

رادپرو

انواع برنامه‌سازی در

● کارول فلمینگ
مترجم: ناصر بلینغ

انتخابات

محدودیت رسانه‌های چاپی است. روزنامه‌ها می‌توانند یک نامزد را بر دیگری ترجیح بدهند، برای احزاب سیاسی خاصی تبلیغ کنند و حتی در روز انتخابات هم نتایج نظرسنجی‌ها را منتشر نمایند. اما طبق قوانین پخش برنامه سال‌های ۱۹۸۱ و ۱۹۹۰، تلویزیون و رادیو باید پوشش انتخاباتی منصفانه و متعادل به همه رقبا بدهند و سوابق آن را برای اثبات انجام دادن آن حفظ کنند. ایستگاه‌ها و مجریان آنها هرگز نباید در هنگام اجرای برنامه از یک نامزد انتخاباتی یا یک حزب خاص پشتیبانی کنند. هر مورد نقض این قاعده، از سوی مقام مسئول رادیو با جدیت پیگیری و با آن برخورد خواهد شد. در هر انتخابات، چهار مرحله کلیدی وجود دارد:

- تاریخ انتخابات اعلام می‌شود اما اسمی نامزدهای نهایی معلوم نیست. در این حالت گفته می‌شود که انتخابات به زودی برگزار خواهد شد.

اخبار انتخابات در رادیو به صورتی است که بسیاری از ایستگاه‌های مبتنی بر موسیقی تصمیم گرفته‌اند پخش خبری خود را محدود به آن کنند که گزارش بدهند و در پایان هم نتایج را اعلام کنند. اما برای ایستگاه‌های دیگر، ایام انتخابات دوران برنامه‌سازی ویژه‌ای است. با توجه به تعداد انتخاباتی که وجود دارد، این امر به معنای پوشش دادن به اخبار انتخابات گوناگون است. انتخابات سراسری حداقل هر پنج سال یک بار برگزار می‌شود؛ اعضای شوراها برای یک دوره چهارساله انتخاب می‌شوند؛ انتخابات مجلس اروپا هر پنج سال یک بار برگزار شده، انتخابات میان دوره‌ای ممکن است در هر زمان انجام گیرد.

محدودیت رادیو و تلویزیون در یک دوره انتخابات بیش از

پایان مهلت ثبت نام و اعلام اسامی همه نامزدها
- در آستانه رأی گیری
- روز رأی گیری

سخنان هم ایراد بگیرند و یک نامزد قدرتمند می تواند تسلط خود را بر
تمام آن برنامه اعمال کند.

مبارزه انتخاباتی

به طور کلی رادیوهای محلی BBC و ایستگاه های رادیویی تجاری
برخوردی متفاوت از هم با مبارزات انتخاباتی دارند. ایستگاه های
BBC در مقایسه با ایستگاه های تجاری، زمان بیشتری را به صحبت
اختصاص می دهند و در هنگام مبارزات انتخاباتی از جایگاه بهتری
برای نگرش عمقی به مسائل مطرح شده برخوردارند. همان طور که
پیت ویلی (Pete Wilby) و اندی کانرونی (Andy Conrony) اشاره
می کنند: «بخش عمده برنامه سازی و محتوای برنامه بسیاری از
ایستگاه ها در این دوران، مبتنی بر ذهنیت های شنونده ها و مسئولیت
احزاب سیاسی، وعده ها و چشم اندازهای آینده اعضای احتمالی
شوراها و نماینده های مجلس است. ایستگاه در این هنگام نه فقط
منتشرکننده اخبار، بلکه جایگاهی برای بحث و گفت و گو خواهد
بود.» (۱۹۹۴: ۲۱۹)

امادر حالی که اغلب ایستگاه های تجاری در مقایسه با BBC به
مبارزات انتخاباتی پوشش عمیق و جدی نمی دهند، همه آنها سعی

طبق قوانین نمایندگی مردم، پوشش انتخاباتی در رادیو باید به
این شکل انجام گیرد که یک زمان مساوی بسته به نوع پوششی که
داده می شود- در اختیار هر حزب سیاسی قرار گیرد. زمان متعادل
هنگامی مصداق دارد که نامزدها در مورد موضوعات مربوط به حوزه
انتخابیه خود صحبت می کنند یا به مردم می گویند که چرا باید به یک
نامزد خاص رأی بدهند. در انتخابات ملی درصد زمان اختصاص
یافته به هر حزب بر مبنای آرای کسب شده آن حزب در انتخابات
قبلی، تعیین می شود. مثلاً به سه حزب سیاسی اصلی درصد
مشخصی از زمان اختصاص داده خواهد شد، در حالی که بقیه
نامزدها، مانند نامزدهای مستقل، درصدی از زمان را به صورت
مشترک در اختیار آنها خواهند گرفت. با محاسبه اینکه درصد زمان
سایر برنامه های یک عدد دورقمی است، این زمان معمولاً برای چیزی
بیش از اشاره به نام نامزد یا حزب است که در پایان گزارش ها یا راجع
دادن شنونده ها به وب سایت ایستگاه برای دیدن فهرست کامل
اسامی نامزدها، کفایت نمی کند.

محدودیت رادیو و تلویزیون در یک دوره انتخابات

بیش از محدودیت رسانه های چاپی است. روزنامه ها
می توانند یک نامزد را بر دیگری ترجیح بدهند، برای
احزاب سیاسی خاصی تبلیغ کنند و حتی در روز انتخابات
هم نتایج نظر سنجی ها را منتشر نمایند. اما طبق قوانین
پخش برنامه سال های ۱۹۸۱ و ۱۹۹۰، تلویزیون و رادیو
باید پوشش انتخاباتی منصفانه و متعادل به همه رقبا
بدهند



می کنند با فراهم کردن و ارائه اطلاعات، نقشی در این فرایند
دموکراتیک ایفا کنند. مثلاً، در زمان انتخابات دولت محلی در ماه می
سال ۲۰۰۰، ایستگاه محلی ناتینگهام یعنی (ترنت FM)، طرحی برای
تشویق مردم به استفاده کردن از رأی خودشان داشت. مدیر عامل
ایستگاه - کریس هیوز- می گوید که نتیجه این طرح، افزایش تعداد
رأی ها بود: «داشتن رأی دهنده های آگاه، مهم است، اما فایده چندانی
ندارد مگر آنکه واقعاً رأی بدهند.»

در هر صورت باید در دوره مبارزه انتخاباتی دقت کرد تا مطمئن
شد به همه نامزدهای انتخاباتی به صورتی منصفانه و متعادل
پرداخت شده است. به طور کلی توصیه می شود که تا پایان مهلت
ثبت نام نامزدها، برنامه ای با حضور نامزدها یا با اشاره به آنها پخش
نشود. تنها پس از پایان این مهلت است که با اطمینان درمی یابید دقیقاً

زمان متعادل به این معنایست که در هر گزارش یا بحثی باید نام
همه نامزدها اعلام شود، بلکه بدین معناست که تا روز انتخابات،
ایستگاه ها باید بتوانند نشان دهند که به هر حزب، کل درصد زمان
تعیین شده را اختصاص داده اند و به همه این احزاب برجستگی لازم
در برنامه ها داده شده است. اگر در یک برنامه پرسشونده به یک حزب
اشاره شود، باید به احزاب دیگر هم در برنامه های مشابه در همان
ساعت روز اشاره شود. ایستگاه ها برای نشان دادن این موضوع از
دفاتر ثبت پوشش انتخاباتی استفاده می کنند.

زمان برابر - که دقیقاً به همین معناست - هنگامی مصداق دارد که
در باره سیاست های حزب صحبت می شود. به گفته لیندا گیچ:
«معمولاً ساده ترین راه سازماندهی بهره های زمان مساوی به شکل
یک سلسله برنامه است؛ چون در یک برنامه نامزدها سعی می کنند از



ایستگاه‌هایی که برنامه‌های نتایج انتخابات را پخش می‌کنند، معمولاً برنامه رایک ساعت پس از پایان رأی‌گیری آغاز می‌کنند تا نخستین نتایج شمارش در اوایل برنامه اعلام شود. مجریان این برنامه‌ها باید با هوشیاری کامل عمل کنند تا بتوانند بحث را در استودیو تداوم بخشند، نتایج را به محض رسیدن اعلام کنند و با آماده شدن گزارش‌های زنده به آنها پردازند

مصادق ندارد. همان‌طور که لیندا گیج می‌گوید: «بیچیدگی برقراری تعادل به این معناست که در برنامه‌های تلفنی راه ساده‌تر و امن‌تر آن است که فقط به بحث‌های مربوط به سیاست‌ها پرداخته شود».

(۱۴۵:۱۹۹۹)

طبق قواعد، دوران مبارزه انتخاباتی در آستانه آغاز انتخابات پایان می‌یابد.

بحث‌های مربوط به موضوع انتخابات باید در پایان روز قبل از رأی‌گیری پایان یابند. دارنده مجوز نباید نتایج نظرسنجی‌هایی را که انجام یا سفارش داده است در روز رأی‌گیری، تا پایان مهلت مقرر برای اخذ رأی، منتشر کند. این موضوع یعنی اینکه ایستگاه‌های رادیویی در روز رأی‌گیری فقط می‌توانند به وضع آب و هوا و اینکه شرکت مردم در رأی‌گیری جدی است یا نه، اشاره کنند. محدودیت‌ها در پایان مهلت رأی‌گیری از میان می‌روند.

شمارش آرا: تعداد بسیار اندکی از ایستگاه‌های تجاری به‌طور زنده جریان شمارش آرای انتخابات را پخش می‌کنند، اما اگر انتخابات از اهمیت خاصی برخوردار باشد، ممکن است گزارشگری را برای تهیه

چه کسی در صحنه مانده است و باید او را هم در برنامه‌ها گنجانند. پس از پایان ثبت نام، هیچ نامزدی نمی‌تواند در برنامه‌های مربوط به انتخابات شرکت کند، مگر آنکه سایر نامزدها هم شرکت کنند و به آنها زمان متعادلی داده شود.

برنامه‌های تلفنی درباره انتخابات هم فرصتی برای رأی‌دهنده‌ها فراهم می‌کنند تا با نامزدها تماس مستقیم داشته باشند، اما اجرای آنها باید با دقت و احتیاط همراه باشد. نامزدها حق ندارند در این برنامه‌ها به عنوان تماس‌گیرنده شرکت کنند. هر جا که نامزدی میهمان برنامه‌ای است تا به سؤالات پاسخ بگوید، همه نامزدهای دیگر هم باید حضور داشته باشند یا کتباً اجازه بدهند که آن برنامه بدون حضور آنان اجرا شود. تماس‌های تلفنی با برنامه باید محدود به اظهار نظر درباره نامزدهای حاضر در استودیو باشند تا فوراً به آن اظهار نظرها پاسخ داده شود.

برنامه‌های تلفنی، مانند همه برنامه‌های مربوط به انتخابات، باید به همه نامزدها، زمان متعادل اختصاص دهند، مگر آنکه با موضوع سیاست‌ها سروکار داشته باشند که قاعده زمان متعادل درباره آنها

گزارش زنده یا مصاحبه پس از اعلام نتایج به محل اعزام کنند. پس از شروع شمارش، همه حاضران در محل شمارش باید تا هنگام اعلام نتایج در آن محل باقی بمانند و اگر شمارش مجدد لازم باشد ممکن است این کار ساعت‌ها طول بکشد.

ایستگاه‌هایی که برنامه‌های نتایج انتخابات را پخش می‌کنند، معمولاً برنامه را یک ساعت پس از پایان رأی‌گیری آغاز می‌کنند تا نخستین نتایج شمارش در اوایل برنامه اعلام شود. مجریان این برنامه‌ها باید با هوشتیاری کامل عمل کنند تا بتوانند بحث راداستودیو تداوم بخشند، نتایج را به محض رسیدن اعلام کنند و با آماده شدن گزارش‌های زنده به آنها بپردازند.

شیوه معمول آن است که شمارش آرای چند ناحیه متفاوت در یک محل به صورت متمرکز انجام می‌گیرد. اغلب این محل‌ها - تالارهای شهر یا مراکز بزرگ ورزشی - دارای یک خط ISDN در محل هستند و ارسال گزارش‌های زنده، در مقایسه با گذشته، دشواری و پیچیدگی کمتری دارد. گزارشگرانی که از مراحل شمارش آرا گزارش تهیه می‌کنند باید از زمان پیش از اعلام نتایج برای شناختن همه نامزدها و دستیاران آنها اقدام کنند و پس از اعلام نتایج، مصاحبه با برنده‌ها را ترتیب دهند. اگر لازم باشد نتایج را یک مسئول رسمی اعلام کند، گزارشگران باید مطمئن شوند که میکروفون آنها در زمان و جای مناسبی قرار گرفته است. آنها باید مراقب پیشرفت جریان شمارش آرا هم باشند تا بتوانند به استودیو اعلام کنند که چه موقع باید منتظر اعلام نتایج باشد.

پس از انتخابات

روز بعد از انتخابات، زمانی است که اغلب ایستگاه‌ها به کل این ماجرا اهمیت خاصی می‌دهند. بسیاری از مردم نتیجه نهایی را نمی‌دانند و می‌خواهند هر چه سریع‌تر از آخرین خبرها آگاه شوند. رادیوی محلی در این زمان نقش مهمی دارد؛ زیرا پوشش ملی نمی‌تواند تأثیر نتایج انتخابات رادر همه نواحی کشور توضیح دهد.

اما همان‌طور که ویلی و کائرونی اشاره می‌کنند: «اطلاعات مفصل آماری... زیاد مناسب شنیدن نیستند». و ممکن است شنونده‌ها را از انتخابات خسته کنند. به این دلیل اغلب ایستگاه‌ها خود را

رادیو در زمان واکنش به وقایع

غیرمنتظره به اوج توانایی خود می‌رسد.

رادیو برای آنکه تمامی برنامه‌های خود را در

واکنش به یک بحران تغییر دهد، آن را به

رسانه‌ای تبدیل می‌کند که اغلب مردم،

حداقل در لحظات نخست، به آن روی

می‌آورند

به گزارش اخبار کوتاه و مهم درباره نتیجه کلی، تغییرهای عمده یا برد انتخاباتی بحث‌انگیز محدود می‌کنند، سپس تا زمان انتخابات بعدی نفس راحتی می‌کشند.

وضعیت‌های اضطراری

رادیو در زمان واکنش به وقایع غیرمنتظره به اوج توانایی خود می‌رسد. رادیو برای آنکه تمامی برنامه‌های خود را در واکنش به یک بحران تغییر دهد، آن را به رسانه‌ای تبدیل می‌کند که اغلب مردم، حداقل در لحظات نخست، به آن روی می‌آورند. این واقعه چه مرگ یک سیاستمدار برجسته یا یک عضو خانواده سلطنتی باشد و چه وضعیت‌های اضطراری ناشی از بارش برف یا جاری شدن سیل، رادیو می‌تواند فوراً واکنش نشان داده، اطلاعات را به شنونده‌های خود بدهد.

نمونه برجسته و قابل ذکر در این باره، مربوط به زمان مرگ دایانا (Diana)، شاهزاده خانم ولز در ۳۱ اوت ۱۹۹۷ بود. مرگ او کشور را تکان داد. نه فقط به این دلیل که او وارث تاج و تخت بریتانیا بود، بلکه به این دلیل که او یک زن جوان جذاب و مشهور به فعالیت‌های خیریه و رفتار مهربانانه با زیردستان خود بود. اگر چه او پس از جدا شدن از پرنس چارلز، دیگر رسماً یک عضو خانواده سلطنتی نبود، اما اغلب ایستگاه‌ها برنامه‌هایی اجرا کردند که با آنها بر سرپخش مراسم مرگ یکی از اعضای خانواده سلطنتی توافق شده بود.

در فاصله یک هفته‌ای میان مرگ او در یک سانحه رانندگی در پاریس تا تشییع جنازه او در لندن، امواج رادیویی از اخبار مربوط به این ماجرا اشباع شدند. ایستگاه‌های مبتنی بر موسیقی، فهرست‌های پخش عادی خود را کنار گذاشتند و شروع به پخش موسیقی‌های ملایم‌تر کردند. ایستگاه‌های مبتنی بر صحبت، برنامه‌های عادی خود را لغو کرده، بسیاری از آنها برنامه‌های تلفنی پخش کردند که به مردم امکان ابراز اندوه و بیان خاطرات خود را درباره دایانا می‌دادند. مسائل پشت پرده مرگ او (زندگی خصوصی، رفتار و برخورد خانواده سلطنتی با دایانا و تحریف رسانه‌ای این ماجرا غم‌انگیز) هم مورد بحث و تحلیل قرار گرفتند و کارشناسان حقوقی و روان‌شناسان هم در کنار مردم اظهار نظر کردند.

در آن زمان و پس از آن اتهام‌هایی درباره دایانا مطرح شد و به این دلیل که رسانه‌ها این ماجرا را تشدید کردند، بسیاری از مردم واقعاً از مرگ او ناراحت شدند. رادیو به طور خاص با دخیل کردن مردم در این ماجرا به آنها کمک کرد که برای او سوگواری کنند. کسانی که می‌خواستند، می‌توانستند در برنامه‌های تلفنی شرکت کنند و دیگران هم با دانستن اینکه کسان دیگری هم با آنان در این غم شریکند، آرامش پیدا می‌کردند. با توجه به جزئیات حادثه که در طول این یک هفته روشن شد، رادیو توانست مردم را از آخرین خبرها آگاه کرده، بخش جدیدی از اطلاعات را که در دسترس قرار می‌گرفت با کمک کارشناسان، تحلیل و به پیامدهای آن اشاره کند.

اگر چه مرگ یک شخصیت برجسته حادثه‌ای است که به ندرت

کار کردن روی برنامه های اضطراری ممکن است هیجان انگیز باشد؛ زیرا وضعیت مدام در حال تغییر است و باید اطلاعات جدید را در سریع ترین زمان ممکن به مخاطب رساند. اهمیت آن ندارد که چقدر تحت فشار باشید، باید نهایت دقت را بکنید که مطمئن شوید اطلاعاتی که می دهید درست است

انتظار آن می رود، اما اغلب ایستگاه های یک چارچوب توافق شده برای چنین وضعیتی در صورت بروز آن، دارند. این امر شامل نوع موسیقی قابل پخش و فهرست افرادی است که باید با آنها تماس گرفت. دلیل اینکه رادیو به این خوبی درباره وقایع غیرمنتظره عمل می کند فوری بودن آن است و چون قابل حمل است، می توان در هر مکانی به آن دسترسی پیدا کرد. این ویژگی در جریان بحران سوخت سپتامبر سال ۲۰۰۰ که در آن اعتراض کنندگان راه دسترسی به مخازن سوخت را مسدود کردند و گاراژها در سراسر کشور بدون سوخت ماندند، به خوبی نشان داده شد. بسیاری از ایستگاه های محلی دریافتند که مردم برای گرفتن راهنمایی درباره محل پیدا کردن سوخت به آنها روی آورده اند و پلیس از این ایستگاه های رادیویی برای جلوگیری از ایجاد گره های ترافیکی در اثر صف کشیدن خودروها برای دریافت سوخت، استفاده کرد.

اخبار بدی آب و هواری می توان فوراً از طریق رادیو منتقل کرد و اغلب ایستگاه ها آخرین اخبار را به صورت فوق العاده در هنگام بارش برف شدید یا سیل پخش می کنند تا شنونده ها بدانند کدام راه ها بسته شده اند، کدام مدارس تعطیل هستند و در هنگام نیاز از کجا باید کمک بگیرند. حتی افرادی که به طور عادی به ایستگاه محلی خود گوش نمی دهند، در شرایط اضطراری این کار را خواهند کرد تا اطلاعات مربوط به منطقه خودشان را دریافت کنند.

جین هیل توضیح می دهد: «مردم معمولاً ما را هم یک سرویس اضطراری دیگر تلقی می کنند. من همیشه به فکر ارائه اطلاعات مربوط به خدمات عمومی از طریق برنامه هایمان هستم و وقتی برف می بارد، سیل راه می افتد یا وقتی یک بحران سوخت وجود دارد ما آنجا حاضر خواهیم بود تا هم به مردم اطلاعات بدهیم و هم آنها را سرگرم کنیم. در مناطقی مثل لینکلن که هیچ راه دیگری برای دریافت اطلاعات وجود ندارد، این نکته اهمیت خاصی دارد. این خبرها را از تلویزیون نمی توان دریافت کرد و در تمام منطقه حتی یک روزنامه هم چاپ نمی شود، منابع اطلاعات محلی در این منطقه عبارتند از: رادیو BBC لینکلنشر و Lincs FM. ما این کار را از راه های متفاوتی انجام می دهیم و سرویس هایمان را مکمل یکدیگر تلقی می کنیم.»

کار کردن روی برنامه های اضطراری ممکن است هیجان انگیز باشد؛ زیرا وضعیت مدام در حال تغییر است و باید اطلاعات جدید را در سریع ترین زمان ممکن به مخاطب رساند. اهمیت آن ندارد که چقدر تحت فشار باشید، باید نهایت دقت را بکنید که مطمئن شوید اطلاعاتی که می دهید درست است. اطلاعاتی را که شنونده ها تلفنی می دهند باید پیش از پخش شدن با استفاده از اطلاعات مقامات، بررسی و تأیید کرد. اطلاعات نادرست می تواند وضع را بدتر کند و اگر تردیدی درباره صحت آن وجود دارد، باید آن را کنار گذاشت.

در جریان بحران سوخت سال ۲۰۰۰، رادیوی Red DragonFM در کاردیف (Cardiff) باعث شروع یک موج وحشتناک خرید سوخت شد؛ زیرا مجری برنامه موسیقی - وارن مور (Warren Moore) - و مجری اخبار - استوارت مک تیر (Stuart McTeer) - به شنونده ها گفتند که چندین نفر با آنها تماس گرفته و مدعی شده اند که قرار است امشب یک باردیگر راه دسترسی به مخازن سوخت مسدود شود. این شایعه در سراسر کشور پخش شد و در مدت چند ساعت صف هایی در مقابل پمپ بنزین ها تشکیل شدند. اگر چه در جریان تحقیق توسط مقام مسئول رادیو، ایستگاه از اتهام ایجاد رعب و نگرانی عمومی تبرئه شد، اما مدیر برنامه سازی و تبلیغات آن - مارتین کمپبل - گفت که لازم است از این حادثه درس هایی گرفت. او پس از بررسی متن برنامه گفت: «این مجریان به وضوح اعلام کرده اند که شایعات بی پایه و اساس هستند، اما من می پذیرم که آنها باید با شدت بیشتری در این باره تأکید می کردند». او بر خطرهای کاربرد کلیشه های مانند: «اوضاع ممکن است عوض شود» که مجریان به جای دادن آگاهی کامل از آنچه در حال وقوع است، به کار می بردند تأکید کرد.

مثال های بالا نشان می دهند که رادیو چگونه می تواند بر مخاطبان خود تأثیر بگذارد. رادیو یک رسانه نامرئی است اما نامرئی بودن، به آن معنی نیست که تصاویر را منتقل نمی کند. یکی از مؤثرترین ابزارهای رادیو برای ارتباط با مخاطب آن است که به هر فرد القا می کند که فقط با او - و نه با یک جمع بزرگ - ارتباط دارد. در عمل معنای این سخن آن است که رادیو معمولاً مخاطبان خود را مجموعه هایی از افراد با خصوصیات کم و بیش مشابه تلقی می کند. اما، اغلب ایستگاه های رادیویی در بریتانیا به منظور جذب مخاطب سعی نمی کنند در تصویری که از خود و مخاطبانشان ارائه می کنند، تصویر درستی از جامعه را بازسازی کنند، بلکه از تصاویر کلیشه ای استفاده می کنند که به نادیده گرفته شدن بخش های معینی از جامعه منجر می شود.

منبع:

فلمنینگ، کارول. (زیر چاپ). دستینه رادیو (ترجمه ناصر بلخ). تهران: تحقیق و توسعه صدا (تاریخ انتشار به زبان اصلی ۲۰۰۲)

