،

باید همان موقع برای جبران آن اقدام کنید، در غیر این صورت، اگر این صدا به فرستنده رادیو منتقل شود، دیگر ارزش چندانی نخواهد داشت.

گزارش صوتی باید به نوبه خود قابل فهم و واضح و با یکبار گوش کردن قابل درک باشد. اگر شنونده شما، دو یا سه ثانیه وقت صرف کند تا حدس بزند چه چیزی گفته می‌شود، در این صورت، شما در تلاش‌های خود با شکست مواجه شده‌اید. اگر شنوندگان رادیو به روخوانی از روی یک نسخه گزارش با صدای مجری گوش کنند، به مراتب بهتر است از اینکه یک گزارش صوتی با کیفیت نامناسب بشنوند.

تدوین صدا

به بخش‌های انتخاب‌شده گزارش صوتی با دقت گوش کنید و اطمینان حاصل نمایید که تک‌تک کلمات واضح و قابل فهمند. بخش‌های ناخواسته‌ای چون «اوم»، «ام» و تپ‌ها یا مکث‌های بی‌مورد را حذف کنید، اما در عین حال، توجه داشته باشید که این «صوت» نباید خیلی غیرطبیعی به نظر برسد. همچنین توجه داشته باشید که تدوین یا حذف صدا به صدای پس‌زمینه آسیبی نرساند. دقت کنید تمامی این تدوین‌ها ظریف و ماهرانه صورت پذیرد و در این میان، مکث‌هایی که برای نفس تازه کردن ایجاد می‌شوند، در جای صحیح قرار بگیرند.

صداگذاری

صداگذاری عبارت است از انتقال یک بخش صوتی از یک ضبط به دستگاه ضبط دیگر. این انتقال ممکن است در سیستم ضبط آنالوگ و از یک دستگاه ضبط کاست به یک دستگاه ضبط روباز و یا در اتاق خبر دیجیتال، از نوار

DTA به دیسک سخت رایانه برای تدوین صورت بگیرد.

سطوح مختلف صدا و تنظیم آن

هرگز نباید اهمیت تنظیم سطح صدا را دست کم گرفت. اگر زمان قابل توجهی صرف تهیه و آماده‌سازی یک گزارش شود و آنگاه شنونده رادیو به دلیل کوتاه و یا بلندبودن صدا به آن گوش ندهد، در این صورت، تمامی تلاش‌های صورت گرفته در این زمینه، بی‌ثمر خواهد بود.

زمانی که صدا برای پخش بر روی کارت‌ریج و یا رایانه منتقل می‌شود، هرگز نباید اهمیت تنظیم سطح آن را فراموش کرد، زیرا هنگامی که این صدا در مجموعه گزارش خبری و یا در برنامه‌ای پخش می‌گردد در صورتی که سطح آن از قبل تنظیم شده باشد، دیگر نیازی به تنظیم مجدد بلندی و کوتاهی آن وجود نخواهد داشت.

در استودیو، این تنظیم صدا توسط «دستگاه سنجش اوج برنامه» یا «PPM» انجام می‌شود. ایستگاه‌های مختلف رادیویی برای خودشان قواعد و مقررات متفاوتی را در ارتباط با اوج سطح صدا (PPM۵) در نظر می‌گیرند. صداهایی که از تلفن ضبط می‌شوند، باند فرکانس کوتاه‌تری دارند، بنابراین سطح PPM در نظر گرفته شده برای صدای تلفنی کمی بیشتر و حداکثر PPM۶ است؛ در این صورت سطح مناسب صدا به دست خواهد آمد.

تجهیزات کنترل‌کننده میزان تنظیم صدا یا EQ بر روی میز صدا نیز می‌توانند مفید و یا مضر باشند. این کنترل‌های جذب‌کننده تُن صدا، به کنترل‌های صدای بم یا صدای زیر در سامانه‌های استریوی خانگی شباهت دارند، اما از آنها پیچیده‌تر و ظریف‌ترند. به عنوان مثال، به کمک این کنترل‌ها

می‌توانید، فرکانس‌های بلندی چون صدای سوت نوار یا فرکانس‌های کوتاهی چون صدای سیستم تهویه هوا را حذف کنید. همچنین از آنها، برای تنظیم کیفیت صوتی صداها نیز استفاده می‌شود. به هر حال، به هنگام انجام کار باید بدانید که چه کار می‌کنید. ممکن است صدای مبهم یا خفه‌شده‌ای را که دارای مشکلاتی چون کوتاهی یا بلندی سطح صدا بوده، در اثر سهل‌انگاری از جای نامناسب حذف کنید، تا جایی که شنونده رادیو نتواند به درستی آن را بشنود.

تلفن در برابر کیفیت صدا

دو نظریه متفاوت درباره مزیت صدای تلفن بر کیفیت صدا در اتاق خبر وجود دارد. معمولاً همه قبول دارند که کیفیت صدای گفت‌وگوی زنده به مراتب بهتر از صدای ضبط‌شده از تلفن است. در نظر داشته باشید که مصاحبه‌ای که با صدای پس‌زمینه آن از قبیل، سروصداها، دفتر کار، کارخانه و یا خیابان پرتراфик، ضبط می‌شود، بسیار بهتر به نظر خواهد رسید. چنین صداهایی احساس «شلوغ‌بودن» را به شنونده القا می‌کنند. در موارد استثنایی که به صدای پس‌زمینه نیازی نیست، ضرورتی ندارد که گوشه «خلوت و آرامی» را پیدا کرده و مصاحبه را در آنجا ضبط کنید. در این صورت، این تصور در ذهن شنونده پدید می‌آید که مصاحبه در استودیو انجام شده و ارزش چندانی ندارد.

معمولاً از صدای تلفنی به عنوان روش ارزان و راحت انجام مصاحبه یاد می‌شود، زیرا در آن نیازی به صرف زمان و هزینه سفر برای انجام مصاحبه نیست. چنین مواردی خیلی هم ضروری نیستند و معمولاً برای انجام

مصاحبه‌هایی از این قبیل، تنها اجازه سردبیر لازم است. اما تحقیق و بررسی نشان داده است که در کل، شنوندگان به گزیده‌ها و یا بخش‌های تلفنی توجه چندانی نشان نمی‌دهند، زیرا آنان فکر می‌کنند، که این گزارش‌ها چون خیلی فوری باید تهیه می‌شده، توسط تلفن انجام گرفته است. به اعتقاد آنها، حتماً مسئله زمان تهیه گزارش مطرح بوده که به برنامه‌ریزی، سفر و صرف هزینه و وقت بسیار توجه نشده است.

با وجود این، صدای تلفنی نه تنها از بهترین ویژگی رادیو — که همان نزدیکی و قرابت با شنونده است — بهره می‌گیرد، بلکه برای ایستگاه‌های رادیویی کوچکی نیز که از حداقل کارکنان و امکانات استفاده می‌کنند، به لحاظ اقتصادی مقرون به صرفه خواهد بود.

انواع مصاحبه

هدف انجام مصاحبه، جمع‌آوری مطالب صوتی قابل‌استفاده در جهت تبیین یا توصیف گزارش خبری است. این مطالب صوتی ممکن است به صورت زنده پخش شوند و یا از قبل تهیه شده باشند. اگر برنامه صوتی از پیش ضبط شده باشد — که احتمال آن هم بیشتر است — نتیجه پایانی باید بین ۱۵ ثانیه تا چند دقیقه در نظر گرفته شود. گزینه صوتی به نوبه خود می‌تواند در مجموعه گزارش خبری، که مجموعه‌ای از گزینه‌های برنامه است، مورد استفاده قرار گیرد. در مصاحبه‌های خوب و مناسب، به‌رغم کاربردهای متفاوت آنها، اصول تهیه یکسان است و در نوع استفاده از آنها نیز تفاوتی وجود ندارد. ما برای انجام مصاحبه دلایل متفاوتی داریم که عبارتند از: بسط، توضیح و یا توصیف یک رویداد، اعتباربخشیدن به گزارش خبری، پی‌گیری و بررسی یک حادثه، اعطای حق پاسخگویی، القا احساسات و ترسیم فضای حادثه، اما پیش از آنکه کار خود را آغاز کنید، باید برایتان روشن باشد که چه نوع مصاحبه‌ای و با چه هدفی انجام می‌دهید.

مصاحبه‌های خبری - اطلاعاتی

اصولاً چنین مصاحبه‌هایی، عقاید و اطلاعات واقعی را روشن می‌سازند. به‌عنوان مثال، اینکه «چه تعداد آمبولانس به دلیل مشکلات تعمیر و نگهداری، بلااستفاده مانده‌اند» و یا اینکه «شما به‌عنوان عضوی از پارلمان، در جلسه مهم رأی‌گیری امشب مجلس، قصد دارید چه شیوه‌ای را در پیش بگیرید؟» و یا اینکه «چرا با وجود یخبندان شب گذشته، جاده‌های اصلی استان شن‌پاشی نشده‌اند؟» از جمله سؤالاتی محسوب می‌شوند که به روشن‌شدن ذهن مخاطبان می‌انجامند. به برخی از کلماتی که در این پرسش‌ها مطرح شده دقت کنید. کلمات مهم پرسش عبارتند از: چه کسی، چه چیزی، کجا، چرا، چه وقت و چگونه. سؤالاتی که با این کلمات آغاز می‌شوند، اطلاعات بیشتری را بیرون خواهند کشید تا سؤالاتی که فقط با «بله و خیر» پاسخ داده شوند.

بنابراین به‌کارگیری چنین سؤالاتی در رادیو مفیدتر است و کارآیی بیشتری دارد. به چنین سؤالاتی، پرسش‌های صریح و شفاف گفته می‌شود.

پرسش‌های سربسته، مواردی را از قبیل «آیا به‌نظر شما، شب گذشته در جاده‌های اصلی استان به اندازه کافی شن‌پاشی صورت گرفته است؟» شامل می‌شود و در نهایت در مصاحبه‌ها، سؤال شما با پاسخ «بله» یا «خیر» خاتمه می‌یابد. در مصاحبه‌ای که هدف آن تنها آشکارشدن اطلاعات است، به‌طور یقین، با طرح سؤالات کوتاه اما صریح و شفاف به هدف اصلی خود خواهید رسید.

مصاحبه‌های تفسیری

مصاحبه‌های تفسیری با انواع دیگر مصاحبه‌ها، تفاوت کلی دارند. هدف از انجام این نوع مصاحبه تعبیر و تفسیر حقایق و اطلاعاتی است که تا آن زمان

بر همگان معلوم باشد. برای مثال، وقتی که نرخ بهره، بار دیگر افزایش می‌یابد، معمولاً از کارشناسان اقتصادی سؤال می‌شود که چنین رویدادی چه تأثیری بر نرخ وام مسکن خواهد گذاشت. در این صورت، شما باید سؤالاتی را با استفاده از کلمه «چه» یا «چگونه» مطرح کنید، زیرا در چنین حالتی، دیگر با مسائل و مشکلات موقعیت کنونی سروکار نخواهید داشت، بلکه از کارشناسان می‌خواهید با استناد به دانش و آگاهی خود از آنچه که در موقعیت‌های مشابه گذشته رخ داده، نگاهی به آینده بیندازند و نمایی از احتمالات را ترسیم کنند.

مصاحبه‌های احساسی - هیجانی

یکی از نیرنگ‌آمیزترین و ماهرانه‌ترین انواع مصاحبه‌ها، مصاحبه احساسی - هیجانی است. در یک گزارش خبری خوب و مناسب، تمامی رنگ‌ها و سایه‌های تجربیات احساسی انسان مطرح می‌شود. همیشه مواردی چون شغف و شادی زایدالوصف و ورزشکاری که توانسته رتبه‌ای تازه از خود بر جای بگذارد، نگرانی مادری که کودکش مفقود شده، عصبانیت مردی که مورد حمله قرار گرفته و یا ربوده شده، وجود دارند. در یک مصاحبه احساسی - هیجانی، گاه چند لحظه سکوت، گویاتر از بیان هر کلام دیگری است، زیرا مطرح کردن موضوع مورد بحث، ممکن است موجب ایجاد وقفه و یا به هم ریختن تمرکز افکار فرد، در میانه این پریشانی روحی - روانی گردد.

گاهی اوقات، از خبرنگاران، به دلیل آسیب‌رساندن به عواطف و احساسات افرادی که در مشکل و یا ناامیدی به سر می‌برند، شکایت و انتقاد شده است. در حقیقت، اگر خود این افراد مایل نباشند، هیچ فرد دیگری نمی‌تواند آنان را

و اداری به صحبت کند، البته برخی معتقدند که این افراد، با بیان احساساتشان آرامش می‌یابند.

پس از یک حادثه قطار یا تصادف در بزرگراه به ندرت بازماندگان حادثه تمایل دارند که درباره خودشان صحبت کنند. در چنین مواردی، اغلب به خبرنگاران توصیه می‌شود، به‌هنگام توصیف صحنه حادثه، کلام را کوتاه کنند تا از این طریق از شوک و هراس وارده بر فرد بکاهند.

به‌هرحال، در اینجا قصد نداریم از کردارهای اقلیت کوچکی از خبرنگاران — اغلب خبرنگاران روزنامه‌ها — که در تهیه گزارش، پا را از گلیم خود فراتر می‌گذارند چشم‌پوشی کنیم. این افراد در تلاش‌های خود سعی می‌کنند گزارش را هر چه بیشتر هیجانی و غم‌انگیز کنند و این شیوه پسندیده‌ای نیست، زیرا آنان به هیچ عنوان حق ندارند، بدبختی و فلاکت مردمی را که در آن حال به‌اندازه کافی از آن رنج می‌برند، بزرگ‌تر کنند و باعث رنج بیشتر آنها شوند.

تدارک مقدمات مصاحبه

اگر قصد دارید سؤالات معقولی را طرح کنید، حتماً موضوع بحث را در نظر داشته باشید. منظور این نیست که حتماً باید در آن حوزه تخصص داشته باشید، بلکه چند دقیقه تحقیق و پژوهش قبل از انجام مصاحبه اهمیت بسیاری دارد. البته گاهی پیش می‌آید که بدون هیچ مقدمه و فرصتی برای آماده‌سازی شرایط، مجبور به انجام مصاحبه می‌شوید. در چنین موقعیتی از خود فرد مصاحبه‌شونده به‌عنوان یک منبع تحقیقاتی استفاده کنید. مثلاً اگر قرار است با یکی از نمایندگان اتحادیه‌ای که فراخوان اعتصاب عمومی

کارگری داده است، مصاحبه کنید و تنها چیزی که شما می‌دانید، نام فرد مصاحبه‌شونده، نام کارفرمای او، یا شرکتی که در آن کار می‌کند و یا نام اتحادیه‌ای است که نمایندگی آن را برعهده دارد، اگر پیش از انجام مصاحبه از او بخواهید که مختصری درباره خودش توضیح دهد، در این صورت دو احتمال وجود دارد: یا در نهایت صداقت و ادب به شما احترام می‌گذارد و یا اینکه شما را به‌خاطر بی‌اطلاعی در این زمینه سرزنش و یا تحقیر می‌کند؛ که این هر دو احتمال اجتناب‌ناپذیر خواهند بود.

در چنین شرایطی مصاحبه خود را با یک سؤال کلی شروع کنید. مثلاً بپرسید: «به‌نظر شما چرا در زمان حاضر وقوع اعتصاب غیرقابل پیشگیری است؟». پاسخ به این سؤال، بدون اشاره به کارفرما و آخرین پیشهادات او تقریباً امکان ندارد! آن‌وقت شما خواهید فهمید که آخرین پیشنهاد کارفرما مثلاً افزایش چهار درصدی دستمزدها بوده است. در اینجا شما بحث را ادامه دهید و بپرسید: «به‌نظر شما کارکنان و یا کارگران با افزایش چند درصدی موافقند...» و این‌گونه مصاحبه آغاز می‌شود.

مکان مصاحبه

مصاحبه را در هر جایی می‌توانید انجام دهید. اکثر این مصاحبه‌ها از قبل تهیه و ضبط می‌شوند، اما حتی می‌توان مصاحبه‌های زنده را در مکان‌های خارج از استودیوهای سنتی، راهبری و اجرا نمود.

هنگامی که عازم محل مصاحبه هستید، از حداکثر فرصت‌ها و امکانات موجود استفاده کنید. حتی می‌توانید از صداهای موجود در آن موقعیت نیز در صورتی که در ارتباط با موضوع موردبحث باشند، استفاده نمایید. اما بعضی از

مصاحبه‌شونده‌ها برای بهتر ضبط شدن مصاحبه ممکن است، از شما بخواهند که به اتاق ساکت و خلوتی بروید. چنین اتاق‌هایی به ندرت قابل استفاده‌اند و اغلب با هدف کاربری استودیویی ساخته نشده‌اند. مخصوصاً در بسیاری از سازمان‌ها و کارخانه‌ها اتاق‌هایی که به این منظور اختصاص می‌یابد با دیوارهای براق و مجهز به اشیاء سخت فلزی طراحی و ساخته شده است. اگر مصاحبه‌ای در چنین اتاق‌هایی انجام شود، گویی که آن مصاحبه در یک حمام یا استخر انجام شده و صدای ضبط‌شده دارای پژواک شدید است.

این اتاق‌های خلوت و ساکت، اگر به خوبی هم تجهیز شده باشند و از لحاظ صوتی و شنوایی قابل تحمل باشند، باز هم یک عیب خیلی بزرگ دارند و آن خسته‌کنندگی و حشتناک آنهاست. شما برای یک مصاحبه عازم موقعیت خارج از استودیو می‌شوید، تا فضا و رنگ صدای آن مکان را برای شنونده ترسیم کنید. در اینجا رنگ‌ها، همان صداها و قلم‌مو، همان میکروفون؛ اما اصول کار یکی است. بنابراین صدای مدیر فرودگاه را به همراه صدای چندین هواپیمای جت که بر روی باند فرودگاه در حال حرکتند، ضبط کنید و یا با نماینده اتحادیه در نزدیکی خط تولید کارخانه و یا با معلم مدرسه در کنار بچه‌هایی که در محوطه باز مدرسه، بازی می‌کنند، مصاحبه کنید (اگر در این میان زنگ مدرسه به صدا درآید، حتماً آن را نیز به مصاحبه اضافه کنید، زیرا به چاشنی آن خواهد افزود). اگر هیچ‌یک از این امکانات وجود نداشت، آسوده باشید و مصاحبه را در فضای آزاد انجام دهید. ترکیبی از صدای پرندگان، ترافیک خیابان، قدم‌های عابران، خش‌خش برگ درختان و حتی صداهای مشابه، همان چیزی را پدید می‌آورد که اصطلاحاً آن را «اتمسفر» یا «فضا» می‌نامیم. در حقیقت تمامی اینها همان صداهایی هستند که از قبل

برروی سی‌دی ضبط می‌شوند و در ایستگاه‌های خصوصی رادیو برای خلق مصنوعی فضای خارج از استودیو مورد استفاده قرار می‌گیرند.

«فضا» یا «اتمسفر» پدیده واقعاً عجیبی است. ما در دنیای واقعی اصلاً به آن توجهی نداریم. اما وقتی از رادیو پخش می‌شود، تازه آن وقت توجه شنونده را به سوی خود جلب می‌کند.

مراقب خطرات صدای پس‌زمینه نیز باشید. این صداها نباید خیلی بلند باشند و یا سبب آزرده‌گی و ناراحتی مصاحبه‌شونده گردند. اغلب در چنین شرایطی، مصاحبه‌شوندگان تمرکز خود را از دست می‌دهند و یا مجبور به فریادزدن می‌شوند.

در نظر داشته باشید، سروصدای یکنواخت مانند ترافیک، اغلب روند تدوین را با مشکل مواجه خواهد ساخت. در چنین حالتی، صدای پس‌زمینه در هر پیوند، دچار تغییر ناگهانی و یا جهش می‌شود.

هیچ‌وقت وسوسه نشوید صداهایی را که در صحنه وجود ندارند از روی سی‌دی افکت به آن اضافه کنید؛ زیرا چنین مصاحبه‌ای عینی و واقعی نخواهد بود. البته می‌توان پس از انجام مصاحبه، مثلاً برای چند ثانیه صدای معمولی پس‌زمینه را بدون هرگونه صحبت و یا کلامی ضبط کرد و بعداً به مصاحبه افزود. این صدای پس‌زمینه بدون کلام^۱ نامیده می‌شود و هنگامی که تدوین نوار مصاحبه غیرممکن می‌شود، می‌توان از آن استفاده نمود. البته گاهی از این صدای پس‌زمینه برروی نوار اصلی و برای پوشاندن یک پیوند یا بخش حذف‌شده، استفاده می‌شود؛ حتی می‌توان از آن به‌منظور اتصال چند گزیده صوتی و یا برنامه استفاده نمود.

1. Wildtrack

«صباحانه چه چیزی خوردید.» و یا «صبح را چگونه آغاز کردید.»

چنین سؤالاتی کم‌کم وارد فرهنگ گزارشگری رادیو شده‌اند. اغلب افراد با سابقه رادیو و یا حتی برخی از تازه‌واردان، فکر می‌کنند که طرح چنین سؤالاتی، به شروع مصاحبه و تداوم گفت‌وگو کمک می‌کند. اما این پرسش‌ها بسیار مصنوعی‌اند و بهتر است که از طرح آنها اجتناب شود؛ مخصوصاً پس از آنکه یکی از سیاستمداران مشهور در پاسخ این پرسش که صبح را چگونه آغاز کرده‌اید، گفته است: «با یک مصاحبه‌کننده!»

بهترین و کاربردی‌ترین روش در آغاز مصاحبه آن است که از نام و عنوان شغلی مصاحبه‌شونده سؤال شود. پس از آن کم‌کم می‌توانید گفت‌وگو را بسط دهید و ناگهان مشاهده خواهید کرد که مصاحبه شما به حوزه اطلاع‌رسانی مفید وارد شده است. به‌عنوان مثال یا برچسب‌های کاغذی که معمولاً افراد بر روی سینه خود می‌چسبانند متکی نباشید، زیرا این افراد در لحظات حساس، آنها را از روی لباس خود جدا می‌سازند.

اگر وقت دارید، کمی گفت‌وگوی دوستانه پیش از آغاز مصاحبه بسیار مفید خواهد بود. مصاحبه‌شونده حق دارد از شما بپرسد، که به‌طور کلی مصاحبه درباره چیست. البته اگر موضوع هنوز برای او روشن نشده است می‌توانید با او بیشتر صحبت کنید. اما هرگز اجازه ندهید مصاحبه‌شونده فقط بر روی فهرست سؤالاتی که از پیش آماده‌شده، پافشاری کند. در اینجا نمی‌توانید خودتان را به شیوه و یا روشی خاص محدود کنید، زیرا اگر قبول کنید که فقط سؤالات خاصی را مطرح نمایند، در این صورت نخواهید توانست، درباره موضوعات جالب دیگری که با ادامه بحث و گفت‌وگو

مطرح می‌شوند، صحبت کنید.

مراقب زبان گفتاری خود باشید

البته جای هیچ شکلی نیست که تمامی کارکنان رسانه‌ها، باید از کلمات قابل قبول برای پخش استفاده کنند، اما زبان دیگری هم وجود دارد که همان زبان حرکات است. ممکن است مصاحبه‌شونده با حرکات بدنی خود سهواً مطالب بسیاری را درباره وضعیت روحی خود مطرح کند. دست‌هایی که بر روی سینه و بر روی هم قرار می‌گیرند، نشان‌دهنده نوعی حالت تدافعی‌اند؛ دستانی که با شدت به هم فشرده می‌شوند، پاهایی که به صورت ضربدر بر روی هم قرار می‌گیرند و انگشتانی که بر روی میز ضربه می‌زنند، همگی نشان‌دهنده حالات مختلف اضطراب و ناآرامی است. درعین حال، به خاطر داشته باشید که باید با طرح یک خواهش مؤدبانه، از مصاحبه‌شونده بخواهید که دیگر با انگشتانش بر روی میز ضربه نزند و یا صدایی تولید نکند، در غیر این صورت، نوار مصاحبه به خاطر ضبط این صداها، عجیب و غریب خراب می‌شود. میکروفون را هم درست نگهدارید و انگشتان خود را زیاد حرکت ندهید، زیرا ممکن است باعث خراشیدگی و یا آسیب دیدگی و پارگی پوشش خارجی میکروفون گردد. میکروفون را نزدیک بینی مصاحبه‌شونده نگاه ندارید، چون سبب ایجاد اضطراب در او می‌شود و حواسش را از موضوع اصلی منحرف می‌سازد؛ میکروفون را تقریباً در نزدیکی چانه شخص بگیرید.

شیوه طرح سؤال

با طرح سؤال، مصاحبه‌شونده به صحبت کردن ترغیب می‌شود. این وظیفه شما است؛ اما هرگز سعی نکنید که بر مجموع گفت‌وگو تسلط پیدا کنید، زیرا

شنونده بیشتر مایل است صدای مصاحبه‌شونده را بشنود تا صدای مصاحبه‌کننده را.

تماس چشمان

با نفوذ چشمانتان، موضوع بحث را پیش‌برید. این یک نصیحت دوستانه است، اما نگاه‌های کوتاه و گاه‌وبیگاه، تنها باعث خشم فرد روبه‌روی شما خواهد شد.

گاه‌گاهی سرتان را به‌علامت تأیید تکان‌دهید و وانمود کنید که با علاقه، به صحبت‌های او گوش می‌کنید و صحبت‌هایش را می‌فهمید. هرگز از کلماتی چون «بله»، «حتماً»، «می‌فهمم» و یا دیگر اشارات صوتی که در مکالمات روزمره به کار می‌بریم، استفاده نکنید، در غیر این صورت، هنگامی که نوار ضبط‌شده مصاحبه، دوباره پخش شود، آنگاه خواهید فهمید که این اشارات صوتی شما به یک پارازیت واقعی تبدیل شده است.

برای حصول اطمینان از بلندی یا کوتاهی صدا، ضبط‌صوت را امتحان کنید، حتماً در ابتدا از حرکت نوار کاست یا DAT مطمئن شوید، سپس خود نوار را بررسی کنید و به موضوع مورد بحث نیز توجه کنید. اگر برای مدتی طولانی به‌جای دیگری خیره شوید، فرد روبه‌روی شما تمرکزش را از دست خواهد داد و یا تصور خواهد کرد که شما از این گفت‌وگو خسته شده‌اید.

گوش‌کردن به پاسخ‌ها

این هم شیوه دیگری برای بررسی سؤالات از پیش طراحی شده است. باید دقت کنید که اصل موضوع مورد بحث درباره چیست؟ مصاحبه‌شونده: «بنابراین، یک فرد ق‌دبلند، مثلاً فردی به بلندی بیش از ۱۸۲ سانتی‌متر برای

یافتن لباس مناسب، واقعاً با مشکل مواجه می‌شود». گزارشگری که به موضوع گوش نکرده است: «پس قد شما چه اندازه است؟» مدام یک سؤال را پرسیدن (اصرار مداوم بر یک موضوع). سعی کنید، هرگز بی‌هدف پرسه نزنید: گزارشگر: «پس به نظر شما رانندگان اتوبوس، حقوق کافی دریافت می‌کنند. اما چیزی که هست، آنها می‌گویند که دستمزد کافی نمی‌گیرند، بنابراین ممکن است دست به کار شوند؛ یعنی، آیا واقعاً اعتصاب می‌کنند؟»

هم‌زمان، چند سؤال را با هم مطرح نکنید: گزارشگر: «آیا حقیقت دارد که زمستان گذشته، بیش از سی هزار پوند (معادل هزار دلار آمریکا) هزینه جاده‌های استان شده و نیز اینکه برای شن‌پاشی و جلوگیری از یخ‌زدن جاده‌ها از نمک استفاده کرده‌اید، اما با این حال هیچ فایده‌ای نداشته است؟» هیچ‌وقت سعی نکنید، ابتدای جمله را با حالت پرسشی آغاز کنید و ناگهان در اواسط جمله صحبت را قطع کنید: گزارشگر: «آیا شما به جنایتکاران توصیه می‌کنید که سراغ پلیس، اعضای شورای شهر و مراکز مشاوره، مراکز خبررسانی و... بروند؟»

هرگز موضوع مورد بحث را قطع نکنید، مگر در مواردی که احساس می‌کنید بدون دخالت شما، بحث بی‌مورد ادامه خواهد داشت. اغلب قطع کردن صحبت دیگران، بسیار نابجا صورت می‌گیرد و تدوین و انتخاب یک گزیده صوتی از میان آن، کار بسیار مشکلی خواهد بود.

اگر هنوز هم در انتخاب سؤال مناسب شک دارید، اصول کار را به خاطر بیاورید: کلمات پرسشی عبارتند از: چه کسی، چه چیزی، کجا، چرا، چه وقت و چگونه. برای مثال، «چه اتفاقی افتاده است؟» یا «حادثه در کجا اتفاق افتاده؟» یا «چرا مربی این تیم ورزشی از کار برکنار شد؟» یا «چند نفر در این حادثه

مجروح شده‌اند؟» و یا «این جاده چه وقت تمیز می‌شود؟» در این گونه موارد، هیچ اولویتی وجود ندارد. به هر حال، طرح این سؤالات مستقیم به شما کمک می‌کند که سریعاً به اطلاعات مورد نظر دسترسی پیدا کنید؛ در چنین صورتی است که می‌توانید هر زمان که لازم شد سؤالات تکمیلی را مطرح نمایید.

سؤالات برجسته

این گونه سؤالات، پاسخ‌های خاص خود را دارند و زمانی می‌توانید از آنها استفاده کنید که در نظر دارید فرصتی را به مصاحبه‌شونده بدهید تا چیزی را بگوید و بتوانید از آن یک گزینه صوتی تهیه کنید.

در استفاده از این سؤالات هرگز افراط نکنید. در غیر این صورت، کلمات و جملات دلخواه خود را در دهان فرد مصاحبه‌شونده خواهید گذاشت. همچنین در نظر داشته باشید که معمولاً این گونه سؤالات خیلی سربسته مطرح می‌شوند و به پاسخ بله و خیر منتهی می‌گردند. مانند این جملات: «پس منظور شما این است که مادران باید خیلی بیشتر از کودکان خود مراقبت کنند؟» و یا «حتماً شما از این تصمیم خیلی عصبانی شدید؟»

سؤالات کلیشه‌ای

از قبل درباره فنون پرسشی خودتان فکر کنید. هر سؤالی که طرح می‌شود، حتماً باید با هدفی خاص عنوان گردد. هرگز خود را گرفتار عادت‌های قدیمی و مسخره مصاحبه‌کنندگان بی فکر و ناآگاه نکنید.

گزارشگر (خطاب به زنی که هق‌هق گریه می‌کند): «شما الان چه احساسی دارید...؟»

پس از مصاحبه

بیش از حد مصاحبه را طولانی نکنید. به خاطر داشته باشید که قرار است شما یکبار دیگر این مصاحبه را از اول گوش کنید. اگر قرار باشد، یک برنامه ۴۰ ثانیه‌ای از آن تهیه کنید، پس مدت زمان ۱۵ دقیقه برای مصاحبه‌ای که ضبط می‌کنید، زیاد خواهد بود.

مدت زمان مصاحبه‌ای که ضبط می‌کنید نباید بیشتر از ۱۰ برابر زمان دلخواه شما باشد، در این صورت، ضبط مصاحبه‌ای، با مدت زمان بیش از ۵ دقیقه، ضرورتی نخواهد داشت. هنگامی که مجدداً به نوار گوش می‌دهید، به محض آنکه آنچه را که می‌خواهید، شنیدید، نوار را برگردانید و گزیده خود را انتخاب کنید. ضرورتی ندارد که به امید شنیدن مطالب بهتر، بقیه نوار را گوش دهید.

اظهار تشکر

فراموش نکنید که در پایان باید از فرد مصاحبه‌شونده تشکر و قدردانی کنید. صرف نظر از ادب و احترام، این یکی از اصول اولیه برقراری روابط عمومی است، زیرا ممکن است در آینده نیز بار دیگر مجبور شوید مصاحبه‌ای را با همین فرد انجام دهید.

مصاحبه‌های خاص

مصاحبه‌های زنده

انجام مصاحبه‌های زنده کاری بسیار مشکل است، به خصوص در مواردی که حادثه‌ای تکان‌دهنده رخ می‌دهد و شما مجبور می‌شوید، به صورت زنده در

مجموعه گزارش‌های خبری خود این برنامه را پخش کنید. گاهی پیش می‌آید که تنها ۶۰ ثانیه وقت به این مصاحبه اختصاص داده می‌شود. کار را خیلی سریع آغاز کنید. در ابتدا از سؤالات مهم و اولیه شروع کنید و اجازه ندهید پاسخ هر سؤال طولانی شود، زیرا ممکن است کل زمان مصاحبه به پاسخ به یک سؤال اختصاص یابد و برنامه خراب شود. بر روی اصل موضوع و کسب اطلاعات تمرکز داشته باشید. شاید مجبور شوید، صحبت فرد مقابل را قطع کنید. چنین مداخله‌ای اجتناب‌ناپذیر است.

Vox pops یا افکار عمومی

از Vox pops که به معنای یا آراء و افکار مردمی است، برای پرداختن به موضوعات کم‌اهمیت‌تری چون نحوه برگزاری جشن روز والتاین^۱ استفاده می‌شود.

یک برنامه Vox pops یا مردمی خوب و مناسب، تشکیل شده از مجموع جملات کوتاهی است که به‌طور تصادفی از مردم عادی کوچه و بازار ضبط و تهیه می‌شود. سپس این مجموعه به‌طور منظم در کنار یکدیگر قرار داده می‌شود و در نهایت به‌صورت یک مجموعه کامل دربرگیرنده نظرات مردم عادی، تدوین می‌گردد. در تهیه چنین برنامه‌ای، مصاحبه‌شوندگان خود را به‌طور یکسان از میان افراد پیر و جوان و نیز زن و مرد انتخاب کنید. سؤال مطرح شده باید مستقیماً با موضوع در ارتباط باشد. در خیابان‌ها بگردید و این سؤال واحد را از افراد مختلف پرسید. مصاحبه خود را تنها به یک فرد محدود و یا طولانی نکنید. در چنین مصاحبه‌ای ذکر اسامی مصاحبه‌شوندگان و حتی اسم و عنوان خبرنگار مصاحبه‌کننده نیز ضرورتی ندارد. در اینجا به‌عنوان مثال، نمونه‌ای را درباره تولد در خاندان سلطنتی مطرح می‌کنیم:

«نوزاد دختر شاهزاده شارون، «تریسی جین فرانسیس ویکتوریا» نام‌گذاری شده است. این خبر باعث شگفتی همگان گردیده است، زیرا هرگز در خاندان سلطنتی مرسوم نبوده که نام تریسی را بر یکی از اعضای خاندان سلطنتی

۱. ST. Valentine «روز ۱۴ فوریه هر سال، سالگرد شهادت والتین مقدس است. این روز، روز عشاق نامیده می‌شود و هر فرد در این روز برای هر کس که دوستش دارد، کارت تبریک و هدیه تدارک می‌بیند.»

انگلستان بگذارند. در این خصوص ما به خیابان‌ها می‌رویم تا نظر مردم «ساوت‌اند» را درباره‌ی شاهزاده تریسی بپرسیم...»

اگر اکثریت قابل‌توجهی از مردم درباره‌ی موضوع موردبحث، اتفاق رأی داشتند، شما باید در گزارش‌تان مختصری به آن اشاره کنید. اما اگر اکثریت مردم با نامیده‌شدن شاهزاده نورسیده به این نام، مخالف بودند، شما باید در برنامه کوتاه‌تان بیشترین زمان را به نشان‌دادن مخالفت عموم مردم اختصاص دهید. در صورتی که امکان داشت حتماً برنامه خود را با یک بخش خنده‌آور (فکاهی) تمام کنید.

به‌خاطر داشته باشید، اغلب مردم دوست ندارند، گهگاه یک خبرنگار رادیویی مزاحمشان شود. بنابراین، لبخند به لب داشته باشید، ضبط خود را از قبل آماده و روشن کنید و با نهایت ادب و احترام به آنها نزدیک شوید. هرگز افراد بی‌حوصله‌ای را که دوست ندارند در این باره چیزی بدانند، اذیت نکنید، زیرا اگر احساس کنند که شما باعث ناراحتی آنها می‌شوید، به‌سراغ پلیس می‌روند و با بی‌احترامی از ایستگاه رادیویی شما یاد می‌کنند و آنگاه پلیس مانع ادامه‌کارتان خواهد شد.

کنفرانس‌های خبری

در چنین مصاحبه‌ها و برنامه‌هایی، حتی دادوبیداد و یا صدای زدوخورد هم وجود دارد. برخی از کنفرانس‌های خبری در تالارها و یا اتاق‌های کنفرانس بسیار شیک و مرتب و یا حتی در کلیساها برگزار می‌شوند. برخی دیگر به‌صورت اتفاقی به‌محض خروج یکی از مسئولان یا افراد مشهور از یک اجلاس، در آستانه درب خروجی انجام می‌شوند. هرگز از اینکه در خط مقدم

بازی راگی قرار بگیرید، هراسی به دل راه ندهید. شما در کنار میکروفونتان به اندازه دیگر خبرنگاران حق و حقوق دارید. شاید کارکنان تلویزیون از اینکه میکروفون شما، مقدم بر آنها شود، احساس ناراحتی کنند و پشتتاز بودن خبرنگار رادیویی بر آنها ناخوشایند باشد و البته این امری غیرطبیعی نیست، زیرا از شانس آنها برای مصاحبه می‌کاهد. اما با وجود این، هرگز از روی عمد جلوی دوربین آنها قرار نگیرید و سد راه آنان نشوید.

اگر مصاحبه‌شونده که شخص مهمی است، قصد دارد با گفتن تنها یک جمله از جلوی شما رد شود و شما هم مانند هر گزارشگر دیگری مجبور به ضبط آن جمله‌اید، پس در برابر دیگر همکاران حرفه‌ای و کارکشته‌تان که می‌خواهند به کمک آرنج خود شما را از صحنه خارج کنند، مقاومت کنید. به اعتقاد آنها حضور شما اهمیت چندانی ندارد، زیرا تنها یک خبرنگار رادیو محلی محسوب می‌شوید. متأسفانه تعدادی از خبرنگاران، با استناد به این مطلب که از شما مهم‌ترند، به چنین اقدامات غیرمعقولی مبادرت می‌ورزند. اما شما هرگز نترسید، زیرا در این بازی همه با هم برابرند.

در کنفرانس‌های خبری سازمان‌یافته‌تر، تنها برای سؤال درباره امکان مصاحبه اختصاصی، وقت را تلف نکنید. بعضی اوقات بنیان‌گذاران یا مسئولان این کنفرانس‌ها، واقعاً از ضرورت‌ها و نیازهای رادیویی خبر ندارند و تصور می‌کنند برای گزارشگران رادیویی ضبط همان سؤال و پاسخ‌هایی که توسط یک نفر در سالن انجام می‌شود، کافی است. به اعتقاد آنان خبرنگاران رادیویی هم مثل خبرنگاران مطبوعات و روزنامه‌هایند و اگر ضرورت ایجاد کند، ضبط همان مصاحبه‌های «همگانی» و یا «مشترک» کافی است. در چنین اوضاعی، تمامی خبرنگاران رادیویی هم‌زمان مصاحبه را ضبط می‌کنند و هر

کدام اجازه خواهند داشت فقط یکی- دو سؤال را مطرح کنند. نتیجه کار، ترکیبی از صداهای پرسشگران متفاوت است که حتی شامل صدای خبرنگاران گروه مخالف نیز می‌شود. در این صورت اصلاً نگران نشوید و در این خصوص با سردبیرتان مشورت کنید. معمولاً در کنفرانس‌های خبری این مسئله به صورت یک قاعده کلی درآمده است. چنین مصاحبه‌هایی معمولاً بسیار جالب خواهند بود و ارزش ارسال بر روی آنتن را خواهند داشت.

استودیوهای متروک

استفاده از چنین استودیوهایی در رادیوهای محلی رواج دارد و اغلب این‌گونه استودیوها در مراکز شهری و دیگر ساختمان‌های دولتی شهرهای بزرگ و کوچکی تأسیس می‌شوند که به دور از ایستگاه‌های رادیویی قرار دارند. ارتباط با یک استودیوی متروک (که گاهی استودیوی «دوردست» نیز نامیده می‌شود) با ایستگاه مرکزی از طریق خطوط زمینی یا خطوط ISDN برقرار می‌شود. این خطوط سبب تقویت و ارتقاء کیفی صدای باز تولید شده می‌شوند.

اغلب ایستگاه‌های رادیویی از مصاحبه‌شونده می‌خواهند که به این استودیوها برود و با روشن کردن تجهیزات، مصاحبه خود را از طریق خطوط انتقال انجام دهد. همیشه در این مکان‌ها، یک میکروفون، یک خط‌تلفن و معمولاً برخی از امکانات ساده، تدوین و تعبیه شده است. در این‌گونه موارد دستورالعمل‌های ساده و قابل‌درکی، درباره انجام تمهیدات کار و چگونگی روشن کردن دستگاه تهیه شده است. همچنین شماره تلفنی در اختیار

مصاحبه‌شونده قرار می‌گیرد تا به محض ورود به استودیو، اتاق خبر را از حضور خود آگاه سازد. این مصاحبه‌ها به صورت خودکار و با استفاده از خطوط کیفی برای انتقال به ایستگاه رادیویی هدایت و رهبری می‌شوند. معمولاً سؤالات مصاحبه از طریق تلفن مطرح می‌شود.

اگر هم‌زمان با ضبط مصاحبه در استودیو، سؤالات آن نیز توسط گزارشگر و از طریق میکروفون ضبط شود، نتیجه کار، مصاحبه‌ای با کیفیتی بسیار عالی خواهد بود، حتی اگر دو طرف مصاحبه کیلومترها با هم فاصله داشته باشند.

گزارشگری خبر

گزارشگری رادیو

اغلب افراد قدیمی، گزارشگران را افرادی با موهای ژولیده و یقه کت بالازده تصور می‌کنند که دفتر به دست، در آستانه در ایستاده‌اند و از مسئولان می‌پرسند: «شما چه چیزی را پنهان می‌کنید؟» و یا «مردم عادی حق دارند که بدانند...».

اگر واقعاً چنین گزارشگرانی وجود داشته باشند، قطعاً آنها هیچ جایی در رادیو ندارند. گزارشگران رادیویی هیچگاه کسی را تهدید و یا مرعوب نمی‌کنند، در ضمن این افراد هرگز به دغل‌کاری و یا رشوه‌خواری متوسل نمی‌شوند. اغلب آنها بسیار زیرک و باهوشند؛ زیرا هرگز از قبل نمی‌دانند که قرار است به کجا اعزام شوند و البته هیچگاه نخست‌وزیر حاضر به مصاحبه با افراد دون‌پایه نخواهد شد.

وظیفه و مسئولیت گزارشگر، کسب اطلاعات به صورت کتبی و یا صوتی و تدوین و آماده‌سازی آن برای پخش، آن هم در اسرع وقت است. گزارشگران رادیویی خوب می‌دانند که برای کسب اطلاعات به کجا باید بروند و با چه کسانی صحبت کنند. آنها به‌طور ذاتی و غریزی از حس شامه

خبری برخوردارند و معمولاً سؤالات بسیاری را مطرح می‌کنند. اشتیاق و علاقه این افراد، حد و حصری ندارد و هرگز پیش از رسیدن به هدفشان خسته و مأیوس نمی‌شوند.

یک گزارشگر غالباً از نوعی حس تردید و بدگمانی برخوردار است؛ او به‌ندرت حرف‌ها را باور می‌کند و گاهی اوقات درمی‌یابد که در آن‌سوی جملات عجیب، اشارات مختصر و سکوت مقامات، مسائل و موضوعات بسیار بیشتری نهفته است که حتماً باید برای همگان آشکار گردد.

امروزه، معمولاً رادیوهای BBC و رادیوهای خصوصی بزرگ‌تر، گزارشگران را به‌صورت تمام وقت استخدام می‌کنند، اما ایستگاه‌های متوسط رادیویی و رادیوهای خصوصی کوچک‌تر، از گزارشگران خود انتظار دارند که از ترکیبی از مهارت‌ها همراه با مجری‌گری خبر و گویندگی خبر، تدوین مجموعه گزارش‌های خبری و فنون نگارش سررشته داشته باشند. گزارشگری خبر، تنها یکی از جنبه‌های این شغل است. اما شاید بتوان گفت، که گزارشگران، از ابتدا باید در کلیه اصول اولیه شغل خبرنگاری، مهارت داشته باشند.

خلاصه کردن

تمامی خبرنگاران خوب و شایسته پیش از اعزام به محل گزارش، تمهیدات لازم را شخصاً انجام می‌دهند. خبرنگاری که بدون داشتن اطلاعات پیش‌زمینه، به‌دنبال تهیه گزارش می‌رود، این کار برایش سودی دربرنخواهد داشت. شما به‌عنوان یک خبرنگار باید از کلیه جزئیات مطلع باشید و قبلاً برنامه‌ها و گزیده‌های مربوط به موضوع مورد گزارش را بررسی کنید.

در این خصوص مسئولان اتاق خبر می‌توانند پیش از اعزام شما برای تهیه خبر و گزارش، به‌طور خلاصه، اطلاعاتی را به‌شما بدهند. برای این کار باید آرشیو کاملی از گزارش‌های گذشته وجود داشته باشد و یا اینکه پرونده‌ای با همین منظور، با ذکر اسامی افراد، آدرس و شماره تلفن آنها از قبل تهیه شود. به‌هرحال، یکی از اصول اولیه گزارشگری این است که به همه جوانب کار توجه داشته باشید و پیش از رفتن به‌خیابان‌ها، در همین مدت‌زمان محدود، تا آنجا که می‌توانید اطلاعات پیش‌زمینه‌ای را کسب کنید. به‌خاطر داشته باشید، در طی مدتی که رانندگی می‌کنید، فرصت خوبی برای فکرکردن دارید. البته این فکرکردن نباید به‌گونه‌ای باشد که به‌سلامت و ایمنی شما در رانندگی لطمه‌ای بزند.

هنگامی که به‌سوی محل تهیه گزارش، رانندگی می‌کنید، فکر کنید واقعاً می‌خواهید به چیزی برسید، دیگران از شما چه انتظاراتی دارند و چگونه باید با موضوع و افراد مصاحبه‌شونده کنار بیایید. برای یک لحظه به‌عقب برگردید و از خودتان بپرسید: «واقعاً این گزارش درباره چیست؟»

برنامه‌ریزی و تمهیدات لازم

حرفه گزارشگری به دو صورت متفاوت صورت می‌گیرد: اولین نوع آن از طریق بررسی یادداشت‌های روزانه است. در این روش، معمولاً شما از قبل از طریق مطبوعات و یا تلفن و با استناد به اطلاعات ارسالی از اتاق خبر برای تهیه گزارش و یا انجام مصاحبه اقدام می‌کنید.

به این منظور، باید خود را به کاغذها و مدارک مربوطه مجهز کنید، آنها را با دقت مطالعه کنید و مهم‌ترین اصل، یعنی «تفکر» را فراموش نکنید.

معمولاً به شما گفته می‌شود که به چه میزان از اسناد و مدارک و به کدام نوع آنها نیاز پیدا می‌کنید (گرچه گاهی اوقات تصمیم‌گیری برعهده خودتان است). به عنوان مثال: تأسیس یک مرکز مشاوره جدید برای افرادی که از بیماری افسردگی رنج می‌برند، ممکن است در نهایت به تهیه یک برنامه یا گزارش ۳۵ ثانیه‌ای منتهی گردد. حتی ممکن است این برنامه به صورت گزیده صوتی و یا کلیپ در یک مجموعه برنامه چهار دقیقه‌ای گنجانیده شود.

اغلب به شما می‌گویند که چگونه در گزارشتان تنوع ایجاد کنید. ممکن است رأس ساعت دو بعدازظهر، شما را برای تهیه گزارش اعزام کنند و به شما بگویند که برای خبر ساعت چهار بعدازظهر به چه چیزهایی نیاز خواهید داشت. یا حتی ممکن است موضوع اهمیت چندانی نداشته باشد و به شما بگویند که در طول شب، برای خبر صبح روز بعد گزارش تهیه نمایید. در چنین مواردی، بیشترین اطلاعات درباره اینکه، کجا و چه وقت در محل تهیه گزارش حاضر شوید، پیشاپیش به شما گفته می‌شود. گاهی اوقات، برای مصاحبه‌های خاص یا برنامه‌های ویژه، باید قبلاً حضور شما از طریق تلفن هماهنگ شود.

اما در نوع دوم تهیه گزارش، خیلی سریع و بدون هیچ آمادگی قبلی برای تهیه گزارش اعزام می‌شوید. مثلاً بمبی منفجر شده، آتش‌سوزی همه جا را فراگرفته و یا یک افسر پلیس مورد اصابت گلوله قرار گرفته است؛ برای فکرکردن و برنامه‌ریزی اصلاً فرصت ندارید و باید در اسرع وقت و بدون هرگونه آمادگی قبلی به صحنه حادثه بروید و گزارشی تهیه و ارسال نمایید.

هنگامی که حادثه تکان‌دهنده‌ای رخ می‌دهد و شما مجبورید به صورت زنده گزارش دهید، مسئول اتاق خبر، علاوه بر اعزام یک فرستنده سیار

رادیویی، باید هماهنگی با مسئولان مربوطه، امکان حضور شما و توقف فرستنده سیار را در صحنه فراهم سازد.

تهیه گزارش به صورت ضرب الاجل

شما به عنوان یک خبرنگار باید دقیقاً بدانید که سردبیر خبر، چه وقت به چه چیز احتیاج دارد. درک این نکته واقعاً مهم است و ضرب الاجل تعیین شده، بسیار حائز اهمیت است. اگر شما یک گزیده صوتی و یا یک گزارش عالی را که در آن با شاهدان عینی واقعه هم صحبت شده‌اید، تهیه کنید، ولی نتوانید آن را به موقع به مجموعه گزارش خبری آن ساعت برسانید، دیگر این همه زحمت، چه ارزشی خواهد داشت. بنابراین پیش از ترک اتاق خبر، باید بدانید که از شما چه می‌خواهند. خیلی مسخره است، اگر اتاق خبر، مجبور شود مدت زمان محدودی را تعیین کند و شما را تحت فشار قرار دهد تا اینکه بهتر کار کنید.

در حوادث و رویدادهای مهم، حتماً، تا جایی که امکان دارد با مسئول اتاق خبر در تماس باشید، تا از آخرین تغییرات در ضرب الاجل تعیین شده و موارد درخواستی مطلع باشید. خبر یعنی تمامی آنچه که در زمان حال رخ می‌دهد. این ضرب الاجل تعیین شده، پنج دقیقه پیش از پخش مجموعه گزارش خبری یا هم‌زمان با پخش زنده اخبار است و آن موقع است که شما باید از طریق خط تلفن همراه یا بی‌سیم خودرو، گزارش خود را به صورت زنده ارسال کنید. هر کاری که انجام می‌دهید، به این نکته توجه داشته باشید که باید دقیقاً سر وقت و در زمان تعیین شده، همه اطلاعات را تهیه، تدوین و گزارش کنید.

حضور در مکان تهیه گزارش

حادثه‌ای تکان‌دهنده رخ داده است، به‌طور خلاصه، در ضرب‌الاجل تعیین‌شده، اطلاعاتی در ارتباط با این موضوع، به شما گفته می‌شود. شخصی سریعاً نسخه‌هایی از گزارش‌های قبلی مربوط به این رویداد را به دست شما می‌رساند. به شما یادآوری می‌کنند که حتماً تلفن همراهتان را بردارید (یا اینکه آن را روشن بگذارید!) و درعین‌حال به شما یادآوری می‌کنند که حتماً ضبط‌صوتتان (به‌همراه میکروفون و باتری شارژشده اضافی و نوار!) را فراموش نکنید. سریعاً به محل تهیه گزارش اعزام می‌شوید. در بین راه به ترافیک برمی‌خورید، تمام مدت پیش خودتان فکر می‌کنید، چه‌کار باید بکنید، چگونه باید آن را انجام دهید و به چه نحوی باید گزارش را آماده پخش نمایید.

اکنون رادیوی خودرو را روشن می‌کنید و به برنامه‌های ایستگاه رادیویی خودتان گوش می‌دهید، شاید این برنامه توسط خودتان تهیه شده باشد و یا اینکه ممکن است اطلاعات جدیدتری درباره موضوعی که قرار است درباره آن گزارش تهیه کنید، پخش گردد.

فهرست اقداماتی که در وهله اول باید انجام شود

به‌محض رسیدن به صحنه آتش‌سوزی، انفجار، تیراندازی یا هر چیز دیگری، موقعیت را بررسی کنید. ببینید ماجرا ادامه دارد یا تمام شده است. به‌سراغ کارکنان خدمات فوریتی بروید و سعی کنید در اسرع‌وقت، با یکی از افسران پلیس یا مأموران آتش‌نشانی مسئول مصاحبه کنید. اگر این ماجرای مهیج هنوز ادامه دارد، خیلی سریع به همکاران خود در اتاق خبر تلفن کنید. به‌عنوان یکی از شاهدان صحنه حادثه، ماجرا را برای مسئول خود

توصیف کنید؛ پس از آن، از سردبیر خبری خود بخواهید با یکی از مسئولان مراکز خدمات فوریتی تماس بگیرد و بپرسد چه فرد یا افرادی مسئولیت رسیدگی به این ماجرا را برعهده دارند. سپس ضبط صوت قابل حمل خود را روشن کنید و سروصدای محیط اطراف یا «صدای پس‌زمینه» را برای استفاده نهایی در برنامه (به‌هنگام تدوین) ضبط کنید. حداقل دو دقیقه از این سروصدا را ضبط نمایید. اگر هنوز هم صدای انفجار، آژیر ماشین‌های امداد یا پلیس و یا صدای تیراندازی به‌گوش می‌رسد، این کار را تکرار کنید.

آنچه را که می‌بینید و می‌شنوید توضیح دهید. تصور نکنید که این کار ممکن است احمقانه به‌نظر برسد، بلکه بدون اینکه هیچ‌گونه اظهارنظر و یا قضاوتی بکنید، به توصیف موقعیت و ضبط صدای خودتان ادامه دهید. پس از انجام کار و شنیدن صحبت‌های خودتان و بعد مقایسه آن با گزارش تهیه‌شده، حتماً شگفت‌زده خواهید شد.

اظهارات شاهدان

معمولاً در چنین حوادثی، عابران، ماجرا را تماشا کرده و آن را دنبال می‌کنند. بنابراین برای گزارش خود، یک شاهد پیدا کنید. ضبط را روشن نگاه دارید و فراموش نکنید که در ابتدا باید خودتان را معرفی کنید، بعد از آنها بخواهید که در مقابل میکروفون صحبت کنند. در چنین مواردی، اغلب مردم دوست دارند آنچه را که دیده‌اند و تصور می‌کنند، به‌صورت کامل شرح دهند. شما فقط به چندثانیه از این صحبت‌های پرهیجان احتیاج دارید. پس از آن، چند سؤال مطرح کنید و در پایان از آنها بخواهید که حتماً خودشان را معرفی کنند و این بخش را نیز ضبط کنید.

چگونگی برخورد با مسئولان

در این میان، کارکنان مراکز خدمات فوریتی نیز مسئولیت‌هایی دارند. مسئولیت آنها خیلی بیشتر از شما اهمیت دارد. در چنین مواردی آنها مشغول کارند و در بسیاری از موارد، مسئولیت نجات جان انسان‌ها برعهده آنهاست.

اجازه دهید، آنها کارشان را انجام دهند. هیچ‌وقت مزاحمشان نشوید. به‌هرحال، مراقب باشید و ببینید آیا مأمور آتش‌نشانی یا افسر پلیسی که در کناری ایستاده باشد و فقط مشغول تماشا باشد، وجود دارد؟ اگر چنین بود، به‌سرعت اقدام کنید و ببینید عکس‌العمل او چگونه است. البته چنین روشی همیشه مؤثر نیست و گاهی اوقات بدون هیچ ملاحظه‌ای از شما می‌خواهند که دور شوید.

در مجموع، بهتر است سراغ افسران ارشد بروید. اگر با یک افسر مطبوعات^۱ مواجه شدید (که معمولاً در حوادث مهم چنین اتفاقی می‌افتد)، حتماً خودتان را معرفی کنید و بگویید که از او چه می‌خواهید. معمولاً آنها مقدمات یک مصاحبه زنده را با یکی از افسران ارشد پلیس برای شما فراهم خواهند کرد. حتماً زمان این مصاحبه را تعیین کنید و در صورت امکان ترتیب مصاحبه‌های تکمیلی را هم بدهید. در تمامی این مدت، از طریق تلفن همراهتان، با اتاق خبر در تماس باشید و به آنها بگویید که ماجرا از چه قرار است. از اظهارات و گفته‌های شاهدان حادثه و مصاحبه‌شوندگان حاضر در صحنه نسخه‌ای تهیه کنید.

۱. مأمور پلیسی که مسئول پاسخگویی به خبرنگاران است.

چگونگی رفتار با دیگر گزارشگران

چگونگی رفتار با دیگر همکاران و گزارشگران حاضر در صحنه به خودتان بستگی دارد. معمولاً بهتر است با آنها به صورت گروهی همکاری کنید؛ زیرا گاهی اوقات آنها به عنوان شاهد حاضر در صحنه، آن هم در زمانی که دیگران حضور نداشته‌اند، محسوب می‌شوند. این‌گونه همکاری‌ها، موجب به‌گرددش در آمدن اطلاعات، مخصوصاً اطلاعات رسمی می‌گردد. از این طریق مطمئن می‌شوید که شما و بقیه همکارانتان از اطلاعات به‌صورت رسمی منتشرشده، مطلع شده‌اید. اطلاعات خبری کمیابند، اما انحصاری نیستند. چگونگی دستیابی به نظرات، انتقادات و تحلیل و تفسیرها فقط به خودتان بستگی دارد.

ثبات و بایگانی مطالب

در رویدادهای خبری تکان‌دهنده، به‌محض حضور در محل حادثه، مطلبی را برای پخش آماده کنید.

ارسال بروی آنتن

در هر صورت، تلفن بهترین وسیله برای ارسال گزارش برای پخش سریع رادیویی است. در چنین شرایطی، مناسب‌ترین نوع تلفن، تلفن همراه است. اگر قرار باشد از تلفن سکه‌ای مخابرات استفاده کنید، در ابتدا باید از اپراتور بخواهید که تماس شما را با ایستگاه رادیویی برقرار کند و هزینه آن را به حساب آن ایستگاه منظور نماید؛ سپس بار دیگر از او بخواهید که اختلالات موجود در خط را از بین ببرد. البته همگی اینها مستلزم آن است که او قانع شود شما برای آن ایستگاه رادیویی کار می‌کنید. مطلع باشید که در بعضی از بانه‌های مخابراتی، امکان حذف اختلالات و ساکت نمودن خطوط

وجود ندارد، به همین دلیل، آن گزارش تلفنی به هیچ عنوان قابل استفاده نخواهد بود.

اگر قرار است درباره حادثه گروگانگیری یا یک ساختمان محاصره شده گزارش تهیه کنید و مجبورید همچنان در صحنه حادثه باقی بمانید و درعین حال، به تلفن همراه یا باجه تلفن دسترسی ندارید، می توانید از ساکنان خانه های اطراف حادثه خواهش کنید در صورت تمایل با شما همکاری کنند و تلفن منزلشان را در اختیارتان بگذارند. اما باید بدانید در هر صورت، با استفاده از بی سیم فرستنده سیار رادیویی و یک فرستنده UHF می توانید گزارشتان را با بهترین کیفیت صوتی برای پخش از رادیو ارسال کنید.

امکانات موجود فرستنده سیار، در هر ایستگاه رادیویی متفاوت است؛ اما در کل همگی آنها میکروفون و ضبط صوت خود را از طریق یک رابط به میز کوچکی متصل می کنند و به وسیله یک آنتن بزرگ رادیویی، علائم الکترونیکی را به پایگاه بازمی گردانند. این آنتن رادیویی توسط یک پمپ الکترونیکی کوچک برپا می شود، اما پیش از استفاده از آن و فشار دادن دکمه بالا بر، حتماً مطمئن شوید که هیچ نوع مانعی از قبیل کابل تلفن یا برق بر سر راه آن قرار ندارد.

پس از برقراری ارتباط، استودیو می تواند، صدای گزارشگر و همچنین گزارش تهیه شده را با کیفیت مناسب دریافت کند و یا حتی آن را به صورت زنده پخش نماید، ضمن اینکه می تواند آن را برای تدوین، پخش مجدد و یا ارسال بعدی ضبط کند.

در حال حاضر، بسیاری از ایستگاه های رادیویی **BBC** از خودروهای استیشن بزرگ تر و مجهزتری استفاده می کنند که به امکانات پیشرفته تری جهت پخش کلیه برنامه ها و گزارش ها تجهیز شده اند.

شاهدان حاضر در صحنه حادثه

اگر حادثه‌ای مهیج رخ داده و یا در حال وقوع است، با رنگ و لعاب‌بخشیدن به گزارش، می‌توانید شرح واقعه را بهتر بازگو نمایید. اگر وقت کافی در اختیار دارید، از روی دست‌نوشته‌هایتان یک‌بار دیگر گزارش را بازنویسی کنید. در حال حاضر، برخی از ایستگاه‌های رادیویی در چنین موقعیت‌هایی خبرنگاران خود را به پردازنده‌های کوچک کلمات (یا دستگاه‌های کوچک حروف‌نگاری رایانه‌ای) مجهز می‌کنند.

اگر نمی‌توانید کلمات را حروف‌نگاری کنید، حداقل آنها را با دست‌خطی تمیز و خوانا بنویسید. بسیاری از خبرنگاران، هنگام ارائه گزارش، ناگهان آنچنان سکوت می‌کنند که شنونده فوراً به نگرانی آنها پی می‌برد و این سکوت تنها به این خاطر است که نمی‌توانند دست‌خط نامرتب خود را بخوانند. گزارش را با صدایی سرشار از هیجان و احساسات بیان کنید، اما خیلی هم، به آن آب و تاب ندهید. فریاد نزنید، اما جملات را محکم بیان کنید و گزارش خود را با یک عبارت استاندارد یا کاملاً اجتماعی به‌تمام برسانید. به‌عنوان مثال بگویید: «تری‌لورنس، از بخش خبر رادیو BBC، دوور» یا هر سبک دیگری که در ایستگاه رادیویی شما معمول است.

گزارش‌های زنده و بخش‌هایی که به صورت پرسش و پاسخ تهیه می‌شوند، معمولاً از قبل تهیه و ضبط می‌شوند. اما گاهی برای نشان‌دادن حساسیت یا هیجان بیشتر، بهتر است که گزارش به‌صورت زنده در یک مجموعه گزارش خبری و یا برنامه گنجانیده شود.

هنگامی که از طریق تلفن با ایستگاه رادیویی تماس می‌گیرید، به‌تمامی دستورات و راهنمایی‌هایی که برای تهیه گزارش به شما داده می‌شود، با دقت

گوش کنید. حتماً در این باره که از چه ساعتی و به چه مدتی باید به دنبال گزارش باشید، با آنها صحبت کنید.

در موقعیتی مستقر شوید که صدای پس‌زمینه یا محیط اطراف کاملاً قابل شنیدن شود. هرگاه لازم شد، به یادداشت‌های خود نگاهی بیندازید تا بار دیگر مقررات و دستورات کار به شما یادآوری شود.

در گزارش‌هایی که به صورت پرسش و پاسخ تهیه می‌شوند، مجری رادیو، سؤالاتی را از گزارشگر حاضر در صحنه حادثه می‌پرسد. (معمولاً این نوع گزارش‌ها به پاسخ و سؤالات دوگانه «بله و خیر» معروفند.) اگر در این نوع برنامه، شما مسئولیت گزارشگری را برعهده دارید، حتماً باید از جزئیات و آخرین تحولات ماجرا آگاه باشید. فقط به خاطر اینکه چیزی گفته باشید به بیراهه نروید و هرگز پرت‌وپلا نگویید. باید تنها درباره حقایق موجود صحبت کنید و از حدس و گمان پرهیزید و مسئولیت آنچه را که می‌گویید، بپذیرید.

فراموش نکنید، ممکن است در یک حادثه گروگانگیری مردان مسلح هم به رادیوی شما و توضیحاتتان درباره جایگاه‌های استقرار پلیس ویژه گوش کنند. در چنین مواردی، حق ندارید تمام جزئیات را برای شنوندگان رادیو توضیح دهید؛ شما آنجا رفته‌اید تا درباره آنچه که در حال اتفاق افتادن است، گزارش دهید، قرار نیست بر کل ماجرا تأثیری داشته باشید. گزارش‌های پرسش و پاسخی باید تا حد امکان از قبل برنامه‌ریزی شده باشند، اما اگر اتفاقاً از شما سؤالاتی کردند که واقعاً جواب آنها را نمی‌دانستید، خیلی صادقانه پاسخ دهید: «نمی‌دانم».

گزارشگری در پارکینگ

در برخی از موارد خاص، مجبور می‌شوید برای اینکه گزارشتان زنده و هیجانی به نظر برسد، متن آن را که از قبل تهیه شده در فضای خارج از استودیو، مثلاً در پارکینگ ایستگاه رادیویی و با استفاده از یک دستگاه ضبط صوت قابل حمل، اجرا و ضبط نمایید. این یکی از فنون کارآمد و مؤثر تولید است و این احساس را به شنونده القا می‌کند که گزارشگر حتماً در صحنه حضور داشته است. اما در هر حال، در گزارش برنامه روزانه خود به سردبیر، هرگز ادعا نکنید که در محل حادثه حاضر بوده‌اید، زیرا یک روز حتماً رسوا خواهید شد!

تهیه برنامه

پس از بازگشت به اتاق خبر و بایگانی کردن تمامی تماس‌های تلفنی خود یا گزارش‌هایی که از طریق بی‌سیم خودرو ارسال کرده‌اید، سخت‌ترین مرحله کارتان، که همان تدوین مطالب است، آغاز می‌شود.

در ماجراهای بزرگ و پر سروصدا، معمولاً از شما می‌خواهند که حداقل یک گزارش خبری کوتاه، و نیز یک برنامه تفسیری طولانی‌تر را جمع‌بندی و تهیه کنید. این برنامه طولانی‌تر باید حداقل ۴۵ دقیقه باشد و بخش اعظم آن را مطالب از پیش ضبط‌شده‌ای چون مصاحبه‌ها و صدای پس‌زمینه و یا محیط تشکیل دهد.

به‌خاطر داشته باشید، که شما باید همانند یک هنرمند، قطعه‌ای شگفت را خلق کنید. رادیو، صحنه نمایش ذهن است و شما هنگام استفاده از کلمات و

صداها باید از خود خلاقیت نشان دهید.

انتخاب گزیده‌ها

شیوه‌های مختلف پخش برنامه از رادیو را بار دیگر مرور کنید. احتمالاً اولین اقدام، انتخاب یک گزیده صوتی و یا ۲۵ ثانیه‌ای از کل مصاحبه است. بعد از آن، انتخاب گزیده بهتر و یا جایگزین است و سومین و یا آخرین مرحله، کنار هم گذاشتن تمامی مطالب انتخابی است. هنگامی که در خودرو خود و یا تاکسی نشسته‌اید و از محل حادثه به اتاق خبر استودیو بازمی‌گردید، مهم‌ترین بخش کار را که همان بادقت‌گوش‌دادن به تمامی آن چیزی است که تاکنون ضبط کرده‌اید، فراموش نکنید. این‌گونه بهتر می‌توانید بخش‌هایی را که مد نظرتان است انتخاب کنید و هنگام ورود به اتاق خبر، اندیشه کاملاً روشنی از آنچه را که در ذهن پرورانده‌اید، خواهید داشت. بدین‌گونه، در زمان باارزش تدوین نیز صرفه‌جویی می‌شود و سریعاً می‌توانید کار تدوین و صداگذاری را شروع کنید. از میان تمامی مطالبی که جمع‌آوری کرده‌اید، مهیج‌ترین و احساسی‌ترین بخش را انتخاب کنید. آن قسمتی را برگزینید که مستقیماً به جزئیات، عقاید و یا تعبیرات پرداخته است. پرداختن به حقایق را در دستور کار خود قرار دهید.

مطالب نباید آنچنان به هم فشرده باشند که گزارش غیرطبیعی به نظر برسد، بلکه باید به اندازه‌ای طولانی باشد که در ذهن شنونده باقی بماند، زیرا به‌عنوان مثال، یک گزیده سه ثانیه‌ای خیلی سریع فراموش می‌شود. بخشی را انتخاب کنید که آغاز و پایان مناسبی داشته باشد. به‌عبارت دیگر جملات جامع و کامل باشند. از انتخاب بخش‌هایی که با کلماتی از قبیل «اما...» یا «خوب...» شروع می‌شوند، خودداری نمایید. حتی‌الامکان از پخش صدای

خودتان صرف نظر کنید. هر چه بیشتر این روند را تمرین کنید، تجربه بیشتری در انتخاب بخش‌های جالب مصاحبه و یا گزارش به دست خواهید آورد و هنگام مصاحبه گوشتان برای انتخاب بخش‌های مناسب‌تر و بهتر آماده خواهد شد.

همیشه زمانی را برای «پاک کردن» نوارها در نظر بگیرید. اگر یکی از مصاحبه‌شوندگان با شک و تردید صحبت کرده و یا چندین بار دچار خطا شده است، از کل آن بخش صرف نظر کنید.

کنار هم گذاشتن صدای گزارشگر و صدای محیط

برای ساختن این بخش از برنامه، در ابتدا باید به تمامی نوارهای ضبط‌شده خودتان گوش کنید و از آن قسمت‌هایی که مورد نظرتان قرار می‌گیرد، یادداشت برداری نمایید. پس از انتخاب بخش‌های صوتی و یا گزیده‌ها به سراغ گزینش صدای پس‌زمینه بروید. هر یک از آنها را بر روی نوارهای جداگانه‌ای صداگذاری کنید و یا در پوشه‌های صوتی جداگانه‌ای در رایانه قرار دهید. اسامی و پرچسب‌های هر یک را با دقت مشخص کنید تا به هنگام نیاز، به آسانی قابل تشخیص باشند.

پیش‌نویس برنامه را تهیه کنید و سپس به استودیوی تولید بروید و آنگاه کل برنامه را بر روی یک نوار جدید و یا بر روی ضبط‌صوت‌های روباز و یا حتی بر روی یک پوشه جدید رایانه‌ای ضبط کنید. بعداً اگر لازم شد می‌توانید آنها را جمع‌بندی نمایید.

شیوه دیگری هم برای ترکیب و یا درکنارهم گذاشتن صداها وجود دارد. در این روش تمامی مطالب ضبط‌شده از جمله صدای خودتان، به ترتیبی که

ممکن است به آن احتیاج پیدا کنید، بر روی یک‌نوار و یا دیسک سخت رایانه ثبت می‌شود، سپس تمامی آنها کنار هم گذاشته شده و تدوین می‌گردد. در این روش، صرفه‌جویی بیشتری در وقت می‌شود، اما انعطاف‌پذیری آن در آینده به هنگام استفاده از تک‌تک گزیده‌های صوتی کمتر خواهد بود.

حتماً برای خودتان روشن کنید که دقیقاً از شما چه چیزی خواسته‌اند. مثلاً باید بدانید که آیا این برنامه قرار است، در بخش گزارش‌های خبری و یا در برنامه‌ای دیگر پخش‌گردد و نیز زمان پخش آن چه مدت به‌طول خواهد انجامید. درعین حال، باید زمان دقیق تحویل آن را نیز بدانید.

تا آنجا که می‌توانید، از بخش‌های صوتی و صداهای پس‌زمینه، حداکثر استفاده را ببرید. مگر نه این است که ماهیت رادیو فقط صوت است و دیگر هیچ. یک‌بار دیگر به‌شما یادآور می‌شویم که این روند، مستلزم بروز خلاقیت‌هاست. از صدای خودتان کمتر استفاده کنید. هر چه شنونده بیشتر احساس کند که در صحنه و یا محیط قرار دارد، کار شما ارزش بیشتری پیدا خواهد کرد.

اگر برنامه خود را با بخشی از صحبت‌های یک مصاحبه‌شونده و یا صدای ماجراهایی که اتفاق می‌افتد، آغاز کنید، تأثیر بیشتری بر روی شنوندگان خواهد گذاشت. هرگز ارزش استفاده از موسیقی را برای صدای پس‌زمینه و یا به‌عنوان «بخش اعلام برنامه» در آغاز گزارش فراموش نکنید؛ زیرا موسیقی، غذای اصلی بسیاری از ایستگاه‌های رادیویی و شیوه‌ای قدرتمند برای برقراری ارتباط با شنوندگان است.

نوشتن دستورالعمل پخش

مراقب باشید مطالبی را که احتمال دارد به هنگام پخش برنامه، کهنه و تاریخ گذشته به نظر برسند در برنامه خود نگنجانید. به همین جهت، باید وسواس به خرج دهید و در آخرین لحظات هم یکبار دیگر کارتان را ویراستاری و یا بررسی کنید. در دستور کار خود، بخشی را نیز به درج مطالب جدید و آخرین تغییرات اختصاص دهید. این قسمت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. هنگامی که مطالب با سرعتی سرسام‌آور به دست ویراستار برنامه و یا ویراستار خبر می‌رسد، باید تمامی نکات فنی درخصوص مدت زمان پخش رعایت گردد و دستورالعمل‌های آن نیز تعیین شود. تمامی این نکات باید به‌وضوح، در دستور کاری که بر روی نوار و یا پوشه رایانه‌ای ذخیره می‌شود و در پخش نیز چسبانده می‌شود، درج گردد.

مدیریت پخش خبر

پخش خبر در مرکز کلیه فعالیت‌های خبری قرار دارد. اخبار و اطلاعات، در ساعات مختلف روز به اشکال گوناگون به این قسمت وارد می‌شود. ساعات اوج کار در این بخش به هنگام اول صبح و یا به هنگام ظهر است. مجموعه گزارش‌های خبری که در این دو زمان پخش می‌شود، بیشترین تعداد شنونده را به خود اختصاص می‌دهد. از ساعات اولیه صبح تا هشت صبح یعنی هنگامی که همه مردم آماده رفتن به محل کار خود می‌شوند و بار دیگر از ساعت یک بعدازظهر تا ابتدای عصر یعنی ساعت چهار بعدازظهر، شنندگان بیشتر از هر زمان دیگری برای شنیدن خبر به رادیو گوش می‌کنند.

در چنین ساعاتی، ناگهان به خاطر یک حادثه یا رویداد بزرگ و تکان‌دهنده، انبوهی از گزارش‌ها، دست‌نوشته‌ها و تعداد بسیار زیادی گزیده صوتی با سرعتی مافوق تصور به این بخش وارد می‌شود.

سرپرستی بخش‌های خبری

حتی تصور یک اتاق خبری نامنظم هم، کابوسی وحشتناک محسوب می‌گردد.

اگر در لحظات پیش از آغاز پخش اخبار - که لحظات مهم و سرنوشت‌سازی است - گزارش‌ها به صورت نامنظم بر روی هم انباشته شوند، حتی امکان اجرا و پخش بهترین گزیده‌ها و برنامه‌ها هم وجود نخواهد داشت. بنابراین، به گونه‌ای اتاق خبر را اداره کنید که گویی مسئولیت یک واحد نظامی را برعهده دارید. در اتاق‌های خبری که هنوز هم از کاغذ و نوار استفاده می‌کنند، می‌توان از قفسه‌های پلاستیکی برای نگهداری دست‌نوشته‌ها استفاده کرد؛ نوارهای صوتی را نیز می‌توان در قفسه‌هایی که به این منظور ساخته می‌شوند، جای داد.

یکی از طبقات این قفسه‌ها باید به مطالبی اختصاص داده شود که در ارتباط با مجموع گزارش‌های خبری همان ساعت است. برخی از ویراستاران مجموعه گزارش‌های خبری تمایل دارند، مجموع گزارش‌های خبری بعدی را نیز به صورت خام در جلوی روی خود داشته باشند. در چنین حالتی، با گذشت دقایق، بر حجم این مطالب انباشته‌شده بر روی طبقات افزوده می‌شود. بهتر است ۱۵ دقیقه مانده به تحویل کار، ویراستاری و بررسی مطالب تمام شود تا فرصتی هم برای تنظیم و مرتب‌کردن مطالبی که خارج از وقت و در دقایق پایانی به این بخش می‌رسد، باقی بماند.

یکی دیگر از طبقات قفسه مذکور را باید به مطالبی اختصاص داد که در بخش‌های قبلی خبری همان روز پخش شده‌اند و یا تاریخ مصرف آنها گذشته است. این نسخه خبرهای تاریخ‌گذشته را خیلی دور از دسترس خودتان قرار ندهید، زیرا گاهی اوقات مجبور می‌شوید، خبر قبلی را با اصلاح و یا تغییر دوباره پخش کنید؛ مثل این نمونه: «...در این شرکت مگر چند نفر کار می‌کنند. در بخش خبر صبح برایتان گفتیم که این شخص...» و این گونه

محتویات «طبقه مطالب استفاده‌شده»، بخشی از خبر همان شب را تأمین خواهد کرد.

به همین منظور باید، از مطالب تهیه‌شده در هر روز نگهداری نمود. اگر فضای کافی در اختیار دارید، چند طبقه دیگر را نیز به دستورالعمل‌ها و نکات برنامه‌های سراسری و همین‌طور مطالبی که توسط خبرنگاران آزاد تهیه می‌شود، اختصاص دهید.

مرتب‌کردن نواریها

قفسه نواریها را هرگونه که استفاده از آن برایتان راحت‌تر است، مرتب کنید، اما بهتر است که نوار برنامه‌های سراسری و برنامه‌های محلی را در دو بخش جداگانه نگهداری نمایید.

گزیده‌های صوتی که توسط خدمات خبر عمومی **BBC** تهیه می‌شوند **Catchline** یا **Slug**^۱ دارند و گزیده‌های صوتی مرکز خبری مستقل رادیویی با عدد مشخص و دسته‌بندی می‌شوند. ارزش علامت‌گذاری و دسته‌بندی این پوشه‌ها را به هنگام استفاده از آنها، آن هم در لحظات سرنوشت‌ساز پیش از پخش اخبار، خواهید فهمید.

علامت‌گذاری صحیح نواریها هم خیلی اهمیت دارد. درج نکردن اطلاعات کافی بر روی برچسب نواریها گاهی سبب می‌شود که نواری به اشتباه، برای پخش ارسال و یا حتی از رادیو پخش گردد.

در این برچسب باید نکاتی چون منبع تأمین خبر و یا گزارش (حتی‌المقدور در یک کلمه)، نام فرد گوینده (اعم از گزارشگر یا مجری)،

۱. سطر چاپ شده یا حروفنگاری شده

مدت زمان پخش و دستورالعمل پخش درج شود. حداقل دو یا سه کلمه پایانی متن نیز باید بر روی برچسب نوشته شود تا مجری بداند که این برنامه در چه زمانی خاتمه می‌یابد، تا بتواند در نهایت آرامش خیال، اجرای برنامه را برعهده بگیرد.

برای علامت‌گذاری بر روی نوارها، قوانین جداگانه‌ای وجود دارد و در هر ایستگاه رادیویی شیوه ویژه خود را دارد. اما معمولاً «FX» به معنای افکت صداست:

...پایان (صدای خنده FX)

اگر یک یا چند کلمه بیش از یک‌بار تکرار شود، این تکرار هم باید مشخص شود.

پایان: مشکل آنها (X2)

X2 نشان‌دهنده این است که مجری خبر باید منتظر بماند تا این عبارت دو بار تکرار شود و سپس ادامه دهد. برخی از ایستگاه‌های رادیویی برای این منظور از RPT به معنی تکرار استفاده می‌کنند. اما چنین علامتی نشان‌دهنده تکرار بیش از یک بار یا بیشتر نیست و چنین اتفاقی هم ممکن است رخ دهد. یکی دیگر از علامت‌های اختصاری ACT برای واقعیت است و به معنی گزیده‌ای است که در آن چیزی غیر از صدای گزارشگر ضبط شده است؛ برای مثال ممکن است در آن یک رویداد، مصاحبه و یا سخنرانی وجود داشته باشد.

سروکار داشتن با رایانه

نیازی به یادآوری نیست، زیرا همه می‌دانند که معمولاً مرتب‌کردن اتاق خبر رایانه‌ای شده، به مراتب آسان‌تر است از مرتب‌کردن اتاق‌های خبر سنتی، زیرا

بسیاری از عملیات سازمانی، از قبیل بایگانی و فهرست‌بندی به‌طور خودکار و با اشاره یک دکمه انجام می‌شود.

تاکنون سامانه‌های نرم‌افزاری بی‌شماری برای استفاده در اتاق‌های خبر طراحی و ساخته شده‌اند، اما شیوه کار و دستورالعمل تمامی آنها تقریباً یکی است و همگی آنها به یک روش مشابه با گزیده‌ها، کلیپ‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی سروکار دارند.

در این سامانه‌های نرم‌افزاری، برای دست‌نوشته‌ها، گزارش‌های و کلیه پیام‌های نوشتاری فضایی از پیش طراحی شده است و تنها کافی است عنوان برنامه و متن گزارش یا برنامه را در جاهای خالی درج کنید. هنگامی که شما این متن را حروف‌نگاری می‌کنید، رایانه به‌طور خودکار، تاریخ، شماره و زمان آن برنامه را برایتان مشخص خواهد کرد.

پس از تهیه گزارش، پوشه رایانه‌ای آماده پخش (برروی آنتن) خواهد بود. اگر شما مجموعه گزارش خبری را ویرایش می‌کنید، می‌توانید خیلی سریع به فهرست یا گزارش‌های آماده پخش دسترسی یابید و هر زمان که لازم شد، آن را تصحیح کنید. حتی می‌توانید در پایان کار آن را برای استفاده مجری خبر و یا راحتی کار خودتان چاپ کنید و یا به دستگاه پخش واقع در استودیوی خبر منتقل کنید.

درعین‌حال، مجری خبر می‌تواند متن خبر را از روی صفحه رایانه قرائت نماید. این گزارش‌ها پس از استفاده، براساس تاریخ و زمان پخش بایگانی می‌شوند.

در حال حاضر، در شرکت‌های بزرگ تهیه‌کننده خبر، مانند مرکز خبر مستقل رادیویی (IRN)، از فناوری جدیدی، برای انتقال مستقیم مطالب

برروی سامانه رایانه‌ای استفاده می‌شود.

این فناوری برای انتقال سریع و مستقیم رونوشت گزارش‌هایی چون رویدادهای محلی، بسیار مناسب است. اما به دلیل فقدان روش برچسب‌گذاری و علامت‌گذاری یکسان و مورد توافق، کار با برنامه‌های صوتی کمی پیچیده‌تر و مشکل‌تر می‌شود.

دریافت گزیده‌های صوتی

شرکت‌های تهیه‌کننده خبر در فواصل زمانی متناوب و از پیش تعیین‌شده، گزیده‌های صوتی را برای مشتریان خود ارسال می‌کنند. اگرچه همگی ما خوب می‌دانیم که خبر، زمان و جدول مشخصی ندارد و نیز واقفیم که می‌توان یک گزیده و یا یک برنامه کوتاه صوتی را خارج از جدول زمانی از پیش تعیین‌شده پخش کرد؛ اما به هر حال همیشه باید گوش به زنگ مطالبی که از سوی تهیه‌کنندگان، ارسال می‌شود، بود. همیشه چند نوار تمیز و خالی در دسترس داشته باشید و فضایی را در حدود ۴۵ الی ۸۰ سانتی‌متر در جلوی رویتان خالی و آزاد بگذارید.

سامانه رایانه‌ای را به گونه‌ای تنظیم کنید تا هنگامی که مطلب جدید و یا پوشه صوتی از سوی تهیه‌کننده برایتان ارسال می‌شود، نمادی برروی صفحه رایانه ظاهر شود و شما را از ارسال مطلب جدید آگاه کند.

در اتاق‌های خبر نموداری، بهترین روش کار این است که نوار مستقیماً از منبع خبری تهیه و یا ضبط شود، اما درعین حال، از نوارهای لاگر هم استفاده کنید. اگر احیاناً نتوانستید یکی از آنها را ضبط کنید، بلافاصله نوار را مجدداً داخل دستگاه بگذارید و بار دیگر برروی قسمت دیگر نوار صداگذاری کنید،

اما چنین کاری مستلزم صرف زمان بیشتری خواهد بود.

همیشه پیش از ضبط برنامه بروی نوار یا کارتریج، بخش کوتاهی را در آغاز آن خالی بگذارید، اما این بخش نباید به شکل یک سکوت طولانی و یا یک گزیده صوتی باشد. همواره لازم است که دقیقاً پیش از پخش صوت، نوار یا کارتریج روشن و یا به اصطلاح آتش شود، تا دستگاه ضبط صوت، هم‌زمان با ضبط برنامه، به سرعت مورد نظر دست یابد.

برخلاف دیگر ایستگاه‌های رادیویی، رادیوهای **BBC** از امتیازی منحصر به فرد برخوردارند؛ **GNS** یا سرویس خبر سراسری **BBC** امکان ایجاد یک مکث بسیار کوتاه را پیش از آغاز ضبط برنامه و یا گزیده‌های صوتی فراهم می‌سازد. در اتاق‌های خبر رایانه‌ای، همیشه پیش از پخش برنامه یا گزیده‌های صوتی، صدای ضبط‌شده را بررسی کنید.

اگر می‌خواهید بخشی از برنامه را با استفاده از تدوین‌گر دیجیتال موجه‌مانند سروسامان بدهید، باید بدانید که تمامی قوانین و مقررات علامت‌گذاری و برچسب‌گذاری بروی برنامه‌های صوتی موجود در سامانه‌های رایانه‌ای، برای نوارها و کارتریج‌ها نیز صدق می‌کند.

ضرب‌الاجل تعیین‌شده

نسبت به ضرب‌الاجل تعیین‌شده، حساسیت داشته باشید و از خود بی‌رحمی و سنگدلی نشان دهید. همیشه برای خودتان زمانی را تعیین کنید و حتماً آن را اجرا نمایید. مثلاً پنج دقیقه پیش از آغاز پخش اخبار، کارتان را تمام کنید و با خیال راحت به طرف استودیوی خبر بروید. اگر مسئولیت اتاق خبر برعهده شماست، هرگز نگران خبرها و یا پوشه‌های صوتی که فقط دو دقیقه پیش از ساعت پخش اخبار به آنجا می‌رسند، نباشید.

واقعاً امکان ندارد که در یک زمان هم در اتاق خبر باشید و خبرهای رسیده را بر روی نوار ضبط کنید و هم در استودیوی خبر، مجموعه گزارش خبری را قرائت کنید. اگر در اتاق خبر بمانید، در آن صورت، تنها به خاطر کمبودن اطلاعات جدید، ابتدای زمان پخش اخبار را از دست خواهید داد، که این خود یک فاجعه محسوب می‌شود. پس در اینجا برنامه گزارش خبری بیش از هر چیز دیگری اهمیت دارد. البته، شنوندگان که معمولاً به اخبار یک ایستگاه رادیویی گوش می‌دهند قطعاً نخواهند فهمید که کدام خبر را شما گزارش نکرده‌اید، اما متوجه یک نکته خواهند شد، و آن اینکه پخش اخبار کمی عجیب بوده، یعنی یا شما با عجله وارد استودیو شده و نفس‌نفس زده‌اید و یا اینکه اجرای مجموعه گزارش خبری و پخش اخبار اصلاً طی روال عادی خود صورت نگرفته است!!

ساختار یا مجموعه گزارش‌های خبری

انتخاب اهم اخبار

برخورداری از یک بخش یا اتاق خبری مرتب و منظم بدین معناست که شما هر وقت اراده کنید، فوری بفهمید که چه گزارش‌هایی آماده است و بلافاصله به سراغ مرحله بعدی، یعنی مرتب کردن گزارش‌ها در مجموعه گزارش خبری بروید. اولین اقدام، انتخاب اهم اخبار (سرفصل اخبار) است. اهم اخبار یعنی مهم‌ترین گزارش یا خبری که براساس تشخیص شما، احتمالاً توجه شنوندگان را خیلی زیاد به سوی خود جلب خواهد کرد.

بعضی اوقات، انتخاب مهم‌ترین خبرها بسیار آسان است، زیرا در خود خبر آمده است. مثلاً استعفای نخست‌وزیر، کشته شدن صدها نفر در حادثه

هوایما و یا فرود یکی از فضانوردان مریخی بر روی کره مریخ. اما بعضی روزها، هیچ عنوان خبری چشمگیری مشاهده نمی‌شود. در چنین مواقعی به سلیقه خودتان سه یا چهار مورد از بهترین‌ها را انتخاب کنید و آنها را در گزارش‌های جداگانه‌ای به گردش درآورید. هیچ قاعده و قانونی وجود ندارد که گفته باشد، برای مثال دو خبر اصلی که در گزارش خبری ساعت ۱۰ پخش شده‌اند، نباید برای گزارش خبر ساعت ۱۱ جابه‌جا شوند. در هر صورت، اولین کلمات گزارش خبری باید جدید و جالب توجه باشند. تنها چیزی که باعث نامطلوب‌شدن گزارش خبری می‌شود آن است که هنگام پخش مجدد خبر یا گزارش، دقیقاً از همان کلمات و عبارات پیشین استفاده شود.

پیش از انتخاب مهم‌ترین اخبار، به جدیدترین خبرهای تلویزیونی و یا گزارش خبری دیگر ایستگاه‌های رادیویی و یا حتی به شیوه پردازش خبر روزنامه‌ها دقیقاً توجه کنید. البته بعضی مواقع محدودیت‌هایی هم وجود دارد؛ به‌عنوان مثال، مطبوعات جنجالی عناوینی چون فساد یک کشیش و یا یک مقام محلی را در سرفصل اخبار خود قرار می‌دهند، در حالی که، چنین اخباری اصلاً برای ایستگاه رادیویی شما مناسب نیست.

اگر تمامی روزنامه‌های پرشمارگان سراسری در انتخاب مهم‌ترین خبر با هم توافق‌نظر داشته باشند (که معمولاً هم این‌طور نیست)، به احتمال قریب به یقین انتخاب آنها درست خواهد بود. به‌خاطر داشته باشید، مطالب و اخبار روزنامه‌ها چند ساعت پیش از انتشار نوشته می‌شوند، پس شما باید به دنبال نگرش از زاویه جدیدی به مطلب باشید تا خبر برای شنوندگانی که سر میز صبحانه هم نشسته‌اند، تازگی داشته باشد.

یادآوری یک نکته دیگر هم ضروری است، و آن این که اگر مجموعه خبری شما، ترکیبی از اخبار و گزارش‌های سراسری و محلی باشد و یا اگر ناگزیرید یک خبر محلی را در صدر اخبار قرار دهید، نگران نباشید. شاید خبر اعتصاب ۲۰۰ تن از کارکنان یک کارخانه محلی در منطقه شما، برای ساکنان محله بسیار مهم‌تر از یک دعوا و منازعه بزرگ‌تر صنعتی در مکانی دیگر باشد. برخی از ایستگاه‌های رادیویی محلی، به‌عنوان یکی از سیاست‌های کاری، بر خود لازم می‌دانند که حتماً گزارش‌های محلی را در صدر اخبار خود قرار دهند، اما منتقدان بر این باورند که چنین قوانین خشک و غیراصولی به اهمیت خبرها و ترتیب قرارگرفتن آنها در گزارش خبری آسیب می‌رساند.

باقیمانده مجموعه گزارش‌های خبری

مرتب‌کردن گزارش‌ها در گزارش خبری به‌مراتب آسان‌تر از انتخاب سرفصل مهم‌ترین خبرهاست. تکرار مجدد خبر نیز هیچ اشکالی ندارد. در حقیقت بسیاری از ایستگاه‌های رادیویی بر اهمیت تکرار اخبار تأکید فراوان می‌کنند، زیرا از این طریق روند اجرای گزارش خبری نیز بهبود می‌یابد.

اگر گزارش مفصلی شامل چندین گزیده صوتی و مصاحبه تهیه کرده‌اید و اهمیت آن هم از بقیه اخبار بیشتر است، پس از قرائت دو خط از خبر، با گفتن عبارت «...در دیگر بخش‌های خبری...» به شنوندگان اطمینان دهید که مطالب بیشتری درباره همین خبر را به اطلاع‌شان خواهید رساند.

هرگز برای مقدمه خبر از یک عبارت، چندین بار استفاده نکنید. اگرچه هیچ اشکالی در این کار وجود ندارد، اما استفاده مداوم از عبارتی چون «این

هم گزارشی از...» خسته‌کننده است و ممکن است سبب کسالت یا خواب‌آلودگی شنونده شود. استفاده از این عبارات مانعی ندارد: «در اینجا دیوید بول توضیح می‌دهد که چرا...»، «جیمز ادواردز به تفصیل به اشکالات این طرح می‌پردازد...»، «کوین جونز از جزئیات کامل ماجرا، اطلاع کسب کرده است...». هنگامی که گزارشگر شما در دادگاه حضور دارد، می‌توانید بگویید: «نیک راجرز که اکنون در دادگاه حضور دارد...»

در هر صورت، مراقب باشید از عبارت نسنجیده‌ای مانند: «در دادگاه، گزارشگر ما، یعنی نیک راجرز هم حضور داشت!» هرگز استفاده نکنید. در مقدمه هر یک از گزارش‌ها و یا گزیده‌های صوتی، اول مطمئن شوید که شنونده آمادگی دریافت صداها و برهم پس‌زمینه را دارد. مثلاً در دستورالعمل پخش، با ارائه یک خط توضیح، توجه شنونده را به اصل مطلب جلب کنید، مثلاً بگویید: «تیم پیچ در یک سالن غذاخوری بسیار شلوغ با یکی از اعضای شورای شهر مصاحبه می‌کند»، بدین طریق مانع پرت شدن حواس شنونده، آن هم به خاطر سروصدای ظروف غذاخوری می‌شوید و به او کمک می‌کنید تا بر روی آنچه که واقعاً گفته می‌شود، تمرکز کند.

هر گزارش باید مستقل از گزارش‌های دیگر تهیه و پخش گردد. با توجه به محدودیت‌های موجود و ضرورت ایجاز و مختصرگویی، نهایت سعی خود را در این راه به‌کار بندید.

هیچ ضرورتی ندارد که شنونده شما بدانند روز گذشته چه اخباری گزارش شده و یا در ساعات قبلی خبر چه چیزهایی گفته شده است. به‌خاطر داشته باشید، نوعی ارتباط را در گزارش‌هایی که درباره «همان معضل همیشگی» تهیه می‌شوند نشان دهید. مثلاً بگویید: «...و باز هم موضوع قیمت

مسکن...». به این کار، ایجاد «چتر گزارشی»^۱ از طریق بیان عنوان، موضوع و یا سلسله‌مطالب گفته می‌شود. همیشه سعی کنید مجموعه گزارش‌های خبری را با یک گزارش شاد، اما جدی یا حقیقتاً طنز و جذاب به‌تمام برسانید.^۲ (در اینجا به استفاده از کلمه «حقیقتاً» توجه کنید.) با این کار، پس از پخش اخبار، خیلی راحت‌تر می‌توانید به‌سراغ ادامه پخش برنامه‌های عادی بروید. اما اگر چنین گزارش یا خبر جالب‌توجهی را در اختیار ندارید، اصلاً دستپاچه نشوید. بار دیگر سرفصل مهم‌ترین خبرها را قرائت کنید، البته اگر استفاده مجدد از آنها در ایستگاه رادیویی شما ممنوع نشده باشد. مثلاً بگویید: «و بار دیگر عناوین مهم خبری این ساعت را برای شما قرائت می‌کنیم...».

خواندن مجدد خلاصه عناوین مهم خبری بر روی شنوندگان تأثیر مطلوبی دارد؛ مخصوصاً برای آنهایی که دقایقی پس از شروع اخبار، رادیوی خود را روشن کرده‌اند و نتوانسته‌اند از خلاصه مهم‌ترین خبرها مطلع شوند. اگر هم از گزارش جذاب پایانی استفاده می‌کنید، به‌خاطر داشته باشید که این نوع گزارش‌ها تنها یک‌بار قابل استفاده‌اند.

و اما ادامه گزارش...!

هنگامی که از یک گزارش خوب و جالب‌توجه استفاده کردید، آن را به کناری نگذارید؛ به‌عبارت دیگر، اجازه ندهید تاریخ‌مصرف آن خیلی سریع تمام شود. هیچ چیز بدتر و عجیب‌تر از این نیست که یک خبر مهم، بدون

۱. Umbrella یا چتر اصطلاحاً به گزارش خاصی گفته می‌شود که به دنبال یک سلسله مطالب و تحت یک عنوان مطرح می‌شود.

۲. به این نوع گزارش‌های شاد و طنز پایانی، اصطلاحاً Kicker گفته می‌شود.

هیچ دلیل قابل توجیهی، در مجموعه گزارش‌های بعدی خبر، کاملاً حذف شود.

پیش از حذف کامل خبر، آن را در چندین مجموعه گزارش خبری تکرار کنید، اما هرگز فراموش نکنید که هر بار باید گزارش خود را بازنویسی کنید تا خبر تازه و جدید به نظر برسد. گزارشی را که به همراه یک گزیده صوتی خوب و مناسب تهیه شده است، می‌توان تنها در بخش‌های بعدی خبر همان‌روز، تکرار کرد. اگر لازم شد که به بُعد دیگری از ماجرا پرداخته شود، باید بار دیگر گزارشتان را بازنویسی کنید. می‌توانید خبرهای کم‌اهمیتی را که در مراحل پایانی گزارش خبری قرار گرفته‌اند، از نوبت‌های خبری یک یا دو ساعت بعد حذف کنید و آنها را در ساعات بعدی پخش اخبار مجدداً گزارش نمایید؛ در عین حال، مراقب ایجاد توازن میان خبرهای بین‌المللی، سراسری (کشوری) و محلی باشید، زیرا در یک گزارش خبری مناسب باید از این سه نوع اخبار وجود داشته باشد، اما تعداد آنها با توجه به شرایط و اوضاع زمان پخش خبر می‌تواند متغیر باشد.

خبرهایی که خارج از زمان پخش اخبار اعلام می‌شوند!!!

گاهی اوقات نمی‌توان آن‌قدر صبر کرد تا خبر جدیدی در جدول زمانی پخش اخبار بعدی گنجانیده شود.

معمولاً این‌گونه اخبار بدون «هیچ مقدمه‌ای» و پس از «اعلام آرم اخبار» پخش می‌گردند. در این موارد خبر را خیلی کوتاه اعلام کنید و فقط زمانی دست به این کار بزنید که خبر واقعاً «داغ» باشد. در همین چند دقیقه پخش گزارش خبری هم هرگز روال عادی برنامه را قطع نکنید، مگر در مواقع بسیار

اضطراری که اهمیت خبر جدید بیشتر از گزارش‌های خبری باشد. مسئولیت تصمیم‌گیری درباره اهمیت اخبار و نیز قطع برنامه‌های عادی برعهده ویراستار خبر است، اما تصمیم‌گیری باید با اطلاع ویراستار گزارش خبری نیز صورت‌گیرد. همچنین اگر ضرورت ایجاب کرد، موضوع را به مقامات ارشد نیز ارجاع دهید.

دیگر وظایف و مسئولیت‌های متصدیان بخش خبر

شبکه‌ها

زمانی که حادثه‌ای در شهر و یا محله شما رخ می‌دهد، ایستگاه رادیویی شما وظیفه دارد که با شبکه‌های سراسری همکاری نماید. از آنجایی که ایستگاه‌های مختلف رادیویی، مجموعه گزارش‌های خبری را به صورت زنده پخش می‌کنند، و در این‌گونه موارد، سلیقه‌ها و علایق با هم تفاوت دارد، خواه ناخواه این تفاوت‌ها به ایجاد اختلاف نظرها منجر می‌شود.

اگر خبر محلی خیلی سریع به شبکه سراسری منتقل شود، احتمالاً این خبر در بخش خبرهای سراسری گنجانیده می‌شود و اهمیت ذکر آن در بخش خبرهای محلی فراموش می‌شود. در چنین وضعیتی تصمیم‌گیری دشوار می‌شود. برخی معتقدند که بهتر است اخبار سراسری و محلی در کنار هم و بدون هیچ‌گونه تمایزی در برنامه گزارش خبری گنجانیده شوند. برخی از ایستگاه‌های رادیویی که در پخش اخبار و گزارش‌های محلی واقعاً قوی عمل می‌کنند، در چنین مواردی اغلب، بنا به ضرورت، خبرها را با هم ادغام می‌کنند تا شنونده متوجه اعلام یک خبر مهم در بخش خبرهای سراسری توسط گوینده خبر نشود. حتی در بازارهای رادیویی بسیار رقابتی که گاهی

ایستگاه‌های محلی رقیب بر حوزه فعالیت یکدیگر تسلط دارند و درعین حال، از یک منبع خبر سراسری واحد تغذیه می‌شوند، با زیرکی خاصی، برخی خبرها را به شبکه سراسری خبر ارسال نمی‌کنند؛ دلیل آن هم خیلی واضح است، زیرا شبکه سراسری بدون زحمت و در اسرع وقت به برنامه‌ها و گزیده‌های صوتی و همچنین منابعی که به‌سختی تهیه شده است، دسترسی پیدا می‌کند.

خیلی مراقب باشید، مواردی از این قبیل نیازمند راهبردها و تصمیمات دقیقی است که حتماً باید توسط سردبیران، ضمن مشورت با مدیریت ایستگاه رادیویی صورت گیرد، که اغلب هم این تصمیمات به سیاست‌های بازار کار بستگی دارد.

تلفن‌ها

احتمالاً مجبورید که در یک اتاق خبر بسیار کوچک فعالیت کنید، اما مسئولیت بسیار مهمی را برعهده دارید که هرگز نباید از آن غفلت کنید. اگر مسئول دریافت اخبار و اطلاعات هستید، هرگز فراموش نکنید که در زمان‌های معین و منظم با مراکز خدمات فوریتی و امداد رسانی تماس بگیرید. اتاق‌های کنترل، در سازمان‌هایی مانند اداره پلیس، اداره آتش‌نشانی و خدمات اضطراری از رسانه‌ها انتظار دارند که با آنها در تماس باشند؛ اما درعین حال، هیچ‌یک از کارکنان این بخش‌ها مایل نیستند که اخبار و اطلاعات از طرف آنها درز پیدا کند، بنابراین شما مرتباً با تمامی آنها تماس بگیرید. (مخصوصاً برخی از افسران پلیس هرگز فراموش نمی‌کنند که زمانی به آنها دستور مؤکد داده شده که هیچ خبری را با «مطبوعات» در میان نگذارند.)

علاوه بر این، گاهی به خاطر یک آتش‌سوزی به پلیس هم تلفن زده می‌شود، اما این موضوع برای پلیس اصلاً اهمیتی نخواهد داشت تا وقتی که منجر به مرگ یک نفر شود و یا از ظاهر قضایا مشخص شود که آتش‌سوزی عمدی است.

به عبارت دیگر، بخش کنترل خدمات آتش‌نشانی، احتمالاً اخبار و جزئیات بیشتری را در مورد انواع تلفن، اعم از وقایع جدی و یا حوادث معمولی در اختیارتان خواهد گذاشت.

تهیه یک فهرست تلفن جدید (با درج آخرین تغییرات) از واجبات (اصول اولیه) در حرفه شماست.

همانطور که قبلاً ذکر کردیم، چند خط تلفن‌گویا برای تماس خبرنگاران روزنامه‌ها و تلویزیون و همچنین گزارشگران رادیو، اختصاص یافته است. هر وقت توانستید با این شماره‌ها تماس بگیرید و به گزارش‌های صوتی آنها گوش کنید. به شما پیشنهاد می‌کنیم در ساعات اوج کار، هر ساعت یک‌بار و در دیگر ساعات، پیش از آغاز هر مجموعه گزارش خبری، با این تلفن‌ها تماس بگیرید.

سرفصل‌ها و اهمّ اخبار

بنا به سیاست حرفه‌ای ایستگاه رادیویی خود، باید سرفصل اهمّ اخبار را برای زمان‌های ۳۰ دقیقه پس از هر ساعت و یا هنگام پخش «اهم اخبار» بنویسید. این سرفصل‌های خبری باید حداکثر در دو خط برای هر گزارش یا خبر نوشته شوند و کاملاً مستقل از یکدیگر باشند.

این فرصت به ندرت پیش می‌آید که بتوانید از دو خط اول هر گزارش

استفاده کنید. برای هر گزارش یا خبر، سرفصل جدیدی بنویسید. پیشنهاد می‌کنیم که هر گزارشگر بنا به ضرورتی که وجود دارد، خبر یا گزارش خود را با نوشتن سرفصل خبر، بایگانی کند؛ بهتر است که این کار به صورت یک روش و قانون درآید تا بایگانی و استفاده مجدد از هر گزارش و یا خبری آسان‌تر شود. درعین حال، برخی از ایستگاه‌های رادیویی ترجیح می‌دهند که زمان پخش اخبار و یا گزارش خبری، با اجرای موسیقی مخصوص همراه شود. این عادت بسیار پسندیده و عالی است و ارزش آن را دارد که عنوان تبلیغی مخصوصی نیز برای این منظور تهیه و تولید گردد. بدین منظور، باید پیش از پخش مجموعه خبر سراسری و یا خبر محلی، عنوان آن اعلام شود. برای تهیه عنوان خبر، از نسخه اصلی گزارش یا خبر استفاده کنید.

گزارشگران اختصاصی

اگر شانس بیاورید که یک یا چند گزارشگر در استودیو حضور داشته باشند، می‌توانید آنها را برای پی‌گیری خبر به محل بفرستید. این گزارشگران منابع بسیار ارزشمندی محسوب می‌شوند، پس در به‌کارگیری آنها احتیاط کنید. در ابتدا از خودتان بپرسید که آیا فرستادن یک نفر برای بررسی و پی‌گیری تنها یک خبر، که آن هم ممکن است بیشتر ساعات صبح او را اشغال کند، ارزش دارد و آیا تأثیرگذاری خبر را بیشتر می‌کند؟ درعین حال، باید توجه داشته باشید تنها چیزی که در دست آخر عاید شما می‌شود، مصاحبه‌هایی است که از طریق تلفن به دست شما می‌رسد. به‌هرحال، پاسخ این سؤال، در اختیار شماست و آن نیز به امتیازات و یا ارزش‌های هر یک از گزارش‌ها بستگی دارد.

ارائه دستورات لازم

رده شغلی تهیه‌کنندگان بخش خبر در رادیوهای BBC و ویراستاران گزارش خبری در رادیوهای خصوصی، کمی بالاتر و مسئولیتشان نیز بیشتر است. تهیه‌کننده خبر باید شرح وظایف خبرنگاران را روشن کند و دستورات لازم را به آنها ارائه نماید؛ اما او باید به‌خاطر داشته باشد که افراد نسبت به «درخواست‌ها» واکنش بهتری نشان می‌دهند تا نسبت به «دستورات».

تهیه‌کننده خبر وظیفه دارد تا آنجا که ممکن است شرایط و اوضاع گزارش را برای گزارشگر روشن کند و توضیحات لازم را ارائه نماید. اگر شما به‌عنوان تهیه‌کننده، از زاویه خاصی به خبر می‌نگرید، انتظار نداشته باشید که گزارشگر ذهن شما را بخواند. به‌هرحال، یک گزارشگر لایق، اگر توضیحات را هرچند به‌طور خلاصه دریافت کرده باشد، به‌هنگام تهیه گزارش یا خبر، به دیگر زوایای آن هم خواهد پرداخت و هنگامی که به استودیوی خبر بازمی‌گردد، حتماً مطالب غیرمنتظره‌ای را با خود به‌همراه خواهد داشت.

در ابتدا نباید گزارش همان‌گونه که شما در نظر دارید تهیه شود. خیلی هم انتقادگر و سرزنش‌کننده نباشید. هر چه باشد، گزارشگری که در صحنه حادثه حضور داشته، بهتر از شما می‌تواند درباره ماجرا قضاوت کند. اگر هم اعتقاد دارید که او در قضاوت خود دچار اشتباه شده، موضوع را به بعد موکول کنید و ساعتی بعد در کمال آرامش و خونسردی، خطا و اشتباهات او را برایش توضیح دهید. هیچ چیز بدتر از دعوا و جاروجنجال، پیش از اجرای گزارش خبری نیست، آن هم دعوا بر سر آنچه که به‌عقیده شما باید انجام می‌شده ولی در انجام آن کوتاهی صورت گرفته است!

اولویت‌ها

گاهی اوقات روز آرام و ساکتی را پیش‌رو دارید، اما ناگهان با انتشار تقریباً هم‌زمان چند خبر و گزارش تکان‌دهنده، همه چیز به‌هم می‌ریزد. اگر چنین اتفاقی افتاد، خونسردی خود را حفظ کنید، آرام به‌صندلی خود تکیه‌داده و فکر کنید که اولین و عاقلانه‌ترین کاری که باید انجام دهید چیست. احساسات خود را کنترل کنید و با دریافت اولین خبر و یا گزارش، از خود واکنش تندی نشان‌ندهید، زیرا همیشه اولین، بهترین نیست. احتمالات مختلف را در گزارش‌های رسیده خوب با هم بسنجید و ارزیابی کنید. معمولاً بهتر است در ابتدا ساده‌ترین کارها را پی‌گیری کنید، زیرا از این طریق در مدت کوتاهی، دو یا سه گزارش را به‌تمام خواهید رساند. سپس به‌موارد مشکل‌تر و آنهایی که به صرف زمان بیشتری نیاز دارند، بپردازید.

اگر قرار باشد که فقط به‌خاطر جذابیت موضوع گزارش به آن بپردازید و بقیه گزارش‌ها را از قلم ببندازید، در پایان هیچ نتیجه‌ای عایدتان نخواهد شد.

مدیریت بحران

گاهی پیش می‌آید که یک گزارش یا خبر تکان‌دهنده با گذشت زمان، داغ‌تر و هیجانی‌تر می‌شود؛ اما شما باید به رویدادها و خبرهای دیگری نیز که رخ داده‌است بپردازید، هر چند که این کار مطابق میلان نباشد. مثلاً در نظر بگیرید که یک حادثه آتش‌سوزی در سالن «شورای شهر» رخ داده، ۲۰۰۰ تن از کارکنان این شورا از سالن خارج شده‌اند و ورود به مرکز شهر امکان ندارد و تمامی راه‌ها به این بخش بسته شده است. در چنین حالتی اگر قرار باشد فقط به این گزارش بپردازید، دیگر زمانی برای پرداختن به خبرهای دیگر در

بخش گزارش خبری و یا اخبار باقی نمی‌ماند. در چنین مواردی اصلاً تردید به خود راه ندهید، فوراً به افرادی که فکر می‌کنید می‌توانند به شما کمک کنند، تلفن کنید.

زمانی که بارش کمی برف سنگین باعث راه‌بندان و بسته‌شدن راه‌های ارتباطی منطقه شما می‌شود، حتی آن دسته از افرادی که اصول خبرنگاری را نمی‌دانند هم می‌توانند به خوبی از عهده پرداختن به تماس‌های تلفنی برآیند. اغلب اوقات کارکنان دفتر مدیریت یا بخش فروش، دست به هر کاری می‌زنند تا فرصتی پیدا کنند و وارد اتاق خبر بشوند، حتی اگر قوانین نظارتی بسیار شدیدی اعمال شود؛ بنابراین گزارشگران خود را با دقت انتخاب کنید. در هر حادثه، به زوایای مهم آن بپردازید و همیشه مطالب و نکات بخش بعدی اخبار و یا چند گزارش خبری بعدی را در نظر داشته باشید. در مواردی که پرداختن مجدد به این نکات ضروری نیست، تنها یکی- دو نکته را ذخیره و بایگانی کنید.

از مواردی که به صورت زنده پخش می‌شود، غفلت نکنید. هنگامی که بخشی از برنامه در بخش عادی پخش می‌شود، ضبط خود را روشن کنید و یک بار دیگر به مطالب آن گوش کنید. به هنگام گزارش درباره یک حادثه دردناک یا فاجعه، آن هم به صورت زنده، مهم‌ترین دغدغه شما باید جلوگیری از ایجاد اضطراب و تنش در میان شنوندگان باشد.

به هنگام گزارش یک حادثه، در ابتدا باید جزئیات زمان و محل وقوع آن را کاملاً توضیح دهید تا موقعیت و شرایط وقوع آن مشخص شود. برای مثال، در حادثه برخورد دو قطار، حتماً باید محل حادثه، مسیر هر یک از قطارها و زمان حرکت آنها از مبدأ را ذکر کنید. زمانی که حوادث رخ داده برای

وسایل نقلیه عمومی در شهرهای بزرگ را گزارش می‌کنید، باید تا آنجا که ممکن است آن را به صورت ویژه و در ابتدای مجموعه گزارش‌های خبری، اعلام و گزارش نمایید. درعین حال، اغلب ذکر نام بیمارستانی که مجروحان حادثه به آنجا منتقل شده‌اند و همچنین اعلام شماره تلفن تماس با پلیس یا نیروهای خدمات فوریتی برای اطلاع مردم از مشخصات مجروحان نیز مفید خواهد بود.

جنبه‌های قانونی

خبرنگاران طبق قانون از حقوق ویژه برخوردار نیستند، مگر در چند مورد خاص که براساس آن حق دارند به مواردی از قبیل دادگاه نوجوانان، که دسترسی عموم مردم به آن ممنوع شده، دسترسی داشته باشند. علاوه بر این، بعضی از خبرنگاران سعی داشته‌اند با استناد به حقوقی که تاکنون قانون برایشان تعیین کرده است، از منابع خبری خود محافظت کنند، که متأسفانه همیشه با موفقیت همراه نبوده‌اند. به‌طور کلی، خبرنگاران از همان حقوق و تعهداتی برخوردارند که برای شهروندان دیگر مشخص شده است.

بر تمامی خبرنگاران رادیویی واجب است که از دانش حرفه‌ای جامعی درخصوص حوزه‌های خاص و کلیدی قانون برخوردار باشند. در اینجا فقط می‌توانیم شرح مختصری از آن را برایتان بیاوریم. برای کسب اطلاعات بیشتر به کتاب **حقوق اساسی مک. نا برای خبرنگاران**^۱ که توسط تام ولش و والتر گرین وود^۲ و باتر ورس^۳ منتشر شده است، مراجعه فرمایید.

-
1. Mcnae's Essential Law For Journalists
 2. Tom Welsh & Walter Green Wood
 3. Butter Worths

برای ادامه فعالیت در حوزه قانون، باید از روند اجرای آن و محدودیت‌هایی که برای شما وضع می‌کند، کاملاً آگاهی داشته باشید. دو معضل قانونی که بیش از همه باعث نگرانی خبرنگاران می‌شود، عبارتند از: «افترا»^۱ و «توهین»^۲. قوانین مربوط به این دو مورد بسیار پیچیده‌اند و هر چند وقت یکبار هم عوض می‌شوند. درعین حال، در قوانین عمومی چند مورد استثنا نیز، برای آن در نظر گرفته شده است. اگر درباره مطالبی خاص، شک و تردید داشتید، حتماً پیش از پخش برنامه، به یک مشاور حقوقی و یا کتاب مرجع در آن حوزه مراجعه کنید.

افترا یا هتک حرمت افراد

قانون می‌گوید، هر فرد در جامعه حق دارد که در سراسر زندگی‌اش از «نام خوب» یا «عنوانی آبرومند» بهره‌مند گردد، مگر آنکه شهادی غیرقابل‌انکار برای اثبات خلاف آن وجود داشته باشد. به‌عنوان مثال، ثابت شود که وی مرتکب جنایتی شده است.

شما نباید هر مطلبی را که ممکن است سبب ایجاد نفرت، تحقیر، تمسخر و یا باعث شرمندگی و انزوای یک فرد و یا حتی سبب اعمال آزار و اذیت بر ضد او در محل کار، کسب و یا تجارتش شود، پخش کنید. انتشار هر مطلبی که به آبرو و حیثیت افراد لطمه وارد سازد، ممکن است افترا و یا هتک حرمت محسوب شود.

«هتک حرمت»^۳ افراد به دو بخش بهتان^۱ (به‌صورت شفاهی) و افترا

-
1. Libel
 2. Contempt
 3. Defamation

(به صورت کتبی) تقسیم‌بندی می‌شود. در هر موردی که حرمت افراد در رسانه‌ها هتک شود و به آبروی آنها توهین شود، آن اقدام در حکم افتراست، زیرا سخنی که از رسانه‌ها پخش می‌شود، بسیار فراگیرتر و تأثیرگذارتر از گفت‌وگوی معمولی افراد است و تأثیرگذاری آن همانند صنعت نشر است، زیرا از رادیو به همه جا سرایت می‌کند.

تفاوت دیگر «افترا» و «بهتان» آن است که برای ادعای خسارت در قبال «بهتان»، فرد باید دچار آسیب معمولی شده باشد، مثلاً شغل خود را از دست داده باشد. البته برای این قوانین عمومی چند مورد استثنا نیز در نظر گرفته شده است، اما به ندرت مشاهده شده که فردی به خاطر «بهتان» از خبرنگاران رادیویی شکایت کرده باشد. اما در مورد «افترا»، تنها اثبات هتک حرمت و آبروی فرد کافی است تا او در شکایت موفق شود. البته، مبالغی که برای جبران خسارت در نظر گرفته می‌شود، متغیر است و می‌تواند از مبالغ بسیار ناچیز تا مبالغ هنگفت و سرسام‌آور، در نوسان باشد.

برای رعایت قانون در نظر داشته باشید که زمانی فرد، محکوم به ایراد «افترا» می‌شود که جرم او بر ضد فرد یا گروهی خاص مشخص شود. در ضمن نمی‌توان به یک فرد متوفی افترا وارد کرد. البته گاهی ممکن است بدون استفاده از نام و عنوان فردی خاص، به گروهی از افراد افترا زده شود؛ برای مثال این‌گونه گفته شود: «اعضای حزب محافظه‌کار در بلنک شایر، جیب‌هایشان را آستردوزی می‌کنند، زیرا قراردادهای شورا تنها با دوستان آنها منعقد می‌شود». در اینجا به‌طور آشکار این گروه را به اعمال فساد متهم کرده‌اید و هر یک از اعضای محافظه‌کار شورا در بلنک شایر می‌تواند به اتهام

ایراد افترا برضد شما شکایت کند.

دفاعیه برضد ایراد افترا

بهترین دفاعیه

اگر به خاطر ایراد افترا از شما شکایت شد، بهترین کار این است که به هنگام دفاعیه، در ابتدا، هرگز آن را به گردن نگیرید. به خاطر داشته باشید که مسئولیت گفته‌ها و نظرات مصاحبه‌شوندگان فقط برعهده خود آنها نیست، شما هم باید در قبال آنچه که دیگران گفته‌اند، از خودتان دفاع کنید.

حقیقت

در مرحله دوم بهترین دفاعیه این است که ایمان داشته باشید، آنچه که گفته شده حقیقت دارد. در قانون، هر حقیقتی عین حقایق یا استدلال محسوب می‌شود. این حقیقت باید برای هیئت منصفه روشن شود. در هر صورت، مواردی هم بوده که شخصی برضد برنامه‌ای شکایت کرده و با وجود صحت گفته‌های برنامه، توانسته است، محاکمه را به نفع خود تمام کند و خسارت دریافت نماید؛ تنها به این دلیل که مدعی شده است شنونده در پایان برنامه، از خود برنامه و شیوه‌ای که حقایق در آن ارائه شده، برداشتی افتراگونه داشته است. اما در این میان، اگر برخی از اطلاعات و حقایق حذف شوند، نتیجه‌ای که یک فرد عاقل و منطقی از کل برنامه می‌گیرد، کاملاً متفاوت خواهد بود.

اظهارات غیرمغرضانه

می‌توان با استناد به اینکه «این اظهارات از روی بی‌طرفی کامل و بدون

هرگونه قصد و غرضی گفته شده» از اتهام ایراد افترا دفاع کرد؛ به این معنا که بگویند نظرات بیان شده کاملاً از روی صداقت بوده و قصد هیچ‌گونه بدخواهی، غرض‌ورزی و یا شرارت نداشته‌اید. در این دفاعیه باید نشان دهید که اظهارنظرها و گفته‌ها، براساس شواهد و دلایل عینی بوده است و نه اطلاعات نادرست.

انتقاد، یکی از اصول بنیادین در حکومت‌های دموکراتیک و سیاسی است و حتی اگر باعث رنجش و یا ناراحتی یکی از سیاستمداران شود، افترا محسوب نمی‌گردد. اما گاهی لازم است که در این خصوص هشدارهای لازم داده شود؛ به‌عنوان مثال، وقتی که می‌گوییم: «سیاست‌های حزب محافظه‌کار در بلنک شایر از روی خودخواهی و سنگدلی اعمال می‌شود، بار دیگر فقیرترین مردمان جامعه، فقیرتر می‌شوند در حالی که ثروتمندان هر روز ثروتمندتر می‌گردند. بار دیگر داستان بدبختی آدم‌ها و لعن و نفرین فرستادنشان، تکرار می‌شود. درست نمی‌گوییم؟! این‌طور نیست؟»، منظورمان را در یک عبارت معقول و مستند آورده‌ایم. پس این عبارت افترا محسوب نمی‌شود، بلکه اظهارات غیرمغرضانه‌ای است که درباره منافع عموم مردم گفته شده و از نظر حقوقی می‌توان عقاید و باورهای صادقانه مردم را بیان کرد. به‌رغم آنکه این اقدام از نظر حقوقی هیچ‌گونه مشروعیت یا اعتباری ندارد، اما بهتر است فرصتی را برای گروه محافظه‌کار در بلنک شایر فراهم کنید تا نظرات و گفته‌هایشان را به‌گوش مردم برسانند. مراقب باشید در اینجا هم کلمات و عبارات، ممکن است افترا محسوب شوند، پس مراقب باشید که چگونه و در چه مضمونی این عبارات را به‌کار می‌گیرید.

یکی از این کلمات «ستمکار» است. متهم کردن یک فرد به «ستمکاری»

باید پس از ملاحظات خاص و با احتیاط صورت پذیرد. همچنین در به‌کارگیری کلماتی چون «ادعا» و «اتهام» در هر گزارش خیلی دقت کنید، زیرا ممکن است باعث ایجاد اختلاف نظر و یا انتقاد از یک فرد گردد.

مصونیت یا برخورداری از حق ویژه

دفاعیه دیگری که می‌توانید داشته باشید آن است که بگویید کلمات افتراگونه به سبب مصونیت و یا برخورداری از حق ویژه ایراد شده‌اند. به‌طور کلی، دو نوع مصونیت وجود دارد: یکی مصونیت خاص^۱ است که به هر فردی که در دادگاه صحبت می‌کند، اعم از قاضی، و وکلا و یا اعضای مجلس داده می‌شود و دیگری مصونیت مشروط^۲ است که به تهیه گزارش از این موارد مربوط می‌شود و شرایط ویژه‌ای دارد، از جمله اینکه گزارش باید منصفانه، صحیح، بدون هرگونه جانبداری و غرض‌ورزی تهیه شود و به‌صورت هم‌زمان و یا در اسرع وقت از رسانه پخش گردد. به‌عبارت دیگر، حتی تهیه گزارش از ایراد اتهامات، نیز ممکن است از روی غرض‌ورزی و نادرست انجام شود. اما اگر احياناً سخنانی که در یک دادگاه علنی و یا در مجلس عوام گفته می‌شود، عیناً به‌صورت هم‌زمان و یا در اسرع وقت از رسانه پخش گردد، رسانه مذکور برای انتشار این اتهامات از مصونیت برخوردار است و این پایان ماجرا تلقی می‌شود.

همچنین در تهیه گزارش از دیگر جریانات عمومی مانند جلسات شورای شهر، مجلس و یا تریبون‌های رسمی دولت و دیگر جلساتی که

1. Absolute Privilege
2. Qualified

به‌نوعی به‌منافع عمومی مردم بازمی‌گردد، می‌توان در دفاع از خود، به مصونیت مشروط استناد کرد. درعین‌حال، می‌توانید در ارتباط با تهیه گزارش صحیح و منصفانه از اعلامیه‌ها و هشدارهای عمومی نیز که معمولاً از سوی پلیس، سازمان‌های دولتی و یا مقامات محلی منتشر می‌شوند، با استفاده از حق مصونیت مشروط از حق خود دفاع کنید.

هتک‌حرمت سهوی

ایراد غیرعمدی افترا می‌تواند نشئت‌گرفته از اشتباه در اسامی باشد. به همین دلیل است که گاهی در گزارش ذکر نام متهم در دادگاه کافی نیست. تنها ذکر نشانی، سن و شاید شغل متهم، گاهی ممکن است سبب بروز اشتباه با فردی شود که کمی به او شباهت دارد.

کسب رضایت طرف مقابل

کسب رضایت یا موافقت خواهان، هنگامی کاربرد دارد که رسماً یک عذرخواهی از سوی همان ایستگاه رادیویی پخش شود و شاکی قبول کند که این پوزش برای جبران خسارت او کافی است.

افترای جنایی

از بدترین انواع هتک‌حرمت افراد، می‌توان از ایراد افترا یا بهتان جنایی نام برد. این نوع اتهام نتیجه ابتذال، فتنه‌انگیزی و یا توهین به مقدسات است. همچنین بهتان جنایی می‌تواند از یک دعوای حقوقی مدنی به خاطر ایراد افترا نشئت گرفته باشد، هنگامی که دادگاه رأی می‌دهد که این هتک‌حرمت یا افترا، آنقدر جدی است که ممکن است به اختلال در نظم عمومی منجر شود.

ممکن است ضمن ایراد افترا به یک فرد فوت‌شده، وی متهم به ارتکاب جنایتی شود؛ در این صورت، دادگاه درباره سرنوشت بازماندگان و خانواده وی تصمیم‌گیری خواهد کرد، زیرا هرگونه حمله یا خشونت نسبت به آنها منجر به اختلال در نظم عمومی جامعه خواهد شد. یکی از مجازات‌های در نظر گرفته شده برای متهمان ایراد افترای جنایی، زندان است؛ با مشاهده کوچک‌ترین دلیلی برای چنین اتهامی، حتماً و بلافاصله با یک مشاور حقوقی مشورت کنید.

توهین یا اهانت به دادگاه

کلمه «توهین» در اصطلاح حقوقی به مواردی از قبیل پرتاب گوجه‌فرنگی به سوی قاضی دادگاه اطلاق می‌شود. بدون شک، قاضی با مشاهده چنین رفتاری، فرد خاطی را به بدترین مجازات محکوم خواهد کرد، زیرا معنای این تحقیر و توهین بسیار گسترده‌تر از دشنام صرف و یا نشان‌دادن رفتار توهین‌آمیز است.

اما اهانت به دادگاه، عبارت است از هرگونه رفتاری که ممکن است موجب تعصب‌ورزی و جانبداری نسبت به مذاکرات انجام‌شده در یک دادگاه و یا نتایج آینده آن گردد. در انگلستان هیچ‌کس حق ندارد، در یک دادخواهی و یا محاکمه، از پیش قضاوت کند، در روند محاکمه دخالت نماید و یا بر تصمیم هیئت‌منصفه تأثیر بگذارد. در تهیه گزارش از یک دادگاه و آنچه که باید گزارش شود، محدودیت‌های قابل‌توجهی وجود دارد؛ مخصوصاً هنگامی که محاکمه‌ای در جریان و یا پرونده‌ای در دست رسیدگی است. هرگونه زیاده‌روی در محدودیت‌های تعیین‌شده، با خطر اتهام توهین به دادگاه روبه‌رو خواهد بود. انتشار شواهد و مدارک مربوط به پرونده پس از آنکه در دادگاه

مطرح شد، قانونی است و اشکالی ندارد؛ اما انتشار همین مطالب پیش از طرح در دادگاه غیرقانونی است و اهانت به دادگاه محسوب می‌گردد. اگر یکی از شاهدان به انتشار پیش از موعد این مطالب کمک کند یا پولی دریافت‌نماید، دادگاه این خطا را بسیار جدی می‌گیرد و شاهد به همراه تمامی افرادی که سخنان او را منتشر کرده‌اند با شدیدترین مجازات و حتی زندان مواجه خواهد شد. همچنین کسی که موجب اختلال در نظم دادگاه شود، به همین اتهام مجازات خواهد شد.

مجازات «اهانت به دادگاه» دقیقاً در قانون درج نشده است، بنابراین به لحاظ نظری حداکثر مجازات، پرداخت جریمه به‌مقدار نامعین و حکم‌زندان ابد خواهد بود.

البته در عالم واقعیت، متداول نیست که شخص مجرم (کسی که به جرم اهانت به دادگاه، مجازات می‌شود) برای مدت نامحدودی زندانی شود؛ به طور کلی اعتقاد بر این است زمانی که شخص مجرم «به مکافات اهانت خود به دادگاه برسد»، مجازات زندان او هم پایان خواهد یافت. به بیان دیگر، قاضی را باید متقاعد کرد که شخص مجرم، واقعاً از کار خود پشیمان شده است و دیگر این اشتباه را تکرار نخواهد کرد. این عذرخواهی اغلب باید به صورت رسمی و در دادگاه انجام گیرد.

محاکمات جنایی و مدنی، هر دو، در یک دادگاه و با استناد به قانون «اهانت به دادگاه» به‌اجرا درمی‌آیند، اما با وجود این، از پرونده‌های جنایی، با دقت و توجه بیشتری حفاظت می‌شود. در این خصوص، مقررات خاصی نیز برای دادگاه‌های اطفال و خانواده وضع گردیده که اجرا می‌شود.

در پرونده‌های جنایی، اگر پلیس اصرار داشته باشد که فرد دستگیرشده،

همان «شخص درگیر در جنایت» است، در این صورت با مشکل مواجه خواهید شد. در چنین مواردی، تصمیم‌گیری نهایی برعهده دادگاه است و شما حق ندارید، پیش از پایان دادرسی، با پلیس هم‌صدا شوید و قضاوت پیش از موعد داشته باشید.

در چنین پرونده‌هایی، مهم‌ترین سؤالی که در ارتباط با اتهام «اهانت به دادگاه» مطرح می‌شود، این است که آیا آنچه از رسانه پخش می‌شود، به پلیس کمک می‌کند و یا مانع پیشرفت کار آنها می‌شود یا آیا مطلب پخش شده از رسانه، روند دادرسی را تحت‌الشعاع خود قرار خواهد داد یا خیر.

یک دستورالعمل ساده و جامع

احتمال اینکه مورد اتهام «اهانت به دادگاه» قرار بگیرید، فقط در مراحل خاصی از دادگاه جنایی ممکن است رخ دهد؛ برای روشن‌تر شدن مطلب، برای شما مثالی می‌آوریم. در ابتدا نگاهی داریم به قتل فجیع و بی‌رحمانه «بیل اسمیت». جسد تکه‌تکه شده وی، در یکشنبه شب بارانی، در مقابل یک مشروب‌فروشی پیدا می‌شود. در وهله اول وظیفه شما این است که به درستی از تمامی جزئیات آنچه که اجازه ندارید بیان نمایید، مطلع شوید:

مرحله اول

جسد اسمیت توسط پلیس پیدا می‌شود. پلیس به دنبال شاهدان عینی می‌گردد، در حال حاضر، هیچ‌کس در مظان اتهام قرار ندارد. تا اینجا می‌توانید هر آنچه را که دوست دارید، گزارش کنید، البته تا زمانی که تماماً صحت داشته باشد. احتمالاً یکی از بازرسان در مصاحبه‌ای اعلام می‌کند که با یک «قاتل درنده‌خو» سروکار داریم و اضافه می‌کند که در سراسر کشور به دنبال «قاتل خطرناکی است که ممکن است بار دیگر به حملات خود ادامه دهد».

مرحله دوم

فردی که صاحب مشروب‌فروشی است دستگیر می‌شود. در حال حاضر هیچ اتهامی بر ضد او وجود ندارد.

در اینجا بی‌درنگ، در تنگنا قرار می‌گیرید. اکنون دیگر بیل اسمیت کشته نشده، بلکه مرده است. اثری از درنده‌خویی و شقاوت مشاهده نمی‌شود. به هیچ‌وجه حق ندارید از این صفت استفاده کنید. فرد دستگیر شده، همان فردی نیست که پلیس در جست‌وجوی آن بوده است؛ بنابراین حق ندارید خصوصیات صاحب مشروب‌فروشی را توصیف کنید، حتی اگر یکی از افسران بی‌احتیاط پلیس به شما اطلاع دهد که فرد دستگیر شده چه کسی است. باید این‌گونه بنویسید: «کارآگاهان و مأموران پلیس بلنک‌تاون، تمام شب گذشته را مشغول بازجویی از فردی بودند که گفته می‌شود با مرگ بیل اسمیت، یعنی کسی که جسد او دو روز پیش در مقابل مشروب‌فروشی رد لاین، در وست استریت پیدا شد، ارتباط دارد. آقای اسمیت ۴۲ ساله در بلنک‌تاون واقع در کراس استریت زندگی می‌کرده است. پلیس می‌گوید، احتمالاً جزئیات بیشتر را تا اواخر روز جاری منتشر خواهد کرد.»

مرحله سوم

صاحب مشروب‌فروشی، امروز در دادگاه محاکمه می‌شود، اتهام او قتل است.

اجازه ندارید، یک بار دیگر کلمه «قتل» را تکرار کنید، تنها می‌توانید ذکر کنید که اتهام او چه بوده است. به‌هرحال، هنوز هم موانع و محدودیت‌هایی وجود دارد. در این مرحله پیش از بیان اسم و عنوان هر یک از افراد، خوب فکر کنید.

اگر پیش از تشکیل دادگاه از صاحب مشروب‌فروشی رفع اتهام شود،

وضعیت شما چگونه خواهد بود. در آن صورت او می‌تواند به اتهام ایراد افترا رسماً از شما شکایت کند. بنابراین باید بگویید: «امروز فردی که به اتهام قتل بیل اسمیت دستگیر شده بود، در مقابل قاضی دادگاه قرار می‌گیرد. بیل اسمیت ۴۲ ساله در نزدیکی کراس استریت زندگی می‌کرد. جسد او توسط یک افسر پلیس در مقابل مشروب‌فروشی رد لاین، واقع در وست استریت، پیدا شد.»

مرحله چهارم

در این ارتباط صاحب مشروب‌فروشی در دادگاه کراون حاضر و محاکمه خواهد شد.

در اینجا یک بار دیگر، مقررات عوض می‌شود. زیرا در این مرحله می‌توانید نام فرد را ذکر کنید، گرچه فقط اجازه بیان نام، سن، آدرس، اتهام و نتیجه محاکمه او را خواهید داشت: «صاحب ۵۳ ساله یک مشروب‌فروشی در بلنک تاون، به اتهام قتل در مقابل قاضی دادگاه بخش قرار می‌گیرد. جورج جونز، صاحب مشروب‌فروشی رد لاین، واقع در وست استریت، متهم به قتل بیل اسمیت از بلنک تاون، واقع در کراس استریت است. جسد آقای اسمیت شنبه شب گذشته، در وست استریت پیدا شد. جونز هفت روز گذشته را در بازداشت سپری کرده است.»

مرحله پنجم

محاکمه در دادگاه کراون انجام می‌شود.

اکنون می‌توانید هر آنچه را که هر روز در دادگاه رخ می‌دهد، گزارش کنید؛ از سخنان قاضی، شاهدان و وکلا گرفته تا سخنان خود متهم. کلمات و جملات باید عیناً نقل شوند و اجازه ندارید، آنها را در گزارش خود تعبیر و یا تفسیر کنید. این گفته‌ها باید با استفاده از عباراتی چون: «وکیل متهم

این‌گونه ادامه داد...»، «قاضی به اعضای هیئت‌منصفه هشدار داد...» و «در دادگاه بیان شد...» بیان شوند و اتهامات و نسبت‌ها کاملاً مشخص گردند. حتماً نام دادگاه و نوع محاکمه‌ای را که در آن انجام می‌شود، ذکر نمایید و اشاره کنید که هنوز محاکمه در جریان است. مراقب دخالت‌هایی که از سوی جایگاه حاضران عادی می‌شود، باشید. معمولاً نباید این‌گونه دخالت‌ها به تفصیل گزارش شوند، زیرا آنها جزئی از روند دادرسی نیستند و در قبال عمل «ایراد افترا» حمایت نمی‌شوند.

مرحله ششم

جونز به اتهام قتل، مجرم شناخته شد.

تا پایان دادرسی، قوانین و مقررات همانند مقررات مرحله پنجم است؛ مثلاً می‌توانید بگویید: «قاضی دادگاه خطاب به جونز اظهار داشت که این حمله بدون دلیل موجه و کاملاً وحشیانه بوده است... و مجازات حبس ابد غیرقابل اجتناب است.

مرحله هفتم: پس از محاکمه

تقریباً می‌توانید به مرحله اول بازگردید. گزارش یکی از کارآگاهان پلیس را به این مضمون پخش کنید: «جونز مردی وحشی و درنده‌خوست که باید مدت‌های مدیدی را پشت میله‌های زندان سپری کند».

حتی می‌توانید با خانواده و وابستگان قاتل و یا قربانی مصاحبه کنید. آنها ممکن است هر چیزی را که تمایل دارند به زبان بیاورند، مانند انتقاد از شیوه محاکمه یا حکم صادرشده توسط دادگاه.

قوانین و مقررات در خصوص ایراد افترا در اینجا هم صادق است. به عنوان مثال، در گزارشتان نباید به بی‌کفایتی و یا اشتباه قاضی، هیئت‌منصفه و یا وکلا اشاره‌ای داشته باشید، حتی اگر یکی از مشاوران حقوقی اعلام کند که

چنین درخواستی زمینه را برای فرجام‌خواهی و یا اعتراض به رأی دادگاه فراهم می‌کند. درعین‌حال، نباید جونز را متهم کنید که جرم‌ها و یا اشتباهات دیگری هم داشته است، مگر اینکه واقعاً با اتهامات بیشتری روبه‌رو باشد.

تهیه گزارش از دادگاه

تهیه گزارش از روند اجرای قانون، وظیفه‌ای بسیار سنگین و مستلزم برخورداری از دانش و تجربه فراوان است و تاکنون کتاب‌های بسیاری در این باره تألیف شده است.

واقعیت این است که خبرنگاران رادیویی، زمان بسیار زیادی را در دادگاه‌ها سپری نمی‌کنند. اصولاً ایستگاه‌های رادیویی کوچک نمی‌توانند از عهده پرداخت دستمزد خبرنگارانی برآیند که وظیفه آنها، ساعت‌ها نشستن در جایگاه حاضران و تماشای روند اجرای محاکمه است. ایستگاه‌های مذکور به جای این کار، از اخبار تهیه‌شده توسط نمایندگی‌های خبری نسخه‌برداری می‌کنند. این نمایندگی‌های خبری بهترین استفاده را از زمان خود می‌برند، زیرا می‌توانند گزارش تهیه‌شده از یک دادگاه را در یک زمان واحد، به مقصدهای متفاوتی از قبیل رادیو، تلویزیون و روزنامه‌ها ارسال کنند، البته از هر یک از این مراکز مبالغی نیز دریافت می‌کنند.

بنابراین، خبرنگاران رادیویی، گزارش تهیه‌شده توسط دیگران را از طریق تلفن و یا نامبر دریافت می‌کنند و آن را پس از خلاصه‌کردن در یک یا دو پاراگراف مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند. البته اگر موضوع جالب باشد، آن را به‌صورت یک گزارش خبری جداگانه در مجموعه گزارش خبری می‌گنجانند.

تنها در محاکمات بسیار مهم است که خبرنگاران رادیویی، شخصاً در

دادگاه حاضر می‌شوند. هر چند در محاکمات پرسروصدا، توجه چندانی به گزارشگران رادیویی و اختصاص مکانی به آنها، برای شنیدن روند دادرسی نمی‌شود. این خبرنگاران واقعاً نمی‌توانند جریانات رخ داده در دادگاه را بر روی نوار ضبط کنند و برای پخش ارسال نمایند و اگر هم بخواهند که با یکی از شاهدان و یا اشخاص درگیر در روند اجرای دادرسی مصاحبه کنند، به یقین با اتهام جدی «اهانت به دادگاه» مواجه می‌شوند.

می‌توانید با افرادی که با پرونده دادرسی ارتباط دارند مصاحبه نمایید و پس از پایان دادگاه و صدور رأی از آن استفاده کنید؛ زیرا پس از پایان دادرسی، آنچه گفته شود، افترا محسوب نخواهد شد.

قواعد و مقررات اصولی

به‌هرحال، پس از گردآوری اخبار و اطلاعات، باید همیشه و در هر زمان از قواعد و مقررات مهمی که درباره تهیه گزارش از دادگاه وجود دارد، آگاهانه و با دقت پیروی کرد:

در تمامی گزارش‌هایی که از محاکمات تهیه می‌شود، باید نام شخص یا اشخاص متهم و مشخصات آنها بدون هیچ‌گونه تعصب‌ورزی و یا جانبداری آورده شود. بنابراین اغلب تنها ذکر نام فرد کافی نیست و آدرس و مشخصات او هم باید آورده شود. البته باید آدرس متهم به صورت مختصر ذکر شود و هرگز به پلاک خانه و یا شماره آپارتمان او اشاره‌ای نشود. معمولاً شغل متهم نیز عنوان می‌شود، اما اجباری در این کار نیست.

توصیف خصوصیات برخی از متهمان خاص، از جمله کودکانی که در دادگاه اطفال محاکمه می‌شوند، مغایر با قانون است. (برای کسب آگاهی

بیشتر در این زمینه به بخش محدودیت‌های گزارش که در صفحات بعد خواهد آمد، توجه کنید).

اظهارات متهم باید روشن و واضح بیان شود. مخصوصاً گنجاندن کلماتی در گزارش که نشان‌دهنده بی‌گناهی متهم باشد، خیلی اهمیت دارد؛ اما ضرورتی ندارد که عین عبارات و کلمات منتقل شود. برای مثال عباراتی مانند «اسمیت، هرگونه اتهام را تکذیب کرد...» کافی خواهد بود.

هرگونه اتهام یا اتهاماتی باید گزارش شود. در یک کیفرخواست پیچیده، معمولاً به هنگام گزارش از رادیو، از بعضی کلمات اختصاری استفاده می‌شود، به‌عنوان مثال گفته می‌شود: «اسمیت با ۹ اتهام، از قبیل سرقت، رفتار توهین‌آمیز و اختلال در نظم عمومی روبه‌روست».

اتهامات باید کاملاً واضح و روشن بیان شوند، درست همان‌طور که در دادگاه اعلام شده‌اند: «در دادگاه گفته‌شد که اسمیت پیش از اقدام به حمله، هفت پاینت^۱ بزرگ آبجو نوشیده است...» و یا «به هیئت‌منصفه گفته‌شد که اسمیت پیش از سرقت حداقل سه بار به بانک مراجعه و اوضاع را بررسی کرده‌بود...». عباراتی مانند «وکیل مدافع متهم خطاب به هیئت‌منصفه گفت...» و مشابه آن نیز قابل قبول خواهد بود.

تا آنجا که امکان دارد باید در گزارش‌هایی که از دادگاه‌ها تهیه می‌شود، توازن برقرار شود. اگر از روند پی‌گیری و طرح شکایت در دادگاه گزارش

۱. Pint پیمانه‌ای است با حجم ۰/۵۷ لیتر در بریتانیا و ۰/۴۸ لیتر در آمریکا.

می‌دهید، باید مراحل باقی‌مانده و چگونگی طرح دفاعیه را نیز بیان کنید (گرچه ضرورتاً نباید در همان گزارش عنوان شود).

اگر گزارش شما در اواسط محاکمه پایان می‌یابد، باید دقیقاً آن را بیان کنید. اصولاً چنین گزارش‌هایی با عباراتی چون «محاکمه ادامه دارد...» یا «هنوز دادرسی در جریان است...» خاتمه می‌یابد.

باید از یکایک دستورات خاص دادگاه پیروی کنید؛ مثلاً ممکن است دادگاه شما را از پخش نام و آدرس متهم یا شاهدان نهی کند. مسئولیت بررسی چنین مواردی برعهده نمایندگی‌های خبری است، آنها باید مطمئن شوند که پیش از ارسال گزارش، چنین دستورالعمل‌هایی در نسخه اصلی آن عنوان شده است. گاهی اوقات، نکات ویژه در عبارات جداگانه‌ای با عنوان «قابل توجه شبکه‌های خبری»، گنجانیده می‌شود.

- پیش از اقدام به تهیه گزارش، حتماً این دستورالعمل‌ها را با دقت بسیار مطالعه کنید. در عین نوشتن گزارش، تمامی این نکات را نیز در نظر داشته باشید و در صورت بروز هرگونه شک و تردید سریعاً با منبع خبری مربوطه تماس حاصل کنید و در خصوص تردید خود سؤال نمایید. در صورتی که در پخش گزارش، اشتباهی صورت بگیرد، حداقل می‌توانید به‌عنوان بخشی از دفاعیه، ثابت کنید که تمامی اقدامات معقول را برای بررسی صحت گزارش، رعایت کرده‌اید. در هر صورت، هیچ‌گونه عذری برای حدس و گمان در محاکمات دادرسی وجود ندارد. یک ضرب‌المثل قدیمی می‌گوید: «اگر در چیزی شک و تردید دارید، آن را رها کنید». پس با استناد به این ضرب‌المثل،

حذف یک گزارش مشکوک از کل گزارش خبری خیلی عاقلانه‌تر از پخش آن است، مگر وقتی که بررسی‌های لازم انجام شود.

- گرچه بهترین مرجع برای بررسی صحت اخبار، خود نمایندگی خبری است، اما بعضی از منشی‌های دادگاه نیز تمایل دارند که به شما کمک کنند. آنها می‌توانند هنگامی که احتمال از سرگیری محاکمه وجود دارد، صحت گزارش را تأیید کنند؛ هرچند مسئولیت هرگونه خبری که از منشی‌های دادگاه به دست می‌آورد، برعهده خود شماست.

در پایان به‌طور خلاصه نتیجه‌گیری می‌کنیم که معمولاً تهیه گزارش از دادگاه برای رادیو، به‌معنای ایجاد تغییر در نسخه گزارش تهیه‌شده، توسط شخص دیگری است که در ابتدا اقدام به نوشتن خبر برای انتشار کرده است.

اگر قصد دارید گزارش از یک دادگاه را خلاصه کنید، توجه داشته باشید که هیچ‌یک از بخش‌هایی را که ممکن است بر توازن در گزارش تأثیر داشته باشند، حذف نکنید. مثلاً دفاعیات متهم را از قلم نیندازید.

به‌طور کلی باید دقت کنید که گزارشتان صحیح و صادقانه باشد و نسبت به هیچ‌یک از افراد، افترا یا بهتان وارد نکرده باشید و در طی مدت دادرسی نسبت به آن موضع متعصبانه و جانبدارانه نگرفته باشید.

محدودیت‌های گزارش

هر گونه دستورالعملی که بر پخش نکردن خبر مبتنی باشد، «محدودیت گزارش» نامیده می‌شود. این محدودیت ممکن است به‌صورت قانونی و همراه با مجازات (به‌عنوان مثال همراه با اخذ تعهد) باشد و یا ممکن است در مواردی از سوی قاضی دادگاه اعمال شود. هدف از محدودیت‌ها و موانع قانونی گزارش که صریحاً در قانون بریتانیا بیان شده‌اند، افرادخاص است.

به‌عنوان مثال، نام و عنوان کودک یا زنی که قربانی تجاوز جنسی است، نباید گزارش شود، اما نام و مشخصات کودکی را که در همراهی با یک فرد بزرگسال، متهم شناخته‌شده و در دادگاه بزرگسالان (دادگاه کراون) محاکمه می‌شود، می‌توان در برخی شرایط خاص عنوان کرد. این یکی از موارد خاص و استثنایی است و یک خبرنگار عاقل حتی در چنین موقعیت‌هایی نیز، پیش از پخش گزارش، با دادگاه مشورت می‌کند.

قضات از قدرت کافی برای تعیین برخی محدودیت‌های خاص برخوردارند. به‌عنوان نمونه، ممکن است قاضی به‌منظور حفاظت از جان یکی از شاهدان، ذکر نام و آدرس او را در هنگام پخش گزارش نهی کند و یا ذکر نام یکی از متهمان را ممنوع اعلام کند تا از این طریق، مانع تشخیص هویت کودک قربانی گردد.

اگر قصد دارید از روی گزارش دادگاه، بازنویسی کنید، دقت کنید که محدودیت‌های گزارش در آن اعمال شده باشد؛ اگر چنین است، با بررسی مجدد این گزارش، تجربه خوبی عایدتان خواهد شد.

دیگر موارد

قانون مدنی

پرونده‌های قانونی مدنی، دربرگیرنده انواع دعوای حقوقی‌اند و این دعاوی میان دو یا چند گروه بر سر حق و حقوق و پول و مالکیت به وجود می‌آیند. مرز میان دادرسی‌های جنایی (کیفری) و مدنی بسیار باریک است، و با دقت فراوان ترسیم می‌گردد. به‌عنوان مثال، خودداری از پرداخت پول غذا در یک رستوران، به رغم گفته‌های صاحب رستوران، به‌خودی‌خود یک اقدام کیفری

محسوب نمی‌شود. اگر خودداری از پرداخت پول غذا به دلیل کیفیت پایین غذا صورت‌پذیرد و اگر شاکی پیش از ترک رستوران، بر ادعای خود پافشاری کند، در این صورت، صاحب رستوران حق خواهد داشت که دریافت پول خود را از طریق دادگاه پی‌گیری نماید. در هر صورت، اگر فردی سعی کند که بدون پرداخت صورتحساب، مخفیانه رستوران را ترک کند و یا با هدف نپرداختن پول، سفارش غذا بدهد، این، به‌خودی‌خود جرم محسوب می‌گردد.

از نمونه‌های متداول دادرسی مدنی می‌توان از تلاش برای دریافت صورتحساب‌های پرداخت‌نشده، گرفتن حق حضانت کودکان در موارد طلاق و هرگونه اقدامی در جهت هتک حرمت یا ایراد افترا نسبت به افراد نام برد. دادرسی‌های مدنی در دادگاه استان^۱ یا دادگاه عالی^۲ پی‌گیری می‌شوند، در حالی که محاکمات کیفری یا جنایی در دادگاه بخش^۳ (در انگلستان و جزایر ولز) دادرسی می‌شوند. در مواردی که دادرسی خیلی جدی است، به آن اتهام در دادگاه کراون رسیدگی می‌شود.

معمولاً پرونده‌های کیفری، پس از دخالت پلیس به بخش «شکایات و دادخواهی کراون»^۴ ارجاع داده می‌شوند؛ اما در بسیاری از شکایات و دادرسی‌های مدنی، تنها دو عضو از جامعه، با هم بحث و دعوا دارند. در یک دادرسی مدنی، ممکن است، قاضی پس از شنیدن سخنان هر دو

-
1. Contry Court
 2. Hight Court
 3. Magistrates
 4. Crown Prosecution Service

طرف به نفع خواهان (شاکی) و یا متهم دستوری بدهد و شاید هم حکمی صادر نماید. این اقدام اغلب مانع از تکرار عملی خاص توسط فرد می‌شود و موقتاً تأثیرگذار خواهد بود، تا زمانی که به موضوع مورد اختلاف، به‌طور کامل در دادگاه رسیدگی شود.

به‌عنوان مثال یک خانواده شلوغ و پرسروصدا، اسباب ناراحتی همسایگان را فراهم می‌سازند و همسایگان ضمن طرح شکایت، خواهان ممانعت از مهمانی‌دادن آنها در ساعات دیروقت شب می‌شوند؛ اگر پس از رأی دادگاه، مهمانی‌دادن خانواده مذکور ادامه یابد، اعضای آن خانواده باید عواقب اعمال خلاف خود را بپذیرند، زیرا علاوه بر اتهام همسایه‌آزاری با اتهام اهانت به دادگاه (و سرپیچی از دستور دادگاه) مواجه و به مجازات خواهند رسید.

تهیه گزارش از دادرسی‌های مدنی، مستلزم برخورداری از همان تعهد و مسئولیتی است که در محاکمات کیفری وجود دارد. در این گونه دادرسی‌ها، اتهام اهانت به دادگاه بسیار سخت‌تر است و باید بسیار مراقب باشید. پیش از شروع دادرسی مدنی، می‌توانید موارد مورد اختلاف را گزارش کنید، اما از ارائه جزئیات بیشتر خودداری کنید. تنها سعی کنید، خلاصه‌ای از موارد مورد اختلاف را شرح دهید و مصاحبه‌های خود با شاهدان احتمالی را واضح و روشن بیان نمایید.

افسران تحقیق و بررسی

اغلب بررسی علت مرگ در قتل‌های مشکوک بر عهده شخصی است که از لحاظ پزشکی دارای دانش و آگاهی‌های لازم باشد. این فرد، افسر تحقیق و بررسی نام دارد و مسئولیتش بررسی علت مرگ در مواردی است که شخص در اثر حادثه و یا اعمال خشونت، جان خود را از دست داده است. در برخی

از دادرسی‌های خاص — معمولاً از قبیل حوادث صنعتی — صدور رأی با نظر هیئت‌داوران ضروری است. مأمور تحقیق که در دادگاه، در جایگاهی جداگانه می‌نشیند، رأی یا عقیده خود را ابراز می‌کند. هیئت‌داوران (شامل کارشناسان تحقیق و رسیدگی) نیز نظر و عقیده خود را بیان می‌کنند. در این خصوص چندین رأی باید صادر گردد. آنها ممکن است علت مرگ را حادثه، یک پیشامد ناگوار، قتل قابل‌توجیه (قابل‌قبول)، کشتار غیرقانونی و یا خودکشی اعلام کنند. اگر علت مرگ، متداول نباشد، در نتیجه محاکمه بدون صدور رأی علنی و به صورت غیرمختومه باقی خواهد ماند.

معمولاً درباره افسران تحقیق، با تعصب و جانبداری سخن گفته نمی‌شود و به‌همین دلیل در این محاکمات، مضمون «اهانت به دادگاه» معنی ندارد، زیرا افسران تحقیق هرگز سعی نمی‌کنند، گناه را به‌گردن فرد خاصی بیندازند. به هنگام تهیه گزارش در مواردی که مشکوک به خودکشی است، باید بسیار مراقب باشید. به طور مثال، اگر زنی در خودرو خودش پیدا شود، درحالی که موتور ماشین او روشن است و شلنگی از آگروز به پنجره ماشین وارد شده، در این صورت حق ندارید گزارش کنید که این مورد خودکشی بوده است. مأمور تحقیق باید در مورد علت مرگ تصمیم‌گیری کند. شما باید شرایط و موقعیتی را که جسد در آن‌حال پیدا شده، وصف کنید و می‌توانید از این عبارات استفاده نمایید: «پلیس فکر نمی‌کند که این یک بازی احمقانه است...»، «بازرسان پلیس می‌گویند که هیچ شرایط مشکوکی مشاهده نشده است...»، «پلیس در جست و جوی افراد احتمالی مرتبط با این حادثه نبوده است...». اگر هم فردی به سوی خودش شلیک کرده باشد، می‌توانید بگویید: «جسد او همراه با یک تفنگ شکاری در همان نزدیکی پیدا شده است.»

اسرار اداری یا رسمی

انتشار اسرار اداری یا رسمی بسیار پیچیده است، اما به ندرت خبرنگاران رادیویی به این اتهام، دچار دردسر می‌شوند. خبرنگاران موظف به امضای «قانون اسرار اداری» نیستند، اما ممکن است به دلیل انتشار خبر یا اطلاعاتی که احتمالاً مورد سوءاستفاده دشمن و یا مخالفان دولت قرار می‌گیرد، تحت تعقیب قرار بگیرند.

معمولاً بیشترین اختلاف و مشاجره میان خبرنگاران و دولت، درباره اسرار دولتی بر سر «**D Notice**»^۱ یا اخبار و اطلاعات دفاعی است. این یک مجموعه داوطلبانه است که در آن موضوعات حساس و حساسیت‌برانگیز تعریف شده‌اند. این مجموعه توسط سردبیران و مقامات دولتی تأسیس شده و هیئتی نیز، نظارت بر آن برعهده دارد.

انتشار هر یک از اطلاعات مندرج در اخبار و اطلاعات دفاعی به دلیل محرمانه‌بودن، ممنوع است. به‌عنوان مثال، از موضوعات مندرج در این توافق‌نامه می‌توان از موقعیت پایگاه‌های نظامی، جزئیات تجهیزات موجود در آنها، جزئیات کارخانه و یا محصولات مرتبط با صنایع دفاعی و نیز هویت برخی از کارکنان دادگاه کراون نام برد.

نقض موارد مندرج در توافق‌نامه اخبار و اطلاعات دفاعی به‌خودی‌خود جرم محسوب نمی‌شود، اما ممکن است عواقب ناخوشایندی را برای شخص خاطی به همراه داشته باشد.

مدیریت اتاق‌های خبر

منابع و امکانات

مشکل اساسی اداره هر اتاق‌خبر، هزینه‌های سرسام‌آور آن است. نگرانی بسیاری از مدیران ارشد در رادیوهای خصوصی، گرانی تجهیزات و امکانات است؛ این مدیران ناگزیرند برای ارائه خدمات خبری به شنوندگان خود، میان نیازها (آنچه که تعهدات شغلی آن ایستگاه رادیویی ایجاب می‌کند) و هزینه رفع این نیازها (که البته به ندرت هزینه این خدمات جبران می‌شود) توازن برقرار کنند.

البته رادیوی محلی برای **BBC** نقش شاه‌رگ حیاتی را دارد و برای آن امکانات بهتری را تدارک می‌بیند، زیرا تولید خبر و برنامه‌های گفت‌و شنودی در رادیوهای محلی بسیار بیشتر از رادیوهای خصوصی و یا تجاری است.

تقسیم‌کار نوبتی

در یک فعالیت خبری ساده، تهیه فهرست نوبت کاری افراد و تعیین شرح وظایف آنها بسیار ساده است؛ اما هر چه این فعالیت خبری گسترده‌تر باشد، تقسیم کار بین افراد مشکل‌تر خواهد شد. هرگز فراموش نکنید که باید به

تک تک افراد فرصت دهید تا تنوع را در کار خود تجربه کنند. برای افرادی که در تعطیلات آخر هفته کار می کنند، امکان جایگزین سازی را فراهم سازید و سعی کنید همان نوبت کاری را در سراسر هفته حفظ نمایید.

کار در ساعات اولیه روز برای دو روز اول هفته و به دنبال آن کار در ساعات پایانی روز، در روزهای پایانی هفته، سبب یأس و دلسردی کارکنان می گردد. دقت کنید که هرگز علایق شخصی افراد را نادیده نگیرید، اما سرانجام این شماست که تصمیم نهایی را اتخاذ می کنید.

بودجه

به عنوان یک سردبیر خبر، بودجه ای در اختیارتان قرار می گیرد؛ مسئولیت برآورد هزینه ها برعهده شماست.

اگر با بودجه پیشنهادی مخالفتی ندارید، باید فعالیت واحد خود را براساس آن تنظیم کنید. احتمالاً بودجه ای که پس از توافق با مدیر ارشد ایستگاه رادیویی، در اختیار شما قرار خواهد گرفت، برای تمامی سال در نظر گرفته شده است، در این صورت با در نظر گرفتن تمامی مخارج مهم، بودجه مذکور را به تعداد ماه های سال تقسیم کنید. با دقت تمامی هزینه ها، از جمله صورتحساب مبالغ پرداختی به خبرنگاران آزاد را یادداشت کنید. سرفصل های مناسب برای هزینه های در نظر گرفته شده در این بودجه عبارتند از: حقوق کارکنان، هزینه خبرنگاران آزاد، تهیه گزارش از خبرگزاری ها یا نمایندگی های خبر، مخارج کارکنان، سفرها، سرگرمی ها، هزینه های تلفن و لوازم دفتری.

برآورد هزینه ها

همیشه سعی کنید بودجه سال آینده را براساس مخارج واقعی سال گذشته

تنظیم نمایید. ارقام را با دقت بررسی کنید و ببینید در چه مواردی بیشتر و یا کمتر از مبلغ پیش‌بینی شده، هزینه کرده‌اید و براساس آن بودجه سال آینده را تنظیم نمایید.

واقع‌بین باشید. در شرایطی که مجبورید به‌خاطر بودجه با دیگر بخش‌ها معامله کنید (که تقریباً همیشه این اتفاق رخ می‌دهد)، از قبل خود را برای انجام این معامله و تحقق شرایط آن آماده کنید. تورم را نیز در نظر داشته باشید؛ آن‌قدر باید انعطاف‌پذیر باشید که بتوانید در شرایط تورم اقتصادی نیز، مطابق بودجه و امکانات، کار خود را ادامه دهید. برای تک‌تک موارد، حداکثر را در نظر بگیرید و کمی در هزینه‌ها اغراق کنید. در تنظیم بودجه سالیانه، مبلغی را برای حوادث پیش‌بینی نشده و پوشش رویدادهای غیرمنتظره، مانند انتخابات که احتمالاً پرهزینه نیز خواهد بود، اختصاص دهید.

کاهش هزینه‌ها

به دلایل مختلف، گاهی مجبور می‌شوید، هزینه‌ها را کاهش دهید. به‌عنوان مثال، ممکن است در ابتدا بیش از بودجه مورد توافق، هزینه کرده باشید و یا اینکه شرایط اقتصادی ایستگاه رادیویی به‌گونه‌ای باشد که از تمامی بخش‌ها بخواهند هزینه‌های خود را کاهش دهند؛ در چنین شرایطی، هراس به دل راه ندهید. در اولین قدم، جلوی خسارت و یا ضرر احتمالی را بگیرید؛ مثلاً مطمئن شوید که بابت تهیه خبر از نمایندگی‌های خبری، بی‌جهت متحمل هزینه نمی‌شوید و یا اینکه خبرنگاران با سفرهای غیرضروری و خارج از شهر خود، موجب افزایش مخارج نمی‌شوند.

اگر شرایط خیلی بدتری به‌وجود آید، ناگزیر می‌شوید هزینه‌ها را به‌شدت کاهش دهید. در هر صورت، مهم‌ترین دغدغه شما باید حمایت از تولیدات

اتاق خبر باشد. شما ناگزیرید ضمن گذر از بحران به وجود آمده، تولید برنامه و پخش آن را تداوم بخشید و حیثیت و آبروی مجموعه کاری خود را حفظ نمایید و تظاهر کنید که اوضاع کاملاً عادی و طبیعی است.

برای کاهش تدریجی هزینه‌ها، به شما دو پیشنهاد می‌کنیم:

الف: تهیه خبر و گزارش به وسیله نمایندگی‌های آزاد خبری، مخصوصاً پوشش خبری محاکمات قضایی را که از اهمیت کمتری برخوردارند، متوقف کنید.

ب: مسافرت‌های طولانی برای تهیه مصاحبه‌های رودررو، را حذف نمایید. تنها برای گزارش‌هایی به خارج از استودیو بروید که امکان ضبط خوب صدا و نیز صدای ضبط پیش‌زمینه وجود داشته باشد.

برای انجام مصاحبه، تنها به مکان‌های خلوت و بی‌سروصدا اکتفا نکنید. مصاحبه‌های تلفنی نیز انجام دهید و گاهی اگر توانستید، مصاحبه‌شوندگان را به انجام مصاحبه در استودیو ترغیب کنید.

به هیچ‌وجه از خبرنگاران آزاد استفاده نکنید. شیفت‌کاری آنها را با کارکنان شاغل در استودیو جایگزین نمائید.

استفاده از نوشت‌افزار و لوازم دفتری را به حداقل برسانید. از خرید اقلام گرانقیمت نظیر خودکار یا قلم‌هایی که کیفیت بسیار مطلوبی دارند، خودداری کنید.

کمتر از تلفن استفاده کنید. قطعاً استفاده از تلفن برای تأیید یا بررسی صحت اخبار لازم است، اما با بررسی همین موارد نیز مشخص می‌شود که تماس‌های غیرضروری فراوانی در هر روز وجود داشته باشد؛ اگر پیش از برداشتن گوشی تلفن، کمی در این باره فکر کنید، بی‌شک تغییر زیادی در

عادت تلفن‌زدن شما به وجود خواهد آمد.

اگر با اعمال این تدابیر، باز هم ناگزیر از کاهش بیشتر هزینه‌ها شدید، ضروری است موضوع را با مدیر برنامه و یا مدیر اجرایی در میان بگذارید و نظر موافق آنها را برای تجدیدنظر در ساخت و تهیه مجموعه گزارش خبری روز به دست آورید. این‌گونه مطمئن خواهید شد که حداکثر تلاش‌ها در جهت جذب بیشتر شنوندگان (معمولاً در ساعات اولیه صبح و هنگام صرف صبحانه) به کار گرفته شده است.

در مجموع، باید کاهش هزینه‌ها را میان کلیه بخش‌ها سرشکن نمایید، تا ناگزیر از اعمال بزرگ‌ترین کاهش، که همان تعدیل کارکنان است، نشوید؛ زیرا در کل، کارکنان، بهتری‌ن و باارزش‌ترین منابع کاری‌اند و شما به‌عنوان یک مدیر، وظیفه دارید تمامی توان خود را در جهت حفظ آنها به کار گیرید.

شکایات

گاهی اوقات، با وجود اینکه نهایت دقت و وسواس را در تهیه برنامه به کار می‌گیریم، اما باز هم به هنگام پخش برنامه اشتباهی رخ می‌دهد. اغلب ما در این‌گونه موارد دوست نداریم، به اشتباهمان اعتراف کنیم، بنابراین برای جبران اشتباه روی داده، پخش یک اصلاحیه از رادیو کافی است. در رسیدگی به شکایت با جدیت رفتار کنید.

شکایات تلفنی

افرادی که برای شکایت از پخش یک گزارش یا خبر به اتاق‌خبر تلفن می‌زنند، ممکن است مؤدب و یا گستاخ باشند. رفتار آنها هرچه باشد، شما

باید در نهایت ادب و آرامش با آنها صحبت کنید. در ابتدا، اسم، آدرس و شماره تلفن‌شان را سؤال کنید. اگر این شکایت درباره یک موضوع کم‌اهمیت باشد و یا اصلاً غیرمنطقی به نظر برسد، خود فرد شاکی، با شنیدن این سؤال دلسرد خواهد شد. سپس از فرد شاکی بخواهید، کاملاً درباره آنچه که سبب عصبانیتش شده، توضیح دهد؛ به صحبت‌های او خوب گوش کنید، هرگز حرف او را قطع نکنید و یا از خود دفاع نکنید. فقط یادداشت‌برداری کنید. گاهی اوقات همین مهارت در شنیدن شکایات افراد به آنها کمک می‌کند تا موضوعی را که سبب رنجش آنها شده بروز دهند، و شاید چیز بیشتری هم نخواهند. به هر حال، هر اتفاقی که بیفتد بهتر است از واکنش تند خودداری کنید. بهترین کار این است که به آنها بگویید موضوع را بررسی می‌کنید و نتیجه را به آنها تلفنی اطلاع می‌دهید. اکثر ایستگاه‌های رادیویی، این شکایات را در دفتر مخصوص ثبت می‌کنند و برخی دیگر فرمی را از قبل برای این منظور تهیه کرده‌اند.

تصحیح اشتباهات

در ابتدا از اصل اشتباه رخ داده مطمئن شوید، زیرا بسیاری از شکایات رسیده به رسانه‌ها براساس تشابه اسمی آنها با ایستگاه‌های دیگر صورت می‌گیرد و برخی دیگر از این شکایات براساس گفته اشخاصی است که برداشت درستی از آنچه که از رادیو پخش می‌شود، ندارند. بنابراین برای اطمینان‌یافتن از اشتباهات مورد ادعا، پوشه‌های بایگانی شده رایانه‌ای، پوشه خبر و یا نوار لاگر (ضبط برنامه با سرعت کم که به منظور نگهداری در بخش تولیدات رادیویی،

برای مدت زمانی خاص، تهیه می‌شود) را بررسی کنید؛ اگر اشتباه از شما بوده، با فرد شاکی تماس بگیرید و با لحنی پریشان نشان دهید که می‌خواهید عذرخواهی کنید. هیچ وقت گناه را به گردن دیگران نیندازید. اگر این گزارش نادرست از یک خبرگزاری آزاد به دست شما رسیده بود، خیلی ساده بگویید که این خبر را از یک خبرنگار باتجربه دریافت کرده‌اید و از پخش آن منظور خاصی نداشته‌اید.

تصمیم‌گیری درباره هر اقدام دیگری غیر از عذرخواهی خصوصی، بسیار مشکل است. گاهی شنونده از شما می‌خواهد که رسماً این عذرخواهی را از رادیو پخش کنید؛ اگر اشتباه از شما بوده، باید به آن اعتراف کنید، اما عذرخواهی از طریق رادیو، خیلی آسان نیست و تنها با اجازه یکی از مدیران ارشد، میسر است و زمان پخش آن هم باید با زمان پخش اولیه گزارش از رادیو، مطابقت داشته باشد.

به خاطر داشته باشید در صورت اعتراف به اشتباهات و خودداری از پنهان‌کاری، شنوندگان احترام بیشتری برای شما قائل خواهند بود.

وکلا

یکی از وکلا با ارسال نامه به اتاق خبر نیز می‌تواند موجبات نگرانی شما را فراهم سازد؛ در صورتی که یکی از این نامه‌ها را دریافت کردید، نترسید و خون‌سردی خود را حفظ کنید، زیرا به هر حال کارکردن در رسانه این مشکلات را نیز با خود به همراه دارد.

معمولاً چنین نامه‌هایی، باید رونوشتی از رسانه را نیز به پیوست خود داشته باشند. ارائه چنین رونوشتی در اختیار شماست؛ البته ممکن است

دست‌آخر مجبور به انجام چنین کاری شوید.

در صورت مواجهه با این قبیل وکلا، پیش‌از هر اقدامی، از مشاوران حقوقی خود کمک بگیرید. گرچه ممکن است این عمل هزینه‌ای را بر شما تحمیل کند، اما در هر صورت، باید مطمئن شوید که شیوه قانونی درستی را در پیش گرفته‌اید و اوضاع رو به راه است. مشاور حقوقی به شما خواهد گفت که چه مواردی را تأیید کنید و حتی می‌توانید پاسخ‌های احتمالی را یادداشت کنید.

اگر علی‌رغم میل باطنی مجبور شدید شخصاً به نامه وکیل پاسخ دهید، حتماً در نامه خود از عباراتی از قبیل «بدون تعصب و جانبداری» استفاده کنید. در صورتی که از روی اجبار، به اتهام ایراد افترا، به دادگاه احضار شدید، پیش از رفتن به دادگاه، اطمینان حاصل کنید که شرکت رسانه‌ای‌تان تحت پوشش نوعی بیمه خاص است که در این گونه موارد به یاری کارکنان خود می‌شتابد.

در شرکت **BBC** امکان دسترسی شبانه‌روزی به وکلای شرکت جهت مشاوره حقوقی وجود دارد. البته مشورت با مشاوران حقوقی حاضر در شرکت و بررسی این گونه موارد برای خبرنگاران **BBC** رایگان است.

مسئولان بخش حقوقی

در طی مدت همکاری‌تان با **BBC** با سه گروه از مسئولان سروکار خواهید داشت، این افراد عبارتند از: مدیران ارشد رادیو (در رادیوی تجاری یا خصوصی)، کمیسیون بررسی شکایات رسانه‌ای و شورای اعمال استانداردهای پخش رسانه‌ای. مدیر ارشد رادیو، مسئول برقراری نظم و اجرای مجوزهای برنامه‌سازی خصوصی، آگهی‌های تبلیغاتی و ارسال آن

برروی آنتن است.

این مقام مسئول، از ایستگاه‌های رادیویی می‌خواهد که برنامه‌های تهیه‌شده و ضبط‌شده از سوی تمامی مراکز پخش را به مدت حداقل ۴۲ روز نگهداری کنند. هیچ برنامه‌ای بیشتر از این مدت نگهداری نمی‌شود و به شکایات رسیده در این خصوص نیز پس از گذشت این زمان رسیدگی نخواهد شد. اما قبل از انقضای این مدت، به شکایاتی که تحت عنوان بروز اشتباه در تهیه برنامه، و یا متعصبانه بودن و جانبدارانه بودن و اهانت‌آمیز بودن برنامه‌ها به رادیو می‌رسد، رسیدگی می‌شود و در صورت ضرورت، تصمیمات لازم اتخاذ خواهد شد. نتیجه این رسیدگی‌ها ممکن است به صورت اخطار کتبی به شرکت و درخواست پخش عذرخواهی رسمی و یا تصحیح آن اشتباه باشد. حتی ممکن است مجازاتی برای شرکت در نظر گرفته شود که این مجازات می‌تواند به صورت پرداخت جریمه نقدی باشد و یا کاهش مدت مجوز و یا حتی لغو آن را در پی داشته باشد.

مقام مسئول رادیو باید آئین‌نامه‌هایی را در خصوص نحوه پرداختن به اخبار و اطلاعات منتشر سازد.

«کمیسیون رسیدگی به شکایات رسانه‌ای» از جمعی از کارشناسان حقوق تشکیل یافته و به شکایات رسیده از سوی افرادی که احساس می‌کنند با آنها عادلانه رفتار نشده و یا به حریم خصوصی‌شان تجاوز شده است، رسیدگی می‌کند. این کمیسیون پس از بررسی شکایتی برضد یک ایستگاه رادیویی، از آن رسانه خواهد خواست که دلایل خود را ارائه کند تا بتواند به داوری و صدور حکم اقدام نماید.

«شورای اعمال استانداردهای پخش رسانه‌ای» به شکایاتی رسیدگی می‌کند

که در خصوص به‌کارگیری خشونت، رفتار و علائق جنسی و انطباق آنها با برنامه‌ها و آگهی‌های تجاری است. این شورا نیز پس از بررسی شکایت، از رسانه خواهد خواست تا دلایل و شواهد خود را ارائه دهد، تا بتواند به داوری و صدور حکم اقدام نماید. (پس از ادغام BBC و BSC هیئت یکپارچه‌ای تحت عنوان «کمیسیون اجرای استانداردهای پخش رسانه‌ای» تشکیل شد.)

حریم خصوصی زندگی افراد

در بسیاری از شکایات رسیده به مراکز رادیویی و اتاق‌های خبر، عنوان تجاوز به حریم خصوصی زندگی افراد مطرح می‌گردد. در این خصوص شما باید همواره موارد زیر را در نظر داشته باشید:

- اغلب مصاحبه‌های تلفنی خطرناک‌سازند. پیش از آغاز مصاحبه باید مصاحبه‌شونده را از اینکه مصاحبه‌اش از رادیو پخش می‌شود مطلع سازید و رضایت خاطر او را جلب نمایید.

تنها به عنوان آخرین حربه از میکروفون‌های مخفی استفاده کنید. پیش از پخش هرگونه مطلبی که توسط میکروفون مخفی ضبط شده، حتماً اجازه پخش آن را از یکی از مدیران ارشد BBC و یا مدیر مسئول در رادیوی خصوصی را بگیرید.

پخش هر نوع مطلبی که از طریق بی‌سیم مراکز خدمات فوریتی و یا بی‌سیم فرودگاه شنود و ضبط شده باشد، مغایر با قانون است.

پخش مصاحبه انجام‌شده با یک کودک، بدون اخذ اجازه از والدین او، نیازمند دقت و توجه فراوان است. در چنین مصاحبه‌ای نباید درباره زندگی خانوادگی و امور خصوصی، صحبتی به میان آید.

جلب توجه شنوندگان

خبر، در مقایسه با دیگر برنامه‌های رادیویی ارزش خود را نشان می‌دهد. اگر شنوندگان به بخش اخبار توجه نکنند، دیگر پخش چنین برنامه‌ای، چه ارزشی خواهد داشت! با تولید رادیوهای جدید که می‌توان موج ایستگاه‌های رادیویی را بر روی آنها از قبل تنظیم کرد و تنها با فشار یک دکمه، ایستگاه دلخواه خود را فعال نمود، شنوندگان به محض مواجهه با هر برنامه کسل‌کننده، تحریک‌آمیز و یا نامربوطی، سریعاً موج ایستگاه رادیویی خود را تغییر خواهند داد. بنابراین وظیفه کارکنان اتاق خبر و دیگر برنامه‌سازان این است که در چارچوب اهداف کلی ایستگاه رادیویی خود، تا آنجا که می‌توانند، شنوندگان بیشتری را به آن ایستگاه رادیویی، پای‌بند سازند.

آمار شنوندگان

معمولاً موفقیت یک ایستگاه رادیویی بر پایه آمار شنوندگان آن سنجیده می‌شود و این همان کلید کسب درآمد در ایستگاه‌های خصوصی رادیو و نیز تعیین «مبلغ حق استفاده از رادیو» در رادیو **BBC** است. آمار شنوندگان رادیو همه‌ساله توسط **RAJAR** یا مرکز پژوهش و بررسی مشترک بر شنوندگان رادیویی منتشر می‌شود. **RAJAR** شرکتی است که با هدف اداره نظام مورد توافق سنجش شنوندگان در سراسر انگلستان تأسیس شده است.

یادداشت‌ها در جداول مخصوص آمارگیری درج می‌شود و تعدادی خانوار نمونه در ستون‌های مخصوص ثبت می‌گردد. سپس از افراد این خانواده‌ها خواسته می‌شود که مدت زمان گوش‌دادن به رادیو و نیز ایستگاه‌های مورد علاقه‌شان را ثبت کنند. سپس این اطلاعات مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد و آمار و ارقام مربوطه از آن استخراج می‌شود. **RAJAR** این بررسی‌ها را به صورت متناوب انجام می‌دهد.

در هر حال، نتایج اکثر ایستگاه‌های رادیوی محلی، فقط برای یکی دوبار در سال منتشر می‌شود که آن هم به بزرگی تعداد شنوندگان احتمالی آن ایستگاه بستگی دارد. این آمارگیری و پژوهش برای یک دوره سه‌ماهه انجام می‌شود و پس از آن، آمار و ارقام به‌دست‌آمده مورد بررسی قرار می‌گیرد و نتایج آن حداقل شش هفته بعد منتشر می‌شود.

آمار و ارقام مذکور نشان‌دهنده دسترسی هفتگی به یک ایستگاه رادیویی است. به عبارت دیگر، تعداد شنوندگانی را که در طول هفته برای مدت زمانی معلوم، گیرنده خود را بر روی آن موج رادیویی روشن نگه می‌دارند، مشخص می‌کند و درباره نسبت آن با کل جمعیت شنونده به بحث و بررسی می‌نشیند. در عین حال، این ارقام نشان‌دهنده «میانگین ساعت» است، یعنی همان معدل ساعاتی است که شنونده در طول یک هفته رادیوی خود را بر روی آن ایستگاه تنظیم می‌کند و همچنین «سهم بازار» یا درصد کل سهم گوش‌دادن به رادیو در مقایسه با دیگر ایستگاه‌های رادیویی در همان منطقه را مشخص می‌کند. البته هرگز نمی‌توان آمار کلی افرادی را که در طول روز، هر نیم ساعت یک‌بار به رادیو گوش می‌کنند، به دست‌آورد و آرایه‌های آماری آن را مورد تحلیل و بررسی قرار داد. اما به‌عنوان نمونه می‌توان گفت که مثلاً

زنان در گروه سنی ۲۵ تا ۳۴ سال و یا مردان ۵۵ سال به بالا به این ایستگاه رادیویی علاقه نشان می‌دهند.

در نظر گرفتن خواست و علائق شنوندگان

تعداد قابل توجهی از سردبیران خبر، به این نتیجه رسیده‌اند که نه تنها باید در کارشان مزایای سنتی رادیو بر دیگر رسانه‌ها را به عنوان منبع خبری در نظر داشته باشند، بلکه لازم است پا را از این حد فراتر گذاشته و برنامه‌ها و گزارش‌های ویژه‌ای را برای گروه‌های خاصی از شنوندگان تهیه کنند.

این افراد، به هنگام تصمیم‌گیری درباره دستورکار سردبیری و اینکه چه نوع گزارش‌هایی را باید تحت پوشش قرار داد، ساختار و قاعده همان ایستگاه رادیویی را در نظر می‌گیرند. به‌عنوان مثال، «ایستگاه‌های رادیویی مردمی» باید در بخش‌های خبری خود، گزارش‌هایی درباره شخصیت‌های معروف پخش کنند، در حالی که رادیوی موسیقی سیاه‌پوستان لازم است گزارش‌هایی را درباره جامعه سیاه‌پوستی تهیه و پخش نماید. این وظیفه شماست که به شنوندگانتان با توجه به علاقه و خواستشان بگویید، چه برنامه‌ای را برای پخش در نظر گرفته‌اید.

یکی از نشانه‌های برآورده شدن خواست شنوندگان این است که آنها موج رادیوی خود را بر روی ایستگاه رادیوی شما تنظیم می‌کنند و از موسیقی در حال پخش آن لذت می‌برند. از این راهکار برای تهیه گزارش درباره موسیقی و امور مربوط به آن استفاده کنید. اگر شنونده شما در گروه سنی میان ۲۲ تا ۴۴ سال قرار دارد، حتماً باید اهمیت تهیه گزارش درباره خرید خانه و تربیت کودکان را در نظر داشته‌باشید. اگر شنونده شما در گروه سنی بیشتر از ۵۵ سال قرار دارد، لازم است بیشتر درباره مسائل دوران بازنشستگی برایش صحبت کنید.

به آمار تعداد شنوندگان و جزئیات آماری آن بسیار توجه کنید، زیرا در تهیه دستورکار سردبیری به شما بسیار کمک خواهد کرد. بهترین نصیحتی که در اینجا به شما می‌کنم، این است که در هنگام تهیه برنامه و یا گزارش برای گروه‌های خاصی از شنوندگان، به موضوع و ارتباط آن با این گروه از شنوندگان دقت نمایید.

در حال حاضر، بسیاری از ایستگاه‌های رادیویی، خبر و ارزش آن برای شنونده را در برنامه‌های تحقیقاتی ویژه‌ای از قبیل بحث‌های گروهی، مورد بحث و تبادل نظر قرار می‌دهند و در این گفت‌وگوها شنوندگان، علایق، خواست‌ها و حتی مواردی را که مایه بیزاری و نفرتشان می‌شود، بیان می‌کنند. گرچه، مراقب باشید هنگامی که شنوندگان به صورت گروهی صحبت می‌کنند، اغلب آنچه را که فکر می‌کنند شما مایلید بشنوید، توضیح می‌دهند و نه آنچه را که واقعاً خودشان فکر می‌کنند. از این‌گونه تحقیقات به‌عنوان یک ابزار کمکی استفاده کنید، زیرا به‌طور معمول ویراستاران خبر و یا تهیه‌کنندگان برنامه از این‌گونه پژوهش‌ها به‌عنوان یکی از راهکارهای بهبود و ارتقای برنامه‌ها، استفاده می‌کنند تحقیق صرف، می‌تواند شما را وادار کند که چشم خود را بر روی دیگر مسائل ببندید.

ارائه ساختارها

برای اجرای خبر در رادیو شیوه‌های متفاوتی وجود دارد؛ قدیمی‌ترین آنها، پخش مجموعه گزارش‌های خبری در رأس ساعت است. گرچه بعضی از ایستگاه‌ها ترجیح می‌دهند پخش اخبار را به پنج دقیقه مانده به رأس ساعت و یا حتی نیم‌ساعت یا ۲۰ دقیقه پس از آن موکول کنند.

آنها این‌گونه استدلال می‌کنند که با این اقدام به‌نوعی با رقیبان خود مبارزه کرده‌اند؛ زیرا بقیه ایستگاه‌های رادیویی رأس ساعت، خبر پخش می‌کنند و اگر آنها در این زمان موسیقی پخش کنند، می‌توانند توجه شنوندگانی را که به سبب بی‌میلی به شنیدن خبر موج رادیوی خود را عوض می‌کنند، به‌خود جلب نمایند.

رولینگ نیوز^۱ نیز یکی دیگر از ساختارهای ارائه خبر است؛ در این ساختار رأس هر ساعت اخبار با تغییرات جدید آن، توسط مجری یا گوینده خبر پخش می‌گردد. درحال حاضر رادیوهای محلی BBC اکثراً گزارش‌های خبری خود را به‌صورت قرائت اخبار پخش می‌کنند و بسیاری دیگر از ایستگاه‌های رادیویی نیز در خبر رأس ساعت خود، تمامی گزارش‌ها را بدین‌صورت اجرا می‌نمایند. این شیوه دربرگیرنده نه‌تنها پخش مشروح خبر، بلکه انجام مصاحبه زنده با افراد و شخصیت‌های برجسته است.

از دیگر شیوه‌های پخش خبر که رواج بیشتری یافته، دوبل هیدر^۲ است؛ در این شیوه از یک «DJ» یا مجری موسیقی پاپ و یک گوینده خبر، در کنار پخش موسیقی استفاده می‌شود؛ به‌عبارت دیگر در این نوع برنامه، مجری هم‌زمان با پخش موسیقی، به‌صورتی غیررسمی و با شیوه‌ای خودمانی و دوستانه، خبر را قرائت می‌کند.

در نوع دیگری از دوبل هیدر که اکنون در میان بسیاری از ایستگاه‌های تجاری یا خصوصی رادیو رواج یافته است، گوینده خبر، تنها بخشی از برنامه خبری صبح را اجرا می‌کند و دیگر مجریان این برنامه خبری که عبارتند از

1. Rolling News
2. Double Header

DJ یا مجری موسیقی پاپ و گزارشگر وضعیت ترافیک یا جاده‌ها و همچنین تعدادی از کارکنان استودیوی خبر، کار اجرا و تهیه این برنامه صبحگاهی را دنبال می‌کنند.

زمان و مکان پخش این نوع برنامه نیز بسیار حائز اهمیت است؛ زیرا مجری خبر، با شوخی و تفریح بیجا و بیش از اندازه نباید خیلی درگیر سرگرم کردن شنوندگان شود و به اعتبار و جدیت گزارش‌های خبری، که اغلب غم‌انگیزند، خدشه وارد سازد.

سعی کنید، در مجموع، سبک و سیاق مجموعه گزارش خبری و یا برنامه‌ای که ارائه می‌دهید، با سبک ایستگاه رادیویی شما مطابقت داشته باشد. به‌عنوان نمونه ضرورتی ندارد که سبک ارائه خبر در رادیو بین‌الملل (خارجی) **BBC** با سبک ارائه خبر در **رادیو موسیقی**^۱ یکسان باشد.

ابتدا به شنوندگان فکر کنید و ببینید چه موضوعاتی به آنها مربوط می‌شود. صرف‌نظر از هر نوع سبکی که برای ارائه خبر انتخاب می‌کنید، باید ابتدا مطمئن شوید که مجموعه گزارش خبری‌تان موثق، دارای اعتبار و باورکردنی است.

فعالیت‌های تبلیغاتی

اهمیت ارتقاء کیفی خبر را همیشه در نظر داشته باشید. به شنوندگانتان بگویید که مجموعه گزارش‌های خبری‌تان، از کیفیت خوب و کمیت مناسبی برخوردار است. به‌طور کلی برنامه‌ای که از رادیو پخش می‌شود مانند کالایی است که به فروش می‌رسد، پس چه بهتر که این کالا، اخبار شما باشد. اگر کاری ارزش انجام‌دادن داشته باشد، ارزش ارتقا و بهبود را هم دارد.

۱. نام یکی از رادیوهای موسیقی **Top to Music Station** است.

حمایت مالی

قانوناً امکان حمایت مالی یا تأمین‌هزی‌نه‌های مجموعه گزارش‌های خبری، در رادیوهای خصوصی یا تجاری انگلستان امکان‌ندارد؛ زیرا احتمال دارد استقلال سردبیری خبر، تحت‌الشعاع قرار بگیرد. به‌عنوان مثال، اگر پشتیبان مالی شما یک شرکت‌شیمیایی باشد، به‌سختی می‌توان گزارشی من‌تقدانه را درباره این شرکت پخش کرد.

در هر صورت، خبر تجارتي گران‌قیمت است و در این باره بحث‌هایی وجود دارد مبنی بر این‌که برخی از تولیدات ایستگاه رادیویی از قبیل خبر هواشناسی و یا ترافیک شهری و جاده‌ای را می‌توان تحت حمایت مالی برخی افراد یا سازمان‌ها قرار داد. کم نیستند شرکت‌هایی که تمایل دارند، نامشان در کنار مجموعه گزارش‌های خبری از رادیو پخش شود، تنها به‌خاطر عظمت و ابهتی که نصیبشان خواهد شد.

بسیاری از ایستگاه‌های خصوصی رادیو، آگهی‌های خاصی را تحت عنوان Newslink^۱، در ساعات پرشنونده پخش می‌کنند. این آگهی‌ها در کنار مجموعه گزارش‌های خبری پخش می‌شوند، بنابراین، گرانقیمت‌تر از آگهی‌های معمولی‌اند. IRN یا مرکز مستقل خبر رادیویی، با فروش این آگهی‌ها، هزینه فعالیت‌های خود را تأمین می‌کند و حتی بخشی از این درآمد را به ایستگاه‌هایی که زمان پخش برنامه‌های خود را به فروش گذاشته‌اند، بازمی‌گرداند. بدین ترتیب، ایستگاه‌های رادیویی بابت خدمات این دفتر، پولی

۱. Newslink به نوعی از آگهی گفته می‌شود که در رادیوهای خصوصی، پس از پخش اخبار محلی در ساعات پرشنونده پخش می‌شود. معمولاً این ایستگاه‌های رادیویی برای خبر سراسری به نمایندگی IRN یا «مرکز مستقل خبری رادیویی» پول می‌پردازند.

نمی‌پردازند و حتی از آن کسب درآمد هم می‌کنند.

شاید در آینده، مجوز حمایت اقتصادی بیشتر از گزارش خبر، صادر گردد و از این طریق زحمت و فشار تأمین و گردآوری خبر از ایستگاه‌های کوچک کمتر شود. به هر حال، اگر چنین آرزویی محقق شود، خیلی مهم است، زیرا اصالت و انسجام سردبیری خبر حفظ می‌گردد و استقلال آن تضمین می‌شود. در حال حاضر، آگهی‌های موجود، نمی‌توانند بر گزارش‌های منتقدانه تأثیر بگذارند و یا حتی شهرت نامطلوبی به ارمغان بیاورند. از این رو، در آینده حامیان اقتصادی باید درباره چنین کنترل‌هایی بروی آگهی‌ها، توافق نظر داشته باشند.

اتاق‌های خبری کوچک

هر روز، بیش‌از پیش، ظهور اتاق‌های خبری کوچک را شاهدیم. گرچه این ایستگاه‌ها، بودجه ناچیزی در اختیار دارند، اما با این همه، می‌توانند با کمک تنها یکی دو گزارشگر، اتاق خبری خود را به‌نحو مؤثری اداره کنند و موقعیت خود را حفظ نمایند. در هر صورت، تداوم فعالیت این سازمان‌ها، به مدیریت و مهارت‌هایی متفاوت با اتاق‌های خبری بزرگ‌تر نیازمند است. اما باید این نکته مهم را در نظر داشته باشید که هرگز نخواهید توانست همه کارها را در آن واحد انجام دهید. پس اصراری در انجام یا تجربه آنها نداشته باشید.

یاد بگیرید که چگونه باید اولویت‌ها را تعیین کنید و تک‌تک وظایف خود را به نوبت و با نظمی خاص انجام دهید.

- اتاق یا بخشی از آن را به‌عنوان میز کار خود در نظر بگیرید.
 - در این مکان، وسایل و امکانات موردنیاز از قبیل: رایانه شخصی، صندلی، میز، تلفن، کاغذ سرب‌رگ‌دار، کتابچه آدرس، سررسید، دفتر ثبت وقایع روزانه (در قطع بزرگ) و کمد بایگانی را تدارک بینید.
- تجهیزات کوچکی را نیز که ممکن است به آنها احتیاج پیدا کنید، آماده نمایید. وسایلی از قبیل: ضبط‌صوت کوچک، میکروفون، تجهیزات اتصال

ضبطصوت به دستگاه ضبط بزرگتر (ضبطهای روبازی که نوار در قسمت بالای آنها قرار دارد) و نیز دستگاه اوتاری؛ تجهیزات لازم برای ضبط تماسهای تلفنی، کارتريجها، برچسبها و لوازم تدوین.

شماره تلفنهای ضروری و خدمات فوریتهی.

شماره تلفنهای اعضای شوراهاى محلی و نمایندگان مجلس.

شماره تلفن سازمانهایی که داوطلب همکاریاند.

شماره تلفن خبرنگاران آزاد.

به کارگیری یک روش بایگانی مناسب، به منظور دسترسی مستقیم و آسان به

اطلاعات در هنگام نیاز.

تنظیم فهرست تماسهای تلفنی.

تطبیق زمانهای پخش مجموعه گزارشهای خبری، ضمن کسب نظر موافق

مدیر برنامه یا سردبیر.

استخدام نیروی ماهر در صورتی که بودجه این امکان را به شما بدهد.

تهیه فهرستی از گزارشهای احتمالی.

در اولین روزهای آغاز به کار ایستگاه رادیویی، فعالیت خود را با

مصاحبههای استودیویی شروع کنید.

در اولین روزهای آغاز فعالیت، از یک یا دو موضوع منحصر به فرد و

ویژه استفاده کنید.

- در روزهای اول، پخش آزمایشی خبر را با استفاده از تماسهای تلفنی و

رونویسی از گزارشها و اخبار مطبوعاتی و مصاحبههای احتمالی آغاز کنید.

استقرار یا آماده‌سازی یک اتاق خبری کوچک

اقدامات اولیه

زمانی که مسئولیت آماده‌سازی یک اتاق خبری کوچک به شما سپرده می‌شود، ممکن است در ابتدا تصور کنید که با یک ایستگاه‌رادیویی آماده به‌کار فاصله زیادی دارید، اما نگران نشوید، به‌محض آغاز فعالیت، همه کارها روی غلتک خواهد افتاد، حتی اگر کار خود را فقط با دسترسی به یک خط تلفن آغاز کنید.

در ابتدا باید فضایی را برای کار در نظر بگیرید. بهتر است یک اتاق اختصاصی داشته باشید که این فضا می‌تواند شامل امکاناتی از این قبیل باشد: تلفن، میز، صندلی، دستگاه رایانه (مجهز به پردازنده وُرد)، یک دستگاه چاپگر، تعداد بسیار زیادی کاغذ سربرگ‌دار، دفترچه تماس‌های تلفنی که به‌ترتیب الفبا مرتب شده باشد، یک دفترچه سررسید رومیزی و یک عدد کمد بایگانی. البته در پایان کار نیز باید تجهیزات لازم، برای پخش برنامه به امکانات موجود در اتاق افزوده‌شود. زمانی که تمامی این نیازهای اساسی تأمین شد، آنگاه می‌توانید به وظیفه اصلی خود که همانا صحبت با مردم، با هدف کسب آخرین اخبار و اطلاعات و سپس پخش آنهاست، بپردازید. به‌طور ایده‌آل، حداقل برای انجام چنین‌کاری، سه هفته وقت لازم خواهید داشت، هر چند که شاید بتوانید در کمتر از این زمان هم، این کار را انجام دهید.

برقراری تماس‌های تلفنی

پس از استقرار در اتاق خبر، مهم‌ترین کار، آماده‌کردن و اطلاع‌رسانی به مردم درباره حضور شماست. آنها باید بدانند که شما چه کسی هستید و چه زمانی از رادیو برنامه پخش می‌کنید و آنها در صورت ضرورت چگونه می‌توانند با شما تماس بگیرند.

در صورت وقوع هر حادثه، تماس با خدمات فوری (از قبیل پلیس، آتش‌نشانی، آمبولانس و به هنگام ضرورت گارد ساحلی) و پس از آن تماس با اعضای مجلس و شوراهای محلی را در اولویت قرار دهید. اولویت بعدی، تماس با سازمان‌های داوطلب همکاری است. حتی‌الامکان به تمامی این مراکز و سازمان‌ها تلفن کنید. بهتر است با نمایندگی‌های خبر و خبرنگاران آزاد محلی روابط صمیمانه‌تری برقرار سازید. معمولاً برقراری ارتباط تلفنی با کارشناسان روابط عمومی یا افسران مطبوعاتی مشغول در مراکز خدمات فوری نیز ارزشمند خواهد بود. بهتر است همیشه فهرستی از شماره تلفن‌های ضروری را آماده داشته باشید. از دیگر ایستگاه‌های رادیویی نیز بخواهید درباره فعالیت رادیویی شما تبلیغ کنند.

سعی کنید روابط دوستانه‌ای را با ایستگاه‌های رادیویی رقیب برقرار کنید و این صمیمیت را تداوم بخشید. به‌خاطر داشته باشید که آنها رقبای رسانه‌ای دیگری همچون مطبوعات دارند و شما را نیز خوب نمی‌شناسند. بنابراین اطلاعات لازم را در اختیارشان قرار دهید؛ اطلاعاتی در خصوص ایستگاه رادیویی‌تان، ویژگی‌های شنوندگان، زمان‌های پخش برنامه، تولیدات خبری و هر آنچه که به آن نیاز دارند و یا از شما می‌خواهند. خیلی مهم است که بتوانید بر سر تعیین زمان‌های خاصی برای بازبینی یا تصحیح مطالب از طریق تلفن با آنها به توافق برسید.

درعین حال، بهتر است با مسئولان روابط عمومی یا افسران مطبوعاتی شاغل در شوراهای محلی و استان خود، ملاقات‌های منظمی داشته باشید. از آنها بخواهید، نام و آدرس شما را در فهرست دریافت‌کنندگان مطبوعات، نشریات و دستورالعمل‌های شوراها درج کنند. در صورت امکان و با کمک آنها برای تمامی اعضای شوراهای محلی و استانی نامه بنویسید. حتماً این کار را انجام دهید، حتی می‌توانید یک نامه را چندین بار تکثیر و ارسال نمایید و از آنها بخواهید آن را در نشریاتشان چاپ کنند. باید مردم را از وجود خود مطلع سازید و چگونگی تماس با خود را به آنها اطلاع دهید. در ضمن، همان اطلاعات را نیز برای نمایندگی شوراها و مجلس محلی ارسال نمایید.

با تک تک سازمان‌های داوطلب محلی تماس بگیرید؛ بررسی کنید و ببینید اگر سازمان مرکزی وجود دارد که بقیه سازمان‌ها و گروه‌های داوطلب را زیر پوشش قرار داده است، در این صورت برای این سازمان هم نامه بنویسید و از آن بخواهید شما را به بقیه گروه‌های عضو معرفی نماید و نام و آدرس شما را نیز در فهرست دریافت‌کنندگان نامه‌ها و نشریات ادواری خود قرار دهد. همین روند را در سازمان‌هایی از قبیل اتاق بازرگانی محلی طی کنید.

در تمامی حالات مجبور خواهید بود، درباره خودتان، شنوندگان احتمالی و ایستگاه‌رادیویی خویش اطلاع‌رسانی کنید. باید بتوانید راه‌های گسترش و توسعه رادیو را به‌طور اعم و ایستگاه رادیویی خود را به‌طور اخص هموار سازید. خیلی زود زحمات شما نتیجه خواهد داد و جریانی از مطالب و اخبار به‌سوی اتاق خبری شما سرازیر خواهد شد.

لوازم فنی

حداقل لوازم موردنیاز شما عبارتند از: یک عدد ضبط صوت کوچک و

میکروفون، تجهیزات لازم برای انتقال اطلاعات از ضبطصوت به نوار کارتریج یا دیسک سخت رایانه‌ای، تجهیزات موردنیاز برای ضبط مصاحبه‌های تلفنی، تجهیزات تدوین، نوارهایی که بر روی ضبط‌های روباز (اوتاری) ضبط می‌شوند و یا تجهیزات تدوین بر روی صفحه نمایشگر رایانه استودیویی که بتوان در آن، مصاحبه‌ها یا گفت‌وگوهای حضوری را ضبط کرد؛ همچنین حجم عظیمی از کاست‌ها، کارتریج‌ها، نوارهای ضبط، برچسب‌ها و لوازم تدوین.

سامانه‌های بایگانی

با توجه به حجم عظیم نشریات، مطبوعات و خبرنگار شوراها، که هر روز به سوی اتاق‌های خبری سرازیر می‌شود، باید سامانه بایگانی مناسبی را برای دستیابی به موقع به تمامی آنها در نظر بگیرید.

در ابتدا باید بخش‌های جداگانه ذیل را مشخص کنید:

الف- پوشه یادداشت‌های روزانه: دو مجموعه پوشه جداگانه تعیین کنید.

این پوشه‌ها باید با شماره‌های یک الی سی‌ویک یعنی تعداد روزهای یک ماه نام‌گذاری شوند. پوشه اول را برای ماه جاری و پوشه دوم را برای ماه آینده در نظر بگیرید. یک پوشه جداگانه هم برای موارد خاص تعیین کنید.

به‌محض ورود اطلاعات به‌اتاق‌خبر، هر یک را در پوشه جداگانه و تحت‌عنوان و تاریخ همان‌روز در دفتر یادداشت‌های روزانه ثبت کنید و در مکان مشخص‌شده، با درج تاریخ و روز، بایگانی نمایید.

ب- پوشه تماس‌های تلفنی و حضوری: برخی از اتاق‌های خبر، ترجیح

می‌دهند، عناوین و نحوه تماس افراد را در دفترچه تلفنی که به‌ترتیب الفبا

تنظیم شده، فهرست‌بندی کنند. شما می‌توانید، این فهرست‌بندی را بر روی سامانه رایانه‌ای تان انجام دهید.

ج- پوشه سوابق: اطلاعات موجود درخصوص سوابق افراد، سازمان‌ها و گزارش‌ها، بریده روزنامه‌ها، مطبوعات و از این قبیل را تحت‌عنوان مناسبی بایگانی کنید. برای هر یک از شوراها و مراکز خدمات فوریتی پوشه جداگانه‌ای تعیین نمایید. برای عناوین و موارد خاصی از قبیل مدارس، اتوبوس‌ها، قطارها و گزارش‌های ویژه هم پرونده جداگانه‌ای مشخص نمایید.

د- پوشه بایگانی: تمامی مجموعه گزارش‌های خبری و همچنین برنامه‌های پخش‌شده را نگهداری نمایید. گاهی ضرورت ایجاب می‌کند که مجدداً به آنها رجوع کنید.

شیوه‌های متفاوتی برای این‌کار وجود دارند؛ در اتاق‌های خبر رایانه‌ای‌شده، می‌توان این پوشه‌ها را بر روی رایانه نگهداری نمود. بهترین و آسان‌ترین شیوه قابل‌استفاده در اتاق‌های رایانه‌ای تجهیزشده (اتاق‌هایی که حتی‌الامکان در آنها از کاغذ کمتر استفاده می‌شود)، تعیین پرونده‌ای با نوارهای رنگی مشخص‌شده برای هر ماه است که مطالب و گزارش‌ها به‌صورت روزانه در آن بایگانی شوند.

ه- پوشه نامه‌ها: یک نسخه از نامه‌های دریافتی و ارسالی را در این پوشه بایگانی کنید. بهتر است این بایگانی تحت عنوان یا سرفصل‌های خاصی صورت‌پذیرد.

و- پوشه مطالب آینده: گاهی پیش‌می‌آید از روزنامه‌ها و نشریات، بریده‌هایی را درخصوص مواردی که احتمالاً در آینده رخ می‌دهد، جمع‌آوری می‌کنید. این‌گونه موارد را در پوشه‌ای جداگانه نگهداری کنید.

هنوز هم به یک پرونده جداگانه نیاز دارید. می‌توان گفت که اهمیت این پرونده از بقیه بسیار بیشتر است. این پرونده، «در پرونده ادواری» نام دارد. در روزهای آغاز به‌کار اتاق‌خبر، نگهداری اکثر مطالب بسیار اهمیت دارد، زیرا اصلاً نمی‌دانید که کدام یک از این مطالب ممکن است روزی به‌درد شما بخورد.

گاهی مطالب و نشریات تجاری زیادی به دستتان می‌رسد که ممکن است هیچ ارتباطی با نوع مخاطبان شما نداشته باشند و همگی آنها را دور بریزند، اما شما باید تمامی مطالبی را که به دستتان می‌رسد، با دقت مطالعه کنید؛ زیرا شما هنوز نمی‌دانید که یک گزارش خبری خوب و مناسب در کجای این مطالب نهفته است.

فهرست شماره تلفن‌های ضروری

می‌توانید فهرست شماره تلفن مراکز خدمات فوریتی را بر روی کاغذ و یا بر روی تابلوی اعلانات با خط خوانا بنویسید. البته اگر این شماره‌های تماس را در حافظه سامانه تلفن خود ثبت کنید بهتر است، زیرا به تمامی این تلفن‌ها نیاز پیدا خواهید کرد. حتی‌الامکان از خطوط گویای تلفنی، مخصوصاً از اطلاعاتی که از قبل بر روی بانک اطلاعاتی این سازمان‌ها، ضبط شده است، استفاده کنید.

به هنگام تنظیم برنامه تماس‌های تلفنی، اگر مقدور بود ساعات خاصی از شبانه‌روز را برای تماس‌های مکرر و منظم با مراکز خدمات فوریتی در نظر بگیرید. به‌عنوان مثال، در یک ایستگاه رادیویی که گزارش‌خبری، هر روز به‌طور مرتب از ساعت صبح هفت تا سه بعدازظهر پخش می‌شود،

تماس‌های تلفنی باید در رأس ساعات نُه صبح، ۱۲ ظهر و پنج عصر انجام‌پذیرد. البته بهتر است تعداد تماس‌های تلفنی در یک روز به اندازه‌ای باشد که نیازهای سردبیری خیر تأمین گردد، بدون آنکه باعث آزار و اذیت شما شود.

ارسال برنامه بروی آنتن

آماده‌سازی برنامه برای اولین روز

در اولین روز پخش برنامه از رادیو، باید در آن واحد، کارهای بی‌شماری انجام‌شود. صرف‌نظر از تماس‌های تلفنی و حضوری و تشکیل پرونده‌های بایگانی، پی‌گیری حوادث و رویدادهای احتمالی نیز ضروری است. به هنگام برقراری تماس، تا آنجا که امکان دارد فهرستی از رویدادها و گزارش‌های احتمالی را جمع‌آوری کنید و از کسانی که با آنها تماس گرفته‌اید، نظرشان را به‌عنوان مهم‌ترین فرد محلی بپرسید. روزنامه‌های محلی را نیز با دقت مطالعه کنید.

مرحله آماده‌سازی مطالب تا پخش بروی آنتن را به‌عنوان فرصتی برای جمع‌آوری حداکثر مطالب در زمانی محدود در نظر بگیرید. پس از پخش مطالب و اخبار از رادیو، مسئولیت تک‌تک این گزارش‌ها برعهده شماست. فقط به گشت‌وگذار در این‌سو و آن‌سو و صحبت با مردم و ضبط صحبت‌های آنها فکر نکنید و به کیفیت مصاحبه‌ها و نوع تماس‌هایی که در این دوره انجام می‌دهید و یا افرادی که به گفته‌هایشان اعتماد می‌کنید، توجه داشته باشید.

اغلب مجبور می‌شوید با مدیر برنامه یا سردبیر خبر در خصوص کمیت و

تنظیم برنامه پخش اخبار تبادلاً نظر کنید و ببینید که آیا واقعاً پخش اخبار در رأس هر ساعت، آن هم در یک ایستگاه رادیویی که فقط یک گزارشگر یا خبرنگار در اختیار دارد، ضروری است و یا بهتر است همان خبرنگار، وقت خود را در جهت جمع‌آوری مطالب برای خبر صبح روز بعد صرف‌کند.

کاملاً واضح است که مهم‌ترین و اصلی‌ترین بخش گزارش‌های خبری، باید در هنگام صرف صبحانه - یعنی زمانی که بیشترین گروه از شنوندگان به رادیو گوش می‌کنند - پخش شود؛ اما آیا پخش عناوین مهم خبر در ۳۰ دقیقه پس از هر ساعت، یا پخش آخرین تحولات در هر ۲۰ دقیقه یک‌بار ضرورتی دارد؟ اینها سؤالاتی است که باید پس از صحبت با مسئول برنامه و با در نظر گرفتن منابع و کارکنان موجود، به آنها پاسخ داده شود. سعی نکنید تمامی کارها را در همان مرحله اول انجام دهید. پایه‌گذاری طولانی‌مدت، اما اساسی کارها، بسیار بهتر از لاف‌زدن درباره خدمات عالی است که پس از مدتی به دلیل کمبود منابع، ناگزیر تعطیل می‌شوند.

گزارش‌های ویژه یا اختصاصی

در طی مدتی که به آماده‌سازی ایستگاه مشغولید و پیش از آغاز به کار رادیو، چند گزارش ویژه را برای اولین روزهای پخش رادیویی آماده کنید. به خاطر داشته باشید که تعداد بسیاری از شنوندگان، عملکرد یک ایستگاه رادیویی را با توجه به شیوه فعالیتش در اولین روزهای کاری، ارزیابی می‌کنند. پس میزان تأثیرگذاری برنامه‌ها در روزهای اول بسیار اهمیت دارد.

در پی ماجراهای دنباله‌دار، در جست‌وجوی زوایای جدیدی باشید، مثلاً از مقامات و اشخاص سرشناس محلی بخواهید، درباره نظراتشان بیشتر صحبت کنند.

طرح‌های جدیدی را برای توسعه و پیشرفت منطقه بیابید و ارائه کنید. ملاک انتخاب این گزارش‌های ویژه، تأثیر مستقیم بر مخاطب و یا مواردی است که مردم محلی آنها را عمیقاً باور دارند. در هفته اول، یک گزارش ویژه را، برای روز اول در نظر بگیرید و دو گزارش دیگر را برای پنخس احتمالی در روزهای بعد نگهدارید.

استخدام کارکنان

احتمالاً در آغاز، بودجه ایستگاه رادیویی فقط به اندازه تأمین هزینه استخدام شما در اتاق خبر خواهد بود. شاید هم آنقدر خوش‌شانس باشید که ایستگاه بتواند هزینه استخدام افراد دیگری را نیز بپردازد. در این صورت، برای فعالیت در منطقه‌ای که کوچک‌ترین اطلاعاتی از جزئیات آن ندارید، استخدام فردی که از آگاهی‌های مورد نیاز محلی برخوردار باشد، ضروری است.

برای شروع کار، بهترین تجربه، تماس با روزنامه‌های محلی است. در بسیاری از موارد ناگزیرید با تک‌تک آنها تماس بگیرید. آنها هم از نوشتن و چاپ مطالبی درباره یک ایستگاه رادیویی جدید در روزنامه خود استقبال خواهند کرد. همیشه به دنبال خبرنگاران و یا گزارشگران شاغل در روزنامه‌های محلی باشید، مخصوصاً آنهایی که تمایل دارند در اوقات فراغشان، با رادیو نیز همکاری داشته باشند.

در صورت اختصاص بودجه کافی، تبلیغات در روزنامه‌ها و نشریات محلی را تجربه کنید. در انتخاب کلمات و نوع آگهی بسیار دقت داشته باشید. می‌توانید در جهت جذب نیروی جدید در این نشریات، آگهی بدهید. در بیان شرح‌وظایف، مسئولیت‌ها، فرصت‌های شغلی و حقوق، موضع خاصی اتخاذ

نمایید (جزئیات را کاملاً شرح دهید). فهرست کوتاهی از داوطلبان موجود را تهیه کنید و تک تک آنها را برای مصاحبه دعوت نمایید. در این مصاحبه حضور شما و مدیر برنامه یا سردبیر خبر ضروری است.

داوطلبان باید از ویژگی‌های زیر برخوردار باشند:

- صدای مناسب

- شخصیتی سهل‌گیر و سازگار با وضع موجود

- برخورداری از مهارت‌های تخصصی و توانمندی در بروز آنها

- علاقه‌مندی به کار رادیویی

- چشم‌حقیقت‌بین (در جست‌وجوی جزئیات هم باشد).

- آگاهی از اصول پایه حقوقی

- برخورداری از دانش روابط عمومی

- داشتن تجربه کافی در اصطلاحات و نکات فنی رادیو (یا حداقل ابراز

علاقه به یادگیری آنها)

- برخورداری از دانش و اطلاعات محلی

در مجموع فردی را که احساس می‌کنید، کار کردن با او آسان‌تر است، استخدام نمایید، زیرا می‌خواهید با او در آینده به عنوان عضوی از گروهی منسجم همکاری داشته باشید. فرد مورد نظر، باید قابل‌اعتماد و سخت‌کوش باشد و در عین حال، توانایی‌هایش، قابلیت‌های شما را تکمیل کند. اصولاً در کار گروهی، افراد باید روابط عمومی مناسب و رفتار سالمی با دیگران داشته باشند.

آموزش و یادگیری

گاهی احساس می‌کنید، فرد داوطلب، همان گزینه مورد نظر شماست، اما هیچ

تجربه‌ای در زمینه کار رادیویی ندارد. در این حالت او باید اصول اولیه کار را در اسرع وقت بیاموزد. به‌طور ایده‌آل، می‌توانید این قبیل افراد را برای کسب تجربه کافی به دیگر ایستگاه‌های رادیویی بفرستید یا آنها را در دوره‌های کسب مهارت رادیویی ثبت‌نام کنید. حتی می‌توانید یک نسخه از همین کتاب را به آنها ارائه نمایید.

به‌خاطر داشته باشید، ارائه آموزش تخصصی به افراد، برای ارتقای شغلی‌شان بسیار اهمیت دارد، زیرا به‌هنگام نیاز می‌توانید مسئولیت‌های بیشتری را به آنها بسپارید. برای سردبیران اتاق‌های کوچک خبر و یا اتاق‌های خبری بزرگ‌تر، آموزش تک‌تک افراد بسیار اهمیت دارد. همیشه زحمت بادقت گوش‌دادن به نوار یا مجموعه گزارش‌های خبری هر روز را بر خود هموار کنید و به اعضای گروه اطلاع دهید که چه مواردی مورد پسند شما نبوده است (و البته همین اندازه مهم است که به آنها بگویید از چه مواردی خوششان آمده است).

پیشنهاد می‌کنیم، پس از بررسی نکات مثبت و منفی، نمونه‌ای از آنرا به همراه دستورالعمل‌ها و دست‌نوشته‌های خبرنگاری، به‌اعضا ارائه دهید.

تهیه برنامه‌های خاص

خلاصه اخبار

برنامه‌هایی که تحت عنوان «خلاصه اخبار» تهیه و پخش می‌شوند، با مجموعه گزارش‌های خبری کاملاً متفاوت دارند؛ زیرا در این نوع از برنامه‌ها می‌توان از اخبار قدیمی‌تر و حتی گزارش‌های بلندمدت استفاده کرد. در اینجا منظور از اخبار قدیمی‌تر، گزارش‌هایی است که در ساعات قبل پخش شده و نه در روزهای قبل؛ به‌عنوان مثال، در برنامه خبری ساعت ۶ بعدازظهر، می‌توان گزارش‌ها و اخباری از آن روز را که برای آن ساعت قابل استفاده بوده و یا حتی ارزش پخش مجدد را دارند، گنجانید؛ زیرا بسیاری از شنوندگان در ساعت ۸:۱۵ صبح به محل کار خود می‌روند و احتمالاً هیچ‌یک از این اخبار را نشنیده‌اند. نحوه اجرای این برنامه هم کاملاً متفاوت است؛ به‌عنوان مثال، می‌تواند از یک مجری استفاده کند و یا حتی می‌تواند دو مجری یا گوینده داشته باشد.

این شیوه رسمیت کمتری دارد و حتی می‌تواند دوستانه باشد، درعین‌حال در آن از افراد دیگری به عنوان «مهمان»، برای ارائه اخبار اقتصادی و یا مسافرتی (جاده‌ای) استفاده می‌شود.

قالب‌بندی خاص

در اینجا نمونه‌ای غیرواقعی از قالب‌بندی خاص یکی از برنامه خبری عصر را که در رأس ساعت ۱۹ در یک ایستگاه خصوصی رادیو شروع می‌شود، ارائه می‌دهیم. این برنامه در قالب نوینی از سوی دو مجری یا گوینده اجرا می‌شود.

دقیقه و ثانیه

اعلام آرم برنامه به همراه پخش عناوین خبر (جین)	۰۰:۰۰
پخش تیزر (جین)	۰۰:۳۰
مجموعه گزارش خبری (جان)	۰۱:۳۰
اخبار مسافرتی و جاده‌ای (جاستین از سطح شهر یا جاده گزارش می‌دهد)	۰۵:۳۰
آگهی بازرگانی (وقفه)	۰۶:۳۰
مصاحبه زنده (جین)	۰۹:۰۰
برنامه گزارشی اول (آغاز کننده برنامه جان)	۱۱:۰۰
آگهی بازرگانی (وقفه)	۱۳:۰۰
عناوین خبر (جین)	۱۵:۰۰
گزارش اقتصادی	۱۶:۰۰
مصاحبه زنده (جان)	۱۸:۰۰
خبر ورزشی (مایکل)	۲۱:۰۰
آگهی بازرگانی (وقفه)	۲۲:۲۰
برنامه گزارشی دوم رأس ساعت ۲۳ (آغازکننده برنامه، جین)	۲۳:۰۰

عناوین خبر (جان) رأس ساعت ۲۳:۱۰ (صدای زنگ هشداردهنده توسط مجری شنیده می‌شود).	۲۳:۱۰
بخش پایانی (جین و جان)	۲۳:۲۹
موسیقی پایان برنامه	۲۳:۵۹

این برنامه، نوعاً برای شنوندگان عصرگاهی تنظیم شده است، افرادی که ممکن است در حال بازگشت به خانه باشند و هر دقیقه تعداد آنها کاهش یا افزایش یابد. در این نوع برنامه‌ها، مجبور نخواهید بود برای رسیدن به یک اندیشه یا نتیجه منطقی، به تمامی گزارش‌ها یا اخبار مهم آن روز گوش دهید و یا حداقل به یکی از آنها توجه نمایید. به‌عنوان نمونه، در قسمتی که نوشته شده: «رأس ساعت ۲۳:۱۰ دقیقه صدای زنگ هشداردهنده، توسط مجری شنیده می‌شود»، منظور این است که زمان و شیوه اجرای برنامه دقیقاً مطابق با جدول ازپیش‌تعیین‌شده، اعمال می‌شود و مسئولیت تنظیم و اجرای جدول برنامه برعهده تهیه‌کننده، اپراتور فنی و یا مدیر استودیو است. اجرا و نظارت بر برنامه‌هایی از قبیل گزارش سه خبرنگار «مهمان»، اجرای دو مصاحبه زنده، آگهی‌های بازرگانی و همچنین اجرای برنامه معمولاً برعهده گوینده و یا مجری نیست، زیرا این افراد، وقت کافی برای بررسی تمامی این موارد را ندارند.

به دلیل فشرده‌گی جدول برنامه، در واقع، احتمال صرف‌نظر از دومین برنامه گزارشی وجود دارد. موضوع خیلی ساده است، زیرا ممکن است یک دقیقه‌ونیم از وقت کل برنامه، توسط چند آگهی بازرگانی اضافی و یا پرحرفی گزارشگران ورزشی و اقتصادی گرفته شود.

جینگل‌ها^۱ و بدها^۲

جینگل‌ها و «بدها» - موسیقی‌های معرف ایستگاه رادیویی - نقش بسیار مهمی را در تداوم برنامه‌ها ایفا می‌کنند.

برای آغاز و پایان هر برنامه موسیقی‌هایی از این دست تعبیه می‌شود و احتمالاً نسخه‌های متفاوتی از موسیقی‌های مذکور نیز برای تشخیص هر قطعه و یا احتمالاً برای تعیین دقایق سوم و دهم و یا جلوگیری از طولانی شدن قطعه نواخته می‌شود.

ممکن است از این نوع موسیقی به صورت متناوب در طی برنامه، مثلاً در آغاز و پایان اعلام عناوین خبری، برای نشان‌دادن تداوم برنامه و نیز یادآوری موضوع اصلی برنامه به شنونده، استفاده شود.

بسیاری از ایستگاه‌های رادیویی تمایل دارند، پس از پخش هر فصل از اعلام عناوین خبر، از یک قطعه کوتاه موسیقی ویژه یا «بد» استفاده نمایند.

در انتخاب این نوع از موسیقی بسیار دقت کنید. این موسیقی نباید باعث آزار شنونده شود و یا کوتاهی و بلندی صدای آن به اندازه‌ای باشد که بخش اعظمی از شنوندگان، مخصوصاً آنهایی که در خودرو خود به رادیو گوش می‌کنند، نتوانند سخنان گوینده یا مجری را تشخیص دهند؛ مخصوصاً اگر این ابهام به دلیل تداخل و یا نامتناسب بودن این موسیقی یا بخش خبر باشد.

مجموعه‌های نمایشی و برنامه‌های مستند

مجموعه‌های نمایشی یا ماجراهای دنباله‌دار، فرصت خوبی برای بیان یک داستان و یا یک رویداد هستند، به‌ویژه آنکه می‌توان به آنها، شاخ‌وبرگ

۱. Jingle: قطعه کوتاه موسیقی از پیش ضبط شده است که معرف ایستگاه رادیویی است.

۲. Bed: قطعه کوتاه موسیقی است که پس از قرائت هر خبر یا عنوان خبری پخش می‌شود.

بیشتری داد. پکیج یا گزارش‌نمایشی، از حداقل یک گزیده صوتی تشکیل شده که در کنار آن، گزارشگر به بیان شرح ماجرا می‌پردازد.

درحقیقت در این نوع از برنامه، چند گزیده یا قطعه صوتی با صدای گزارشگر ترکیب می‌شود. مدت زمانی که برای یک گزارش خبری به همراه فقط یک گزیده صوتی در نظر گرفته می‌شود، حدوداً ۳۵ ثانیه است. اما در مقابل، مستند خبری ممکن است یک ساعت به طول انجامد و درعین‌حال، گزیده صوتی هم در آن گنجانیده شود. در هر یک از این حالات، اصول اولیه یکسان است. اما تنها تکرار گفته‌های گزارشگر کافی نیست و کلیپ یا گزیده صوتی هم باید به آن اضافه شود.

ارتباط میان هر یک از این کلیپ‌ها را می‌توان مانند اتصال گزیده‌های جداگانه خبر برقرار کرد، با این تفاوت که لزوماً آغاز هر گزیده، ابتدای نوار نخواهد بود. آغاز هر نوار باید، دربرگیرنده کل داستان- خواه با ارائه توضیحات بیشتر و خواه با ارائه دلایلی برای نقض آن- باشد. بزرگ‌ترین مزیت این حالت، آن است که با استفاده از گزیده صوتی مناسب، می‌توان هر دو طرف بحث یا گفت‌وگو را در یک گزارش مطرح کرد. اگر نظرات ضدونقیض، به صورت متناوب، اما سریع شنیده شوند، تأثیر عمیق‌تری را بر روی شنونده خواهند گذاشت.

شایان ذکر است که در جهت افزایش ابتکار و خلاقیت، بهتر است از افکت‌های صدا و موسیقی در کنار گفت‌وگوی افراد استفاده شود.

در یک مستند رادیویی باید ساختاری خاص و داستان یا ماجرای برای گزارش‌کردن وجود داشته باشد. شما به‌عنوان تهیه‌کننده، باید بدانید که آیا می‌توان از همین گزارش به نتیجه‌ای قطعی دست یافت، یا اینکه بهتر است

برای تأثیرگذاری بیشتر، از چندین بخش نمایش رادیویی به صورت جداگانه استفاده شود. به خاطر داشته باشید که اغلب، سخنان و گفته‌های افراد، بسیار تأثیرگذارتر از صحبت‌های شما خواهد بود. این از اصول اولیه ساخت مستند رادیویی است. از تمامی این منابع و امکانات استفاده کنید، آنگاه متوجه خواهید شد که گزارش مستند شما، در اذهان باقی خواهد ماند.

برنامه‌ریزی

تولید برنامه‌های مستند کار بسیار سخت و طاقت‌فرسایی است. در ایستگاه‌های محلی رادیو، این کار صورتی یک‌سویه به خود می‌گیرد. اگر احساس می‌کنید باید با حدوداً ۲۰ نفر مصاحبه داشته باشید، بدین معناست که قرار ملاقات‌های جداگانه باید گذاشته شود. سعی نداشته باشید از تمامی این افراد مصاحبه‌های طولانی ضبط کنید. اگر با هر یک حداقل نیم ساعت مصاحبه ضبط‌شده داشته باشید، بدین معناست که در پایان، مجموعاً با ۱۰ ساعت مصاحبه طولانی و متناوب روبه‌رو خواهید شد؛ قطعاً تدوین و ویراستاری این کار طولانی‌مدت، بسیار سخت و طاقت‌فرسا و مستلزم صرف زمان زیادی است. بنابراین، از همان ابتدا، فعالیت خود را بر پایه یک اصل منطقی استوار کنید.

اگر از همان آغاز برای هر یک از مصاحبه‌شوندگان، حداکثر یک دقیقه مصاحبه جهت ضبط در نظر بگیرید، در پایان ضبط، یک مصاحبه ۲۰ دقیقه‌ای را پیش‌رو خواهید داشت؛ مگر آنکه احساس کنید صحبت‌های یکی از مصاحبه‌شوندگان جذابیت خاصی دارد و بخواهید زمان مصاحبه او را

طولانی‌تر کنید. موسیقی و افکت‌های صوتی موردنیاز را از قبل آماده کنید. به‌عنوان نمونه آیا در یک برنامه مستند، بخش موردنظر، قسمتی از یک مجموعه دنباله‌دار است و آیا این سریال دنباله‌دار، دارای سبک خاصی است، به‌گونه‌ای که مثلاً ناگزیرید در آغاز و پایان هر قسمت، آرم مخصوص برنامه را پخش کنید. هر معیار خاص دیگری از این نوع را حتماً باید در تولید قطعات نمایشی در نظر داشته باشید.

تدوین

به‌هنگام تدوین برنامه‌های مستند، سنگدل و بی‌رحم باشید. درج بخش‌های طولانی، اشتباه محض است. در حقیقت زمان پخش یک برنامه مستند یک ساعته در ایستگاه‌های خصوصی رادیو، تنها ۴۸ دقیقه است، زیرا ۱۲ دقیقه از آن توسط آگهی‌های بازرگانی و پخش اخبار در رأس هر ساعت گرفته می‌شود؛ پس بهتر است، بیش از ۳۵ دقیقه موسیقی یا افکت برای آن در نظر بگیرید، مگر آنکه به‌عنوان یک تدوین‌گر حق دخل و تصرف بیش از حد را نداشته باشید. موسیقی‌هایی را انتخاب کنید که بسیار تأثیرگذار و تکان‌دهنده باشند و یکی از بهترین آنها را برای پایان برنامه مستند در نظر بگیرید.

می‌توانید در پایان مستند، از صدای بنگ و یا صدای شلیک گلوله استفاده کنید، البته اگر به موضوع برنامه ربط داشته باشد. شنونده را وادار کنید تا پایان برنامه شما را دنبال کند و با دقت به آن گوش کند. بخش‌های به ظاهر خسته‌کننده را فوراً حذف کنید. سعی کنید همه چیز طبق روال پیش برود و حتی‌الامکان از موسیقی و افکت‌های کوتاه‌تر استفاده نمایید.

پس از تمامی این مراحل و قبل از پخش، برنامه تکمیل شده باید یک بار

دیگر ضبط شود. فراموش نکنید که از قبل باید استودیو را رزرو کنید و از افراد متخصص برای همکاری در ضبط و استفاده از استودیو کمک بخواهید. اگر قبلاً تجربه تدوین گزارش خبر را داشته‌اید، پس می‌توانید به توانایی‌های خود اعتماد کنید. اگر امکان دارد، تدوین را در روزهای قبل از پخش رادیویی انجام دهید. البته تدوین برنامه مستند، در روز پخش، کار عجیبی نیست، اما کاری که با عجله انجام شود، نتیجه مطلوبی نخواهد داشت.

پخش خارج از استودیو یا پخش از استودیوی سیار

برنامه‌ریزی برای پخش از استودیوی سیار، درست مانند برنامه‌ریزی برای یک نبرد است. جایگاه هر فرد را در زمان و مکان مناسب تعیین کنید.

بسیاری از مشکلات موجود در پخش خارج از استودیو، به مسائل فنی، بازمی‌گردد، و نه به خود افراد. مثلاً یکی از مقامات یا اعضای خانواده سلطنتی قرار است هفته آینده از بیمارستانی در پایین شهر و یا در منطقه‌ای که از ارتباطات رادیویی ضعیفی برخوردار است، بازدید کند؛ قطعاً برای پخش این گزارش از استودیو با مشکل مواجه خواهید شد. این مشکل ممکن است به خاطر خطوط **ISDN** و یا به سبب نزدیکی به منطقه باز و وسیعی باشد که انواع و اقسام صداهای طبیعی از آنجا به گوش می‌رسد.

به‌طور کلی، برای پخش برنامه خارج از استودیو، همه پیش‌بینی‌ها باید از یک ماه قبل، انجام شود. در عمل به خبرنگاران اجازه ورود به منطقه حفاظتی سلطنتی داده نمی‌شود، مگر آنکه این خبرنگاران، از قبل مجوز مخصوص سلطنتی را از اداره مرکزی اطلاعات و امنیت گرفته باشند. قطعاً باید برای اخذ این مجوز از قبل اقدام کنید.

شیوه‌های متعددی برای بازیابی مطالب، از پخش سیار رادیویی وجود دارد که هر یک از آنها مزایا و معایب خاص خود را دارند. مهم‌ترین این شیوه‌ها عبارتند از:

خطوط رادیویی

خطوط ISDN

خطوط تلفنی

پیک یا قاصد

خطوط رادیویی

در پخش سیار خارج از استودیو، یکی از معمول‌ترین شیوه‌ها، استفاده از خطوط رادیویی UHF است. فرستنده سیار از چنان فرکانس بالایی استفاده می‌کند که امواج آن در خارج از محوطه و توسط تمامی گیرنده‌های رادیویی محل قابل دریافت است و نباید نگران دریافت نکردن آن توسط گیرنده‌های موجود در آن منطقه بود. بنابراین هر فرکانسی که بدین طریق به استودیو بازگردانده شود، قابل پخش است. چنین شیوه‌ای بسیار باارزش است، زیرا نقاطی که امکان دریافت امواج از فرستنده سیار را ندارند و یا در نقطه کور قرار گرفته‌اند، امکان دریافت مجدد را پیدا می‌کنند.

اما در برخی از مناطق خاص، چنین شیوه‌ای (دریافت امواج از استودیوی سیار و پخش مجدد آن) کاربرد ندارد. این مناطق عبارتند از زمین‌ها و مناطق پست و نیز مناطقی که سراسر از درختان یا ساختمان‌های بلند پوشیده شده‌اند.

اگر قرار است از خطوط رادیویی استفاده کنید، در روزهای قبل سری به مکان‌های تعیین شده بزنید و به‌خاطر داشته باشید که تجهیزات الکتریکی دیگر

ممکن است سبب اختلال در این امواج شوند.

خطوط ISDN: معمول‌ترین و پرکارترین شیوه ارسال مجدد امواج و مطالب به استودیو از فرستنده سیار، استفاده از خطوط موقت ISDN است. این خطوط، از کابل‌های تلفن پر قدرتی تشکیل شده‌اند که علاوه بر برخورداری از کیفیت عالی، می‌توانند سیگنال‌های پر قدرت استریو را از طریق خطوط تلفن به سراسر جهان منتقل کنند. در هر صورت شما هم مانند شرکت مخابرات، باید از چند روز قبل جهت نصب تأسیسات و تجهیزات لازم در منطقه اقدام کنید.

امروزه، بسیاری از ایستگاه‌های رادیویی در ساختمان‌های اصلی سراسر منطقه مانند سالن تئاتر شهر و دفاتر شوراها، پایگاه‌های دائم ISDN نصب کرده‌اند، تا به هنگام ضرورت، راحت‌تر بتوانند از طریق خطوط تلفن یا Dial up با استودیو ارتباط برقرار کنند.

خطوط تلفن: صدای تلفن از کیفیت مناسبی برخوردار نیست و تنها در حد ضرورت می‌توان برای انتقال صدای گزارشگران از آن استفاده کرد؛ از تلفن همراه هم می‌توان بهره برد، اما از آنجایی که گاهی اوقات دارای علائم الکترونیکی ضعیفی است، این وسیله ارتباطی باید به‌عنوان آخرین چاره در پخش مستقیم مورد استفاده قرار گیرد.

اگر قرار است به سطح شهر بروید و از طریق تلفن گزارش خود را ارسال کنید، بهتر است از خطوط تلفن ثابت استفاده نمایید.

پیک یا قاصد: اگر از پیک موتوری برای ارسال نوار ضبط‌شده گزارش به استودیو استفاده کنید، درحقیقت تمامی صورت‌های ظاهری پخش زنده خارج از استودیو را از بین برده‌اید.

قطعاً در هنگام گزارش مستقیم حوادث غیرمترقبه، بهره‌برداری از چنین امکانی برایتان میسر نخواهد بود. درضمن اگر قرار باشد از طریق پیک موتوری گزارش خود را به استودیو بفرستید، پس هیچ ضرورتی ندارد که آن را پخش خارج از استودیو بنامید.

حضور مجری یا گوینده در استودیو

در پخش مستقیم خارج از استودیو، به همه چیز مطمئن نباشید. هنوز هم این احتمال وجود دارد که همه کارها همان‌طور که از قبل برنامه‌ریزی شده، انجام نشود. از قبل باید در خصوص همه احتمالات خوب فکر کنید. شاید فقط دو شیوه از روش‌های ارتباطی ذکرشده، در اینجا کاربرد داشته باشد و مهم‌تر آن‌که، حضور یک مجری یا گوینده در استودیو برای سرپوش گذاشتن بر وقفه‌های احتمالی یا اضطراری ضروری خواهد بود.

مشارکت تلفنی شنوندگان

سال‌های بسیاری است که به‌طور دائم از تماس‌های تلفنی شنوندگان در رادیوهای محلی استفاده می‌شود، اما منتقدان می‌گویند، این شیوه هیچ ارزشی ندارد و تنها روشی بسیار ارزان‌قیمت برای پرکردن ساعات پخش رادیویی است؛ اما درعین‌حال تماس‌های تلفنی و مشارکت شنوندگان در گزارش می‌تواند سودمند، جالب و بحث‌انگیز باشد. میزان موفقیت در این نوع گزارش‌ها بستگی به نحوه برنامه‌ریزی و تدوین مطالب دارد.

انتخاب موضوع

گونه‌های متفاوت مشارکت عبارتند از:

- معرفی «یک خط مستقیم تلفنی» به منظور بحث درباره موضوعات عمومی یا جدید.

- معرفی «یک خط تلفن مستقیم» در جهت برقراری ارتباط مستقیم با یک وکیل یا پزشک متخصص.

- ارائه یک طرح کلی درباره موضوعی خاص و برگزاری بحث عمومی با شرکت میهمانانی از قبیل افراد مشهور محلی و یا یکی از اعضا شورا یا مجلس.

به هنگام برنامه ریزی برای تهیه و تولید برنامه‌هایی که در آنها از مشارکت شهروندان و همچنین خط مستقیم تلفنی استفاده می‌شود، بدون شک بهترین منبع اطلاعاتی، روزنامه‌های محلی، منطقه‌ای و یا کشوری است. این گونه منابع، اغلب موضوعات و نکات جالب توجهی را در اختیار شما قرار می‌دهند که ممکن است موجب تحریک شنوندگان و یا ایجاد انگیزه در آنان شود.

شیوه اداره استودیو

اگر قرار باشد در کنار پخش تماس‌های تلفنی شهروندان، موسیقی هم پخش شود، مجری یا مسئول استودیو می‌تواند این تلفن را به صورت غیرمستقیم دریافت و آن را همراه با موسیقی، پخش نماید.

در هر صورت، بهترین شیوه برای رسیدگی به تلفن‌های دریافتی، روخوانی متن بازنویسی شده این تماس‌ها و پاسخگویی به آنها توسط یکی از همکاران استودیو است.

همکار مذکور باید نام تلفن‌کننده و منطقه‌ای که در آن ساکن است را در کنار یک شماره تلفن تماس از او برای مراجعات بعدی، یادداشت نماید.

مجری برنامه نیز از مفاد این یادداشت که می‌تواند بر روی یک صفحه کاغذ باشد و یا بر روی صفحه نمایش مقابلش و یا از طریق گوشی ارتباطی برای ارسال می‌شود، مطلع گردد. (شایان ذکر است که در این نوع صفحه نمایش، متن یا کلمات، در اتاق فرمان تایپ می‌شوند و به‌طور هم‌زمان در استودیوی پخش به نمایش درمی‌آیند.)

قبل از اینکه گفت‌وگوی تلفنی شنونده، به‌صورت مستقیم پخش شود، باید به وی تذکر دهید که صدای دستگاه گیرنده خود را کم کند تا از ایجاد طنین صدا و یا در حقیقت تأثیرات جانبی سیستم تأخیر الکترونیکی، جلوگیری شود. درعین حال، دستیار برنامه باید اطمینان حاصل کند که شنونده موردنظر، به‌هنگام طرح سؤال و یا بحث و اظهار نظر، عاقلانه رفتار خواهد کرد.

شیوه دیگر استفاده از تماس‌های تلفنی شنوندگان، هماهنگی تلفنی با آنان، پیش از آغاز برنامه است؛ بدین معنا که از شنوندگانی که با برنامه تماس می‌گیرند، بخواهید پس از ارائه مشخصات خود، مجدداً در زمان پخش مستقیم برنامه با شما تماس بگیرند. در چنین حالتی، بر هدایت خبر و پیشبرد برنامه، کنترل بیشتری خواهید داشت.

مجریانی که به تماس‌های شنوندگان پاسخ می‌دهند

مجریانی که مسئولیت پاسخگویی به تماس‌های تلفنی شنوندگان را دارند، باید از ویژگی‌های خاصی برخوردار باشند. لوازم است که این‌گونه افراد رک‌گو و صریح، باهوش، عاقل، بحث‌انگیز و گاهی گستاخ باشند.

افراد مذکور باید در کنار قاطعیتی که دارند، قادر باشند بحث را دامن

بزنند؛ بدین معنا که بتوانند در هنگام ایراد نظرات مخالف اعتقاد خود، به هواخواهی طرف مقابل برخیزند.

بار دیگر متذکر می‌شویم که این قبیل مجریان باید روشنفکر، آزاداندیش و همچنین سریع‌الذهن باشند و درعین حال از نظرات نامتعارف و تحقیرکننده احتمالی تماس گیرندگان آگاهی داشته باشند. از همه مهم‌تر، آنان باید با برنامه‌ریزی و مدیریتی صحیح، به تمامی شنوندگانی که با استودیو تماس می‌گیرند و همچنین افراد شرکت‌کننده در استودیو، فرصت ابراز نظرات مخالفشان را بدهند.

تأخیر یا معطلی

برخی از ایستگاه‌های رادیویی برای تنظیم زمان تماس‌های تلفنی دریافتی، از سامانه تأخیر الکترونیکی استفاده می‌نمایند. به عبارت دیگر کل برنامه، از طریق یک دستگاه مخصوص ضبط‌صوت و یا وسیله دیجیتال مشابه مطابق با زمان موردنظر تنظیم می‌گردد. این سیستم کاربردهای بی‌شماری دارد، مثلاً یکی از شنوندگان مطلبی را به اشتباه بیان می‌کند و یا به‌طور ناخواسته کلمه عجیبی را بر زبان می‌آورد، که البته تنها چند ثانیه پیش از ارسال برنامه بر روی آنتن، می‌توان با استفاده از این دستگاه بخش موردنظر را حذف نمود و یا صدای تلفن و یا هر صدای دیگری را جایگزین آن کرد.

تماس‌های تلفنی مشکل‌زا

در انتخاب تماس‌های دریافتی، حساسیت بسیاری به خرج دهید، به‌خصوص درباره آنهایی که موجب تحریک شنوندگان می‌شوند. مسئولیت خطیری برعهده شماست، پس باید آن را جدی بگیرید.

گاهی ضرورت ایجاب می‌کند که از متخصصان میهمان، مانند روان‌شناسان، پزشکان و مشاوران حقوقی برای بررسی مشکلات و سؤالات روحی، روانی، جنسی، بهداشتی، پزشکی و نیز سؤالات حقوقی کمک بخواهید. به‌خاطر داشته باشید، شنوندگان تنها به این سبب که شما را دوستی متخصص می‌دانند و خواستار راهنمایی‌های بی‌طرفانه شمایند، با رادیو تماس می‌گیرند.

این را بدانید که به هنگام پخش رادیویی این‌گونه تماس‌ها، شما در حقیقت برنامه‌ای پخش نمی‌کنید، بلکه قصد دارید از طریق انتقال و بازگویی نظرات شنوندگان، مخاطبان دیگری را که تاکنون شهامت برقراری تماس با شما را نداشته‌اند، ترغیب کنید تا در مباحثه خاصی که در پیش‌رو دارید، شرکت کنند.

تلفیق موسیقی و متن

شاید بتوان گفت یکی از سخت‌ترین کارها در رادیوهای محلی، تلفیق صحیح موسیقی و متن در کنار یکدیگر است. معیار نهایی در تمامی رسانه‌های این صنعت، چگونگی تلفیق انواع موسیقی در کنار مهارت‌های یک گزارشگر است. این وظیفه‌ای خطیر و نیازمند تمرین و ممارست فراوان است. اما نتایج مطلوبی را به‌بار خواهد آورد که یکی از آنها دستمزد قابل‌توجه این شغل در رادیوست.

ویژگی‌های مجریان برنامه

یک مجری باید بتواند در کمال آسودگی خاطر، برنامه‌هایی چون موسیقی، متن و مصاحبه را هدایت کند و به‌راحتی از کلیه تجهیزات استودیو استفاده نماید.

علاوه بر آن، باید فکری منطقی و متمرکز داشته باشد تا در صورت لزوم بتواند سریع فکر کند و بلافاصله در قبال آنچه که رخ می‌دهد، واکنش نشان دهد. ویژگی‌های دیگر مجریان برنامه عبارتند از: برخورداری از دانش و آگاهی و تجربه کافی در خصوص موضوعات روزمره، توانایی فی‌البداهه صحبت کردن (که این خود یک مزیت به شمار می‌رود) و توانایی سخن گفتن در چارچوب با « مدت زمان اختصاص یافته».

به‌طور خلاصه، یک مجری خوب باید بتواند خود را با هر موقعیتی که پیش می‌آید مطابقت دهد. البته مجری‌گری در برنامه‌های موسیقی از برنامه‌های دیگر آسان‌تر است.

تدوین صحیح

در اغلب برنامه‌ها باید از ترکیب مناسب موسیقی و متن از نظر کمیت اطمینان حاصل کنید؛ به عبارت دیگر، موسیقی نباید بیشتر از متن باشد و یا بالعکس. این ترکیب مناسب، قبلاً از سوی شورای سیاست‌گذاری ایستگاه رادیویی تعیین می‌شود.

به‌عنوان مثال، در ایستگاه‌های رادیو محلی BBC میزان پخش متن یا سخنرانی در ساعات پرسننوده نباید کمتر از ۸۰٪ باشد. گرچه همین موضوع هم جای بحث دارد، اما قاعده کلی آن است که بگوییم در تلفیق متن و موسیقی، نباید ادامه متن به بیشتر از چهار دقیقه، که درحقیقت میانگین زمان پخش یک ترانه است، محدود باشد، زیرا اگر شنونده به سخنان مجری علاقه‌ای نیز نداشته باشد، کانال رادیو را عوض نخواهد کرد، چون خوب می‌داند که این سخنان زیاد طول نخواهد کشید و متعاقب آن برنامه‌ای بهتر

پخش خواهد شد. حتی می‌توان مصاحبه با افراد مشهور را در عوض پخش تناوب دقیقه‌ای به سه بخش چهار دقیقه‌ای تقسیم کرد که در میان آن هم موسیقی گنجانده می‌شود.

انتخاب و درج موسیقی در برنامه‌هایی که متن یا سخنرانی دارند، بسیار مهم است. باید از موسیقی‌های معروف، بامعنی و آشنا با ذهن شنونده استفاده نمود تا تنها به دلیل تمرکز برای فهم بهتر، ذهن شنونده از موضوع اصلی منحرف نگردد. حتی اگر شنوندگان به این موسیقی آشنا، علاقه‌ای نداشته باشند، در قبال آن از خود صبر و شکیبایی نشان خواهند داد.

در نظر داشته باشید، هدف اصلی آن است که تا آنجا که ممکن است شنوندگان را وادار کنیم بیشتر به رادیو گوش کنند. فراموش نکنید، جزئیات برنامه اعم از موضوعات، مصاحبه‌ها و حتی موسیقی، باید برای شنونده جذابیت داشته باشد.

تلفیق چند گزینه صوتی

معمولاً یک برنامه رادیویی تشکیل شده از صدای گزارش خبرنگاران، مصاحبه‌های تلفنی زنده، مهمانان حاضر در استودیو، ارتباط با استودیوی سیار، ارتباط با دیگر شبکه‌های اطلاع‌رسانی، تلفن‌های از پیش ضبط‌شده شنوندگان، اخبار ترافیکی و مسافرتی، خبرهای ورزشی و از همه مهم‌تر موسیقی. ترکیب یا تدوین ماهرانه این اجزا نیازمند برخورداری از دانش، مهارت و تجربه فراوان است. تنها عامل موفقیت در این کار، برنامه‌ریزی دقیق و حساب‌شده است. شما باید پیش از ارسال برنامه بروی آنتن، ترتیب هر یک از برنامه‌ها و نیز زمان و مدت پخش آنها را تعیین کنید. در

مصاحبه‌ها، سؤالات و قواعد کلی را از قبل یادداشت کنید. پیش از پخش زنده مصاحبه، چند سؤال ساده را از قبل آماده طرح داشته باشید. به کارگیری این شیوه، از میزان ترس مصاحبه‌شوندگانی که در استودیو حضور یافته‌اند، خواهد کاست.

به هنگام پخش مستقیم برنامه نیز، باید روال ۵ تا ۱۰ دقیقه آینده برنامه را در ذهن داشته باشید و از قبل مطمئن باشید که همه کارها طبق روال عادی به پیش می‌رود. همیشه یک سی‌دی موسیقی، برای موارد اضطراری، آماده داشته باشید و سخن‌آخر آنکه، اگر قصد دارید برنامه جدیدی را تهیه کنید، نصیحت‌های ما را هرگز از خاطر نبرید، و هرگز در ابتدا، جاه‌طلب و بلندپرواز نباشید. همواره از جزئیات یا مسائل کوچک آغاز کنید. به تدریج و به هنگام بسط مطالب، با پیچیدگی‌های تدوین، سردبیری و حتی جزئیات فنی برنامه آشنا خواهید شد.

بهرتر است بر روی موسیقی ابتدای برنامه هم صدا بگذارید. البته، حتماً می‌دانید که نباید بر روی موسیقی، مجدداً صدای دیگری بگذارید. اغلب تدوینگران موسیقی به‌طور غریزی و بر اثر تجربه می‌دانند که کجا و چه‌وقت باید این کار را انجام دهند، اما شما باید از همان ابتدا به زمان‌سنجی سی‌دی توجه داشته باشید.

افزودن صدا به موسیقی ابتدای برنامه، مرز میان موسیقی و متن را از میان می‌برد و تا حدودی آن را از شیوه‌های قدیمی و کهنه‌ای که در آنها ابتدا و انتهای برنامه کاملاً مشخص است، متمایز می‌سازد.

انتخابات

انتخابات، فرصت‌های مناسبی را در اختیار رادیو قرار می‌دهد. به هنگام

انتخابات، کل جامعه در تکاپو و هیجان است و از هر گوشه‌ای سر و صدای کاندیداهای رقیب به گوش می‌رسد. حتی یک رأی هم می‌تواند سرنوشت‌ساز باشد. در پایان، نیز در لحظاتی رویایی و پرهیجان، نتایج رأی‌گیری مشخص و اعلام می‌شود.

گرچه قانون، درباره هر کسی که صحت انتخابات را مخدوش کند، سخت‌گیری خواهد کرد، اما اجازه ندهید، در ایستگاه رادیویی شما علایق و خواست‌های شخصی، بر احتیاط و دوراندیشی غلبه کند. حتماً قوانین و مقررات را رعایت کنید.

دوره فعالیت نامزدهای انتخاباتی

به محض اعلام زمان آغاز فعالیت انتخاباتی، مجلس یا پارلمان منحل می‌شود و این دوره تا زمانی که فعالیت نامزدهای انتخاباتی ممنوع شود، ادامه می‌یابد. به شما توصیه می‌کنیم در طی مدتی که انتخابات در جریان است از هرگونه تبلیغی برای نامزدها و یا هدایت جریانی خاص شدیداً خودداری نمایید. معمولاً در انتخابات محلی، دوره فعالیت نامزدهای انتخاباتی، پنج هفته پیش از روز برگزاری انتخابات، آغاز می‌شود.

اعلام پایان فعالیت نامزدهای انتخاباتی

مهم‌ترین اصل برای هر یک از نامزدهای انتخاباتی این است که مطمئن شوند، حضورشان در انتخابات رسماً به همه اعلام شده است. در این مرحله، آینده تمامی «کاندیداهای احتمالی مجلس» روشن خواهد شد. از این زمان به بعد باید تمامی قوانین و مقررات مربوط به پوشش سیاسی رسانه‌ها را رعایت کنید.

به عنوان مثال، تصور کنید چهار داوطلب برای یک حوزه انتخاباتی معرفی شده‌اند. با نزدیک شدن زمان رأی‌گیری، به هر یک از نامزدهای انتخاباتی شهر، مدت زمانی مساوی برای حضور در برنامه داده می‌شود. البته می‌توان هیچ زمانی برای کسی در نظر نگرفت؛ اما اگر با یکی از آنها مصاحبه می‌کنید، باید در مجموع، همان مدت زمان را به سه کاندیدای دیگر شهر نیز اختصاص دهید، اما ضرورتی ندارد که حتماً در همان جلسه و یا در همان برنامه باشد. می‌توان برای این کار از همه برنامه‌های قابل‌پخش، حتی گزارش‌های از پیش ضبط‌شده خبری هم استفاده کرد.

اگر قصد دارید طی دوره فعالیت‌های انتخاباتی، زمان‌های خاصی را به نامزدهای انتخاباتی اختصاص دهید و در این زمینه هیچ قانونی وجود نداشته باشد، عاقلانه‌ترین راه این است که در اتاق‌خبر، تاریخ و زمان پخش هر یک از این تبلیغات را تعیین کنید و پس از هر گزارش یا مجموعه گزارش خبری جدول این برنامه‌ها را به اطلاع شنوندگان برسانید.

جلسات بحث و مباحثه

شاید از نظر شما بهتر باشد که در یک زمان تمام نامزدهای انتخاباتی را به دور میز استودیو و برای یک جلسه مباحثه زنده دعوت کنید؛ این ایده خوبی است، اما مراقب باشید که اگر همه نامزدها در استودیو حاضر شدند، زمانی مساوی را باید در اختیار هر یک قرار دهید. در اینجا، رعایت قانون و مقررات برای هر کدام بسیار اهمیت دارد؛ البته از گزارشگر یا مجری برنامه‌ای که برنامه زنده مباحثه را اداره می‌کند، انتظار نمی‌رود که از زمان‌سنج استفاده کند، اما نباید اختلاف سلیقه و تمایلات شخصی خود را علنی کند. اهمیت

حضور هریک از داوطلبان انتخاباتی را در آن جلسه فراموش نکنید؛ از تمامی داوطلبان به صورت کتبی قول بگیرید که حتماً در این برنامه حاضر شوند. خودداری حتی یک تن از آنها از حضور در استودیو، ممکن است توازن جلسه را به هم بزند. البته اگر در لحظات و ثانیه‌های قبل از برگزاری میزگرد، یکی از آنها بنا به دلایلی از حضور در جلسه بحث منصرف شد، عاقلانه‌ترین کار این است که برنامه را بدون حضور وی آغاز کنید و حداقل چندبار در خلال برنامه، به غیبت او و دلیل حاضرنشدنش در برنامه اشاره نمایید. البته بهتر است این داوطلب و یا حزب انتخاباتی او، شخص دیگری را جایگزین وی نمایند و شما هم باید فرد جایگزین را قبول کنید.

به هر حال اگر در لحظات نزدیک به پخش مستقیم برنامه، امتناع یکی از کاندیداها از حضور در استودیو با استناد به حقوق قانونی وی، سبب پخش نشدن آن میزگرد شود، بهتر است، پیش از هر اقدامی، با مشاور حقوقی ایستگاه رادیویی خود مشورت کنید؛ البته اگر نامزدهای احزاب کوچک و یا اقلیت‌ها در چنین برنامه‌هایی حضور نیابند، حتی اگر در قانون هم به این موارد اشاره‌ای نشده باشد، قاعده کار این است که در طی برنامه، از نام فرد غایب و حزب یا جناح انتخاباتی‌اش نام برده شود و رئیس یا مجری برنامه باید آنقدر قدرتمند باشد که از روی بی‌طرفی فرصت انتقاد از سیاست‌های کاندیدای غایب در جلسه را در اختیار حاضران قرار ندهد.

روز رأی‌گیری

انتخابات سراسری یا عمومی، در روز ازپیش‌تعیین‌شده، از ساعت ۷ صبح آغاز می‌شود و پس از ۱۰ ساعت - بعدازظهر همان روز - پایان می‌یابد. اما

انتخابات محلی یک ساعت دیرتر آغاز می‌شود و یک ساعت زودتر هم پایان می‌یابد. در طی این مدت حق پخش هیچ‌گونه آگهی یا تبلیغات سیاسی را ندارید، حتی اگر، این تبلیغات به صورت عادلانه درباره همه نامزدها باشد.

در گزارش خبری صبح، فقط باید به اخبار اصلی اشاره کنید، از قبیل اینکه، به طور مثال، رأی‌گیری آغاز شده است و یا هوا آفتابی است و احتمال می‌رود در ساعات آینده، گرم‌تر و یا آلوده‌تر شود و یا دیگر موضوعات غیرسیاسی. مراقب باشید، در طول این مدت هیچ یک از نامزدها (حتی از روی علاقه) سخنی درباره دیگر نامزدها به زبان نیاورد، در این صورت به ایراد افترا محکوم خواهید شد. قوانین ایراد افترا یا تهمت نیز در طی برگزاری انتخابات قابل اجرا خواهد بود!

گزارش تفسیری

گزارش‌های تفسیری، بهترین فرصت را در اختیار رسانه‌ها قرار می‌دهند تا آنها بتوانند هر آنچه را که در نظر دارند، برای شنوندگان به تفسیر بکشند. در اغلب موارد، وقایع هر کدام خود یک خاطره‌اند که ممکن است بعدها برای دیگران جالب باشند. بنابراین می‌توانیم در هر یک از گزارش‌های تفسیری یکی از این وقایع را مطرح کنیم.

گرچه گزارش تفسیری به نوع دیگری هم تعریف می‌شود؛ به عنوان مثال در یک لحظه کاملاً غیرمنتظره درست در جلوی چشمان شما حادثه‌ای رخ می‌دهد و شما در آن زمان با میکروفون و دیگر تجهیزات در محل حضور دارید و مثلاً با چشمان خود مشاهده می‌کنید که ناگهان شورش در خیابان شروع می‌شود و گسترش می‌یابد و یا هواپیمایی به زمین سقوط می‌کند؛ در

چنین مواقعی، باید به‌طور شفاهی هر آنچه را که می‌بینید، گزارش نمایید. در چنین مواردی توصیه‌چندانی برای شما نداریم، جز اینکه، فقط صحبت کنید و وقایع را به بهترین وجه توضیح دهید.

برنامه ریزی

اگر قرار است درباره یک حادثه یا رویداد مهم، گزارش تفسیری تهیه کنید، قبل از هر کاری تا آنجا که می‌توانید مطالعه کنید. اگر قرار است ملکه با یکی از مقامات ملاقات داشته باشد، از قبل، اسامی افسران اجرایی مربوطه را پرسید.

این که همواره مفسران در هنگام رویدادهای مهم کشوری، از قبل مطالبی برای گفتن داشته‌اند، چندان اتفاقی نیست. البته به ندرت می‌توان درباره مراسم تاج‌گذاری و یا مراسمی که از این دست بر پا می‌شود، از قبل دانش و اطلاعات کافی داشت؛ اما هنگامی که وارد میدان عمل می‌شوید، تازه مشخص می‌شود که شما به عنوان یک مفسر خبری باتجربه، از چه میزان دانش و آگاهی و همچنین تجربه در تحقیق و پژوهش برخوردارید.

شاید بخش اعظمی از زحمات شما چشمگیر نباشد، اما در روزی که قرار است، از این گنجینه عظیم دانش و تجربه استفاده کنید، آنگاه تسلط بر کار و خواندن سریع و راحت از روی یادداشت‌ها، کمترین نتیجه‌ای است که عایدتان خواهد شد. برای انجام بهتر کار لازم است، یکی- دو روز قبل از مراسم از مکان موردنظر دیداری داشته باشید؛ مسدودشدن نواحی اطراف مکانی که قرار است گزارش در آنجا تهیه شود، انجام کار را با دشواری مواجه می‌کند.

مطالب خود را به گونه‌ای تنظیم کنید که در زمان مشخص‌شده، بتوانید همه آنها را بیان کنید. از قبل اطلاع دهید که در کدام روز و به چه دلیل برای گرفتن گزارش در محل حاضر خواهید شد.

شاد یا غمگین بودن برنامه

رویدادهای خاص ممکن است فضایی شاد و یا غمگین داشته باشند، و این وظیفه گزارشگران رادیویی است که بتوانند صدا یا لحن احساسات عمومی را به بهترین نحو منتقل کنند. به عنوان مثال، شرح یا بیان حالات جناب شهردار، شباهت چندانی با توصیف مراسم بزرگداشت روزهای خاص ندارد؛ بنابراین در خصوص نوع رویدادهایی که قرار است آنها را پوشش دهید، حساسیت بیشتری به خرج دهید.

البته قرار نیست که شما مانند یک هنرپیشه حرفه‌ای رفتار کنید. اما به هرحال باید بتوانید رگه‌هایی از احساسات خود را در جهت انتقال صحیح فضای داستان یا گزارش به کار بگیرید. به عبارت دیگر، سایه‌ها و نمادهایی از احساس وجود دارند که شما می‌توانید با استفاده صحیح از آنها، فضای موقعیتی را که در آن قرار گرفته‌اید، به‌خوبی برای شنوندگان ترسیم نمایید.

سبک و محتوا

مدت زمان اختصاص‌یافته به گزارش شما در انتخاب آنچه که می‌خواهید بگویید مؤثر است؛ ممکن است از شما خواسته شود که در چند قسمت دو دقیقه‌ای صحبت کنید تا در بخش‌های مختلف برنامه پخش شود، در این صورت، هیچ مجالتی برای بیان خاطرات طولانی درباره جزئیات تاریخی

ماجرا باقی نمی‌ماند؛ به عبارت دیگر، اگر قرار باشد جزئیات بیشتری را در هر بخش از برنامه ارائه دهید، به مدت زمان بیشتری نیاز خواهید داشت.

اگر قرار است بخش‌هایی از توضیحات را حذف کنید، فراموش نکنید که برای مثال رنگ لباس زنان عضو خاندان سلطنتی برای شنوندگان اهمیت دارد و اغلب آنها مایلند بدانند که شاهزادگان برای کلکسیون بهاره خود چه نوع انتخابی خواهند داشت. اگر یکی از مردان خاندان سلطنتی هم، لباسی غیر از پوشش معمولی‌اش بر تن داشته باشد، این مورد نیز حتماً باید ذکر شود.

سکوت، لطفاً...

میکروفونی که بدون حساب و برای مدت زمانی طولانی باز مانده باشد، شما را وسوسه می‌کند که ثانیه‌ثانیه آن را پر کنید. البته شما باید در برابر این وسوسه‌ها مقاومت کنید، زیرا به هر حال، اگر صدایی طلایی هم داشته باشید، شنوندگان تمایل دارند گهگاه به حال خودشان باشند. آنها می‌خواهند استراحت کنند. به خاطر داشته باشید که همیشه این نوع صداها در اطراف آنها وجود دارد. به عنوان مثال هنگامی که شاهزاده از خودرو خارج می‌شود، سکوت کنید و اجازه دهید شنوندگان هم صدای گارد تشریفات را که با احترام از او استقبال می‌کنند، بشنوند. گاهی این صداها خود گویای حال و هوای آن موقعیت‌اند و هرگز کلمات و سخنان شما نمی‌توانند، جایگزین مناسبی برای صدای هماهنگ چکمه‌های گارد تشریفات باشند که در آن واحد به زمین کوبیده می‌شوند. اگر شما بتوانید به خوبی قاب‌تصویر را ترسیم کنید،

در آن صورت شنوندگان خواهند توانست به روشنی، تصویر مورد نظرتان را مشاهده کنند.

برنامه‌های ورزشی

برنامه‌های ورزشی موفق دارای ساختاری ساده‌اند. درحقیقت یک برنامه ورزشی موفق، چیزی نیست، مگر انتقال سریع و دقیق اطلاعات. می‌توان درباره گزارشگری و یا مجری‌گری برنامه‌های ورزشی حتی به اندازه یک کتاب مطلب نوشت، اما آنچه در این میان بیش از همه اهمیت دارد، همان نکات بسیار جزئی است.

تهیه گزارش از مسابقات

تهیه گزارش از مسابقات، یک امتیاز محسوب می‌شود و معمولاً قرارداد پوشش رویدادهای خبری ورزشی مهمی چون مسابقات لیگ فوتبال، در سطح کشور منعقد می‌شود.

شنوندگان در ابتدا می‌خواهند بدانند آخرین بار چندمین گل، برای کدامین تیم ورزشی ثبت شده است؛ این همان خبر بسیار مهم است. چند دقیقه پس از آن گزارشگر می‌تواند جزئیات بیشتری را به این خبر اضافه کند، و البته متعاقب آن می‌توان برنامه بهتری پخش کرد، حتی می‌توان مصاحبه با افراد مشهور را در عوض پخش در یک بخش ۱۲ دقیقه‌ای به سه بخش ۴ دقیقه‌ای تقسیم کرد و در میان آن موسیقی گنجانید.

انتخاب و به‌کارگیری موسیقی در برنامه‌هایی که متن یا سخنرانی دارند، بسیار مهم است. باید از موسیقی‌های معروف، بامعنی و آشنا با ذهن شنونده

استفاده نمود تا ذهن شنونده به سبب تمرکز برای فهم بهتر موضوع، از موضوع اصلی منحرف نشود؛ حتی اگر شنوندگان به این موسیقی آشنا، علاقه‌ای نداشته باشند، در قبال آن از خود صبر و شکیبایی نشان خواهند داد.

در نظر داشته باشید، هدف اصلی وادارکردن شنوندگان به گوش‌دادن بیشتر به رادیوست. فراموش نکنید که جزئیات برنامه، اعم از موضوعات، مصاحبه‌ها و حتی موسیقی‌ها باید برای شنونده جذابیت داشته باشند.

مهم‌ترین تفاوت رادیو و تلویزیون، در نحوه ارتباط شما با هر یک از این رسانه‌ها نهفته است. به عبارت روشن‌تر، اگر حتی صدای تلویزیون را قطع کنید، باز هم متوجه می‌شوید که داستان چگونه ادامه می‌یابد؛ اما در رادیو، تنها یک کانال ارتباطی میان شما و آنچه که رخ می‌دهد، وجود دارد. قاعده کلی برای گزارشگری در مسابقات ورزشی، آن است که هر بخش را به‌طور ساده و واقعی بیان کنید.

توضیح بیش از حد، شنونده را گیج می‌کند. از به‌کارگیری کلیشه‌های ورزشی که بر اثر مرور زمان و استفاده مکرر کهنه و قدیمی شده‌اند، خودداری کنید.

ثبات رویدادهای ورزشی

استفاده کارآمد و مؤثر از دفتر ثبت رویدادهای ورزشی، مهم‌ترین عامل موفقیت در اداره یک بخش ورزشی محسوب می‌شود. البته تمامی آمار و اطلاعات مربوط به مسابقات باید در این دفتر ثبت شود و مهم آن است که این اطلاعات پس از گزارش ورزشی مربوطه درج گردد.

اگر در ابتدای ماه گزارشی را با شرکت سرمربی تیم ورزشی محلی تهیه

کرده‌اید و در این گزارش گفته شده که یکی از بازیکنان تیم، به دلیل آسیب‌دیدگی زردپی پشت زانو، باید به مدت سه‌ماه استراحت کند، فراموش نکنید که دقیقاً سه هفته بعد با سرمربی باشگاه تماس بگیرید. این تماس‌ها نه‌تنها نشان‌دهنده علاقه‌مندی شما به این قبیل موضوعات است، بلکه انگیزه جدیدی را در شنوندگان رادیو ایجاد می‌کند.

گزارش‌های روزانه خبر ورزشی

اعتبار و ارزش رادیوهای ورزشی و همچنین موفقیت بخش ورزشی هر رادیو به دو عامل مهم بستگی دارد:

گزارش یا مجموعه گزارش‌های خبری روزانه

گزارش‌های ورزشی عصر

این نوع گزارش‌های خبری، باید جامع و کامل باشند. دستورالعمل نوشتن گزارش‌های ورزشی همانند گزارش‌های خبری است. عامل موفقیت در گزارش‌های ورزشی برقراری ارتباط سالم و صمیمی با افرادی چون مربیان فوتبال و یا مسئولان تیم‌ها است. برای تکمیل گزارش یا مجموعه گزارش‌های ورزشی، از هیچ آغاز کنید. برخلاف بخش‌های خبری، در این قسمت هرگز نمی‌توانید بر روی تماس تلفنی با سرویس‌های خدمات اضطراری، مانند پلیس و آتش‌نشانی، تکیه کنید. اما درعین حال، می‌توانید به صورت ادواری با تمامی باشگاه‌ها و تیم‌های ورزشی در تماس باشید.

در برخورد با ورزشکاران، سه اصل مهم را همیشه به خاطر داشته باشید: در درجه‌اول، مؤدب و بانزاکت باشید. دوم، آنکه از برخی حقایق و اطلاعات مطمئن شوید. (مثلاً معروف است که مربیان تیم‌های فوتبال در رویارویی با

این سؤال خبرنگاران که «فردا از کدام افراد در بازی استفاده می‌کنید؟» از جواب‌دادن طفره می‌روند) و سخن آخر اینکه از حدس و گمان زیاد اجتناب کنید؛ هر چند این امر گاهی وسوسه‌انگیز است.

آینده اخبار رادیویی

شکوفایی آینده‌خبر در رادیو تضمین شده است. همیشه اشتیاق و علاقه به شنیدن خبرهای محلی وجود دارد. در طی سالیان آینده، رادیوهای محلی جدیدی تأسیس خواهد شد که به نوبه خود می‌توانند فرصت‌های شغلی جدیدی برای خبرنگاران فراهم کنند. توسعه و پیشرفت در این صنعت غیرقابل باور است، مخصوصاً در بخش خصوصی که در کنار افزایش تعداد شنوندگان، گزینه انتخاب ایستگاه‌های رادیویی نیز هر روز بیش از پیش افزایش می‌یابد. بدون شک در این روند شیوه فعالیت و نحوه اداره اتاق‌های خبر نیز دست‌خوش تغییر و تحولاتی خواهد شد؛ زمانی فرا خواهد رسید که اتاق‌های خبر توسط افراد معدودی اداره خواهند شد؛ افرادی که باید از کلیه تجربیات و مهارت‌های یک کارشناس رسانه‌ای بهره‌مند باشند. بنابراین همکاری با بخش خبر رادیوهای محلی، هنوز هم جالب‌توجه است و محلی برای رقابت باقی خواهد ماند. شیوه‌های اجرای خبر در رادیو نیز تحت تأثیر همین اصل قرار دارند.

همواره امکان استفاده از شیوه «صراحت‌گویی» از سوی خبرنگاران رادیویی وجود دارد. حتی آنان ممکن است بر روند تولید و ارائه ارزش‌های جدید، در قبال خواست‌های پایان‌ناپذیر مخاطبان، بیشتر تأکید کنند و از این طریق در جذب و نگهداری مخاطبان در بازارهای به‌شدت رقابتی این دوران (عصر بگیروبیند)، تأثیر بگذارند.

محتوای برنامه‌ها نیز که به نوبه خود، نشئت‌گرفته از دستورالعمل‌های سردبیری در رادیوهای محلی بوده، منعکس‌کننده ارزش‌ها و معیارهای همان ایستگاه رادیویی خواهند بود و از همه مهم‌تر در برنامه‌های مذکور از زبان بومی یا محلی استفاده خواهد شد. به عبارت دیگر تنها خواست‌ها و معیارهای جامعه یا گروه جمعیتی که رادیوی محلی برای آن تأسیس شده، اعمال خواهد گردید.

انقلاب صنعتی همچنان ادامه خواهد یافت، به تدریج اتاق‌های خبر، سراسر رایانه‌ای می‌شود و ضبط‌صوت و نوارهای کارتریج، عتیقه به حساب می‌آیند و در نهایت اتاق‌های خبر به مجموعه‌ای عاری از کاغذ و نوار تبدیل خواهند شد. گزارش‌های خبر نیز بر روی صفحه رایانه نوشته، ویراستاری، تدوین و حتی زمان‌بندی و پخش خواهند شد. اصوات نیز بر روی دیسک سخت رایانه ضبط خواهند شد. گوینده یا مجری خبر هم در مقابل صفحه رایانه نشسته و از روی آن نوشته‌ها، دستورالعمل‌های اجرایی را قرائت خواهد کرد. در این صورت برای پخش صوت یا کلیپ‌های صوتی هم، یک‌بار تماس با موشواره رایانه و یا فشار یک دکمه صفحه کلید کافی است.

بدون شک از تجربیات گذشته در جهت ساخت یا پایه‌گذاری گزارش‌های خبر «واقعی» استفاده خواهد شد. به‌کارگیری این تجربیات منابع

جدید و همچنین شیوه‌های مقرون به صرفه و کارآمدی را با هدف بهبود نسبی نتیجه کار، در اختیار ایستگاه‌های رادیویی قرار خواهد داد.

در هر صورت، قضاوت نهایی در این باره، برعهده شنوندگان رادیوست. در عین حال، به کارگیری فناوری‌های جدید و تصمیم‌گیری نهایی در خصوص گردش خودکار گزارش‌های خبری، مخصوصاً در بخش گزارش خبری صبح، احتمالاً مستلزم گذشت زمان بیشتری خواهد بود. صرف نظر از اتاق خبر، بالطبع، گزارشگر حاضر در صحنه حادثه نیز به همین میزان، درگیر این انقلاب صنعتی خواهد شد. در تهیه گزارش و ضبط مصاحبه‌ها، هر چه بیشتر از تجهیزات دیجیتال استفاده شود، کیفیت فنی صدا نیز بهبود خواهد یافت. تجهیزات، کوچک‌تر و قابل حمل‌تر خواهند شد و با توسعه خطوط ISDN و شبکه‌های تلفن همراه، سرعت ارسال مطالب و اخبار تهیه‌شده به ایستگاه و در نتیجه آرشو، افزایش خواهد یافت.

در اینجا لازم نیست در خصوص رایانه‌های کوچک قابل حملی که می‌توانند به منظور ضبط هم‌زمان مورد استفاده قرار بگیرند، توضیحات بیشتری ارائه دهیم. به هر حال، همه چیز دست به دست هم می‌دهند تا گزارشگران و خبرنگاران و حتی سردبیران اتاق‌های خبر، سریع‌تر و بهتر بتوانند کار خود را انجام دهند؛ در این صورت وقت بیشتری برای پرداختن به دیگر برنامه‌ها باقی می‌ماند و قدرت تولید افزایش می‌یابد و به این فناوری جدید، به عنوان یک نجات‌دهنده نگریسته می‌شود.

از آنجایی که بخش عظیمی از ایستگاه‌های رادیویی، تولیدات خود را با کیفیت مناسب صدای سی‌دی و عاری از هرگونه اشکال عرضه خواهند کرد، حتی این امکان به وجود خواهد آمد که ایستگاه‌های پخش صدای دیجیتال یا

DAB جایگزین رادیوهای معروف و کهنه‌کار قدیمی شوند.

اوائل دهه، دوران پرآشوب مالکیت و مدیریت رادیوهای محلی در بخش خصوصی محسوب می‌شود، در صورتی که در حال حاضر، مالکیت بسیاری از ایستگاه‌های کوچک خصوصی رادیو، در اختیار گروه‌های سرمایه‌دار بزرگ‌تر است؛ زیرا آنها از امکانات و منابع بیشتری برخوردارند، اما گاهی شبکه‌های سراسری نیز ترجیح می‌دهند، برای جوامع کوچک محلی برنامه‌های خاص تهیه‌کنند، زیرا به طورکلی، خبرهای محلی به عنوان عناصری باارزش در نظر گرفته می‌شوند و درعین حال، مانع جذب رادیوهای کوچک محلی در داخل شبکه‌های سراسری می‌گردند.

همگام با سوددهی رادیوهای خصوصی یا تجاری و موفقیت بیشتر آنها در جذب مخاطبان و آگهی‌دهندگان، مالکیت بر ایستگاه‌های رادیویی تداوم خواهد یافت؛ به بیانی دیگر، گروه‌ها و افراد بیشتری خواهند توانست ایستگاهی رادیویی را به‌نام خود ثبت کنند.

احتمالاً هر چه دولت این روند مقررات‌زدایی را آسان‌تر کند، ما شاهد رادیوهای محلی بیشتری خواهیم بود؛ رادیوهایی که از سوی گردانندگان روزنامه‌های محلی و همچنین در ارتباط با شبکه‌های تلویزیون کابلی محلی اداره خواهند شد. به طور طبیعی نوعی همیاری میان سه رسانه رادیویی محلی، تلویزیون کابلی محلی و روزنامه‌های محلی وجود دارد و در اینکه این سه رسانه می‌توانند ضمن بر آوردن نیازهای متقابل، با یکدیگر همکاری کنند، هیچ شکی وجود ندارد. با وجود تمامی این تغییرات فنی و اجرایی، یادآوری و به‌کارگیری اصول اولیه خبرنگاری رادیویی اهمیت بیشتری می‌یابد. ضرورت به‌کارگیری نیروهای جوان و پرحرارتی که با خود، ایده، فکر و

اشتیاق تازه‌ای را برای این صنعت به ارمغان می‌آورند، همیشه احساس می‌شود؛ باید سعی کنیم، این گونه افراد را در حوزه رادیویی محلی برای خود نگه داریم.

هدف از تأسیس رادیوی محلی، سنگ‌انداختن بر سر راه شبکه‌های سراسری رادیو و تلویزیون نیست، زیرا این رادیو می‌تواند به نوبه خود، مزایا و منفعی را به همراه داشته باشد. مردم هم در صورتی به رادیویی وفادار خواهند ماند که برنامه‌های آن برایشان جالب‌توجه باشد و آن رادیو نیز بتواند نیازهای افراد را در هر شغل و مسئولیتی که خدمت می‌کند، برآورده سازد.

اما درعین‌حال، باید در مقابل، یکی از مهم‌ترین خطراتی که در پیش‌رو دارید، موضع بگیرید. به خصوص با افزایش استفاده از فناوری‌های خبری، این تفکر که خبر فقط به‌وسیله نمایشگر یا چاپگر رایانه ظاهر می‌شود، همه‌گیر خواهد شد؛ هرگز این حقیقت مسلم را فراموش نکنید که خبر تنها وقتی که شما بتوانید با تلاش و کوشش خود آن را کشف کنید، خبر محسوب خواهد شد.