

تقدیر بر کتاب

# دنیای بزرگ ژورنالیسم، در رسانه‌های کوچک

■ عنوان: اصول ژورنالیسم در رادیوهای محلی  
■ نویسندگان: پاول چانتر و سیم هریس  
■ مترجم: زهره جنابی  
■ انتشارات: اداره کل پژوهش‌های رادیو  
■ تهران: ۱۳۸۶  
■ ناھید عادلین

## مقدمه

نویسندگان کتاب، پاول چانتر و سیم هریس، هر دو از کارشناسان خبره و با تجربه رادیو و تلویزیون‌اند و در کتاب خود، در وهله اول بر اهمیت بی طرفی و انصاف در حرفه خبرگاری تاکید می‌کنند و شرح می‌دهند که چگونه می‌توان به صنعت رادیو و تلویزیون وارد شد و از چه طریق مهارت‌های لازم را آموخت. کتاب "اصول ژورنالیسم در رادیوهای محلی" توسط اداره کل پژوهش‌های رادیو، در سال ۱۳۸۶ منتشر و توسط زهره جنابی ترجمه شده است.

## مرور فصل‌ها، نقد و بررسی

اکنون به مرور فصل‌ها می‌پردازیم و به طور مختصر به نکاتی در هر فصل اشاره می‌کنیم:

پس از دیباچه، ساختار رادیوهای محلی در انگلستان، اولین موضوعی است که بدان پرداخته شده است. اگر چه بسیار کوتاه و طی تنها پنج صفحه به رادیوهای محلی دولتی و خصوصی و نیز تاریخچه آن‌ها پرداخته شده ولی ذکر آن بیانگر آن است که نویسندگان، مقدمات طرح اطلاعات بعدی را به خوبی در نظر داشته‌اند. چرا که اصول ذکر شده در فصل‌های بعدی کتاب بر مبنای این ساختار، نوشته شده است.

در فصل دوم به طور کلی و عمومی به کار و فعالیت در رادیوهای محلی اختصاص دارد و در چند صفحه کوتاه با ذکر خصوصیات

کتاب "اصول ژورنالیسم در رادیوهای محلی" از اصول حرفه خبرنگاری رادیو، به صورت کلی و نیز مطابق با ساختار رادیوهای انگلستان سخن می‌گوید. به دو دلیل مطالعه آن مفید است؛ امکان مقایسه رادیوهای محلی انگلستان با رادیوهای محلی کشور خودمان را به دست می‌آوریم و نیز از رهگذر دریافت این تفاوت‌ها، به ایده‌های جدیدی دست می‌یابیم که در رادیوهای محلی یا سراسری ایران استفاده نشده است.

این کتاب به زبانی ساده در ۱۵ فصل و ۲۹۳ صفحه، به موضوعات متنوعی در خصوص ژورنالیسم رادیویی با تاکید بر رادیوهای محلی می‌پردازد. تنوع موضوعی کتاب به نحوی منجر به جامع بودن آن شده است. اگر چه اطلاعات اولیه و نکات کلیدی سرفصل‌های مطرح شده را بیان کرده است، اما به طور عمیق به مسائل پرداخته است. البته این نکته از چشم دست‌اندرکاران با تجربه این حرفه پوشیده نیست که جامع‌ترین و کامل‌ترین کتاب‌های آموزشی به‌اندازه تجربه، عمیق نیست و سماجت و پشتکار، اصلی است که در این کتاب نیز مانند بسیاری از کتاب‌های آموزشی ژورنالیسم مورد تاکید است. با این حال احتمالاً زبان ساده و تنوع موضوعی کتاب مذکور باعث شده پس از ویرایش دوم، به کتاب آموزشی برای دانشجویان رسانه‌ها و خبرنگاران جوان انگلستان تبدیل شود.

کتاب: **اصول ژورنالیسم**

شماره ۸  
آبان ۱۳۸۷

معادل ویژه نامه‌های مطبوعاتی‌اند و پتانسیل‌های نهفته در اینگونه رادیوها در کیفیت، تنوع و تجربیات بی نظیر آن‌ها در ادامه ذکر شده است.

دوره‌های دانشگاهی و برنامه‌های آموزشی BBC مورد اشاره در صفحاتی از این کتاب برای برنامه ریزان آموزشی رسانه‌های ایران می‌تواند بسیار مورد توجه باشد. در بازاریابی شغلی به خبرنگاران تازه کار، پشتکار و سماجت، شبکه گسترده ارتباطی، ارسال درخواست همکاری برای رسانه‌ها و حتی چگونگی نوشتن این نامه اشاره شده است.

**فصل سوم، فصل گردآوری خبر است.** ساختار اتاق خبر، اولین چیزی است که توضیح داده می‌شود. توجه به ذکر این فصل و اینکه خبرنگار باید بداند در چه ساختاری کار می‌کند تا بداند چگونه کار کند، نظم منطقی چیدمان مطالب کتاب را نشان می‌دهد. اشاره به مسئولیت‌های سردبیر، مدیر، سردبیری گزارش‌های خبری و وظایف گزارشگر ارشد در راهنمایی گزارشگران تازه کار و نظارت بر کار آنان از نکات مثبت کتاب است که خبرنگار تازه کار را با شرح وظایف هر یک از مشاغل آشنا می‌کند. نکته جالب آنکه قسمتی از مسئولیتی نظارتی سردبیر بر عهده گزارشگران ارشد است که در ایران چنین چیزی وجود ندارد.

مهمترین نکته برای گزارشگران رادیویی، "رادیویی فکر کردن" عنوان شده است. در بخش دیگر این فصل، اتاق‌های خبری تک خبرنگار، که تمامی مراحل تولید و نشر توسط یک یا دو نفر انجام می‌شود و نیز موضوع گزارشگران دو رسانه‌ای - که به منظور مقرون به صرفه بودن برنامه‌ها برای رسانه و گزارشگر - تریب می‌شوند، در زمینه مدیریت رسانه، به طور غیرمستقیم نکات مهمی را به دست‌اندرکاران رسانه یادآوری می‌کند.

بخش دیگری که در خصوص مدیریت رسانه‌ای، ایده‌های جالبی را به دست‌اندرکاران می‌دهد، آشنایی با نمایندگی‌های خبری رادیویی است که بخشی از اخبار ایستگاه‌های رادیویی محلی را تأمین می‌کنند. نکته جالب توجه درباره این آژانس‌های خبری آن است که در برابر اخبار خود پولی دریافت نمی‌کنند. تبلیغات هزینه‌ها را جبران خواهد کرد. بدین معنا که آگهی‌های سراسری فروخته شده از سوی این مرکز، توسط ایستگاه‌های محلی پس از گزارش خبری صبح پخش می‌شود.

**فصل سوم، به صورت کاربردی تر نسبت به دو فصل گذشته به کمک خبرنگاران کم تجربه آمده است.** معرفی منابع خبری، نحوه خبرگیری از آن‌ها و برقراری ارتباط با آن‌ها بخش‌های بسیار کاربردی فصل دوم‌اند.

**فصل چهارم به ما می‌گوید پس از گردآوری اخبار، برای نوشتن آن‌ها چه کنیم.** این فصل با زبانی ساده به ما می‌گوید که چگونه ساده بنویسیم؛ صفحات این بخش از کتاب به راحتی حتی به پژوهشگران

منحصر به فرد رادیو از جمله سرعت و سادگی در ارائه خبر، ایجاد تصویر و مخاطبان فرد به فرد، درکی از رادیو به مشتاقان این حرفه ارائه می‌دهد. مسلماً شناخت رسانه‌ای که در آن مشغول به کار می‌شویم، در نحوه عملکرد ما تأثیرگذار است و این نکته‌ای است که به خوبی به تازه واردان این حرفه یادآوری می‌شود. همچنین نویسندگان به نکته مهمی اشاره می‌کنند، اینکه با ارزش‌ترین مزیت پخش اخبار از رادیوی محلی این است که واقعا حس منطقه‌ای و محلی بودن را به شنوندگان محلی می‌دهد و اینکه غیراز همه دنیا، این منطقه هم مهم است. به این ترتیب به اهمیت اخبار در رادیوهای محلی اشاره می‌کند. با این حال از این موضوع به اختصار می‌گذرد. خبرنگارانی که کسب خبر در حوزه محلی را تجربه کرده‌اند به خوبی مشکلات سوژه‌یابی در چنین حیطه محدودی را می‌دانند. البته در ایران این موضوع برای خبرنگاران مشکل‌تر است زیرا فاقد نمایندگی‌هایی برای پوشش خبرهای محلی هستیم. تشخیص خبر محلی و اینکه به خاطر کمبود سوژه هر اتفاق ساده‌ای را تبدیل به خبر نکنیم و یا درک ذائقه مخاطبان محلی و نیازهای آنان به ذهن تیزبین خبرنگار بستگی دارد. این موضوع در بخش ویژگی‌های یک خبرنگار رادیویی اشاره شده است که صنعت رادیوهای محلی به سوی پیشرفت است و یکی از مهمترین مشکلات مدیران و سردبیران آن‌ها یافتن خبرنگارانی است که از عهده این کار برآیند. این صنعت آنچنان پیش رفته است که دیگر رادیوی محلی سکوی پرتاب به سوی رادیوهایی با گستره انتشار وسیع تر محسوب نمی‌شود.

خواننده‌ای که به دنبال آموختن اصول ژورنالیسم رادیویی است از این کتاب می‌آموزد در چه زمینه‌های دیگری باید بیاموزد. به او گفته می‌شود مهمترین ویژگی شغل خبرنگار رادیویی "اشتیاق و علاقه" است با اینکه می‌تواند حرفه سختی باشد، کارمداوم و سخت برای ساعات طولانی، سرپا ایستادن‌های روزانه، به دنبال تهیه گزارش‌های مردمی و کار در روزهای تعطیل و حتی روز عید، مشکلاتی است که تنها اشتیاق و علاقه فراوان می‌تواند برآن غلبه کند.

برای ورود به حرفه خبرنگاری، شیوه سنتی خاصی ذکر نشده است همچنانکه در ایران نیز چنین است. البته اشاره شده که معمولاً افرادی با تحصیلات عالی، جذب این حرفه می‌شوند ولی در انگلستان، این امر از ضرورت‌های ورود به این حرفه محسوب نمی‌شود.

در ادامه فصل دوم، تعامل میان روزنامه‌های محلی و رادیوهای محلی، راهی برای پیشرفت ذکر شده است. همچنین به تعریف کوتاهی از رادیوهای دانشجویی و بیمارستانی، محتوای اینگونه رادیوها و مزیت کارکردن و پیش‌آموخته شدن در این رادیوهای نه چندان حرفه‌ای، اشاره شده است. نکته جالب اینکه شهرت و اعتبار ایستگاه‌های دانشجویی به خاطر ابتکار عمل و خلاقیت افزایش یافته است. رادیوهای RSL یا رادیوهای خدمات محدود - که تا حدی

به دست‌اندرکاران رسانه ای می گوید که شنوندگان میلند چه گزارش‌هایی را بشنوند. نکته دیگر اینکه اکثر رادیوهای انگلیس که تحت تاثیر ارزش‌های قدیمی خبر رادیوی بی بی سی هستند، برنامه‌های خبری محلی خود را از طریق تلفیق داستان‌های بومی و موسیقی محلی تهیه می کنند.

موضوع دیگر اینکه هر رادیویی بدون توجه به ارزش‌های تعیین شده باید مطابق میل و توجه شنوندگان برنامه تهیه کند و در این باره برای رادیوهای دولتی یا خصوصی تفاوتی نیست. دلیل نویسنده برای ذکر این دستورالعمل این است که "دیگر آن دورانی که مردم با تعطیل کردن تمام فعالیت‌های روزانه خود برای شنیدن خبرهای رادیویی، به دور گیرنده خود می نشستند به سرآمده است. این مردم نیستند که علاقه خود را به خبرهای رادیویی از دست داده‌اند بلکه به طور کلی الگوهای زندگی تغییر کرده است. اکنون زمان آن رسیده که ایستگاه‌های رادیویی برای جلب توجه شنوندگان با هم رقابت کنند."

البته غیر از مسئله جلب توجه به مسئله مصلحت مخاطب نیز تاکید شده است. درجایی که به مسئله سختی و ارتباط گزارشها اشاره می شود، برای انتخاب یک گزارش برای بخش این نکته ذکر می شود: "زندگی شنوندگان به عنوان هدف نهایی فعالیت در بخش خبری در دستور کار است بنابراین یکی از معیارها برای بخش یک گزارش، تاثیر آن بر روی زندگی شنوندگان عنوان شده است." این موضوعی است که اغلب در کلاس‌های آموزشی خبرنگاری در ایران نادیده گرفته می شود.

در کتاب مورد بررسی یادآوری شده است که به دانشجویان در ایستگاه‌های رادیویی، آموزش می دهند که تنها ذکر حقیقت مهم نیست بلکه تاثیرات اقتصادی، اجتماعی و... را هم باید در نظر گرفت و این موضوع در تمرینات دانشجویی مد نظر قرار می گیرد. در انتخاب گزارش خبری در نظر داشتن عنصر دربرگیری به زبانی ساده و بدون ذکر نامی از این عنصر، توضیح داده شده است. در واقع نویسندگان به خوبی از بحث‌های نظری کسل کننده، پرهیز کرده‌اند و یک کتاب کاملا کاربردی با دستورالعمل‌های ساده را نوشته‌اند.

اگر چه بیشتر نکاتی که در کتاب آمده، اصول کلی ژورنالیسم در رادیو است ولی در جای لازم، نکات مهمی نیز در خصوص رعایت برخی موارد که در رادیوهای محلی به کار می آید، در جای خود ذکر شده است. موارد مهم دیگر برای خبرنگار محلی آنکه ذکر اسامی و مکان‌ها را در گزارش خود بگنجانند و اجازه دهد شنونده احساس کند، رادیوی محلی، درباره شهر یا روستای او گزارش پخش می کند. رعایت حقوق شنونده در اینجا هم گوشزد شده است: اگر احساس می کنید به خاطر اعلان اسامی مکان‌ها باید عذر خواهی کنید، پس بی درنگ با ارائه دلیل این کار را انجام دهید.

حوزه رادیو این امکان را می دهد که برای اندازه گیری روان بودن متن رادیویی متری در دست داشته باشند. نویسندگان "اصول ژورنالیسم در رادیوهای محلی"، نوشته رادیویی را مکالمه عادی مکتوب توصیف می کنند. استفاده از زبان مردم، زبان خودمانی، همراه با پرهیز از واژه‌های غیرمؤدبانه و عجولانه، استفاده از کلمات کوتاه به جای کلمات بلند، جملات کوتاه به جای جملات مرکب، رجحان کلمات واقعی بر کلمات انتزاعی، جلب توجه خواننده در ابتدای جملات از نکات کلیدی برای هر نویسنده رادیویی است. خلاصه بیان کردن مطالب و نحوه خلاصه نویسی، معیارهای دیگری است که در این بخش توضیح داده شده است. بیان ماجرا به زبان حال، به حداقل رساندن استفاده از صفات، چگونگی بیان اعداد و توجه به این نکته اساسی که برای گوش شنوندگان جملات را می نویسیم و نه برای چشمان آن‌ها، اساس همه آن چیزی است که راجع به نوشتن رادیویی گفته می شود.

نکته مهمی که در فصل "نویسنده‌گی برای خبر" در خور توجه است این که حدود یک سوم این فصل به مواردی پرداخته شده که رعایت بی طرفی را گوشزد می کند: از جمله پرهیز از توهین، چگونگی بیان مطالب با توجه به اهمیت مطالب و اولویت بندی آن‌ها، نحوه صحیح استناد دادن، به گونه ای که مانع از انحراف ذهنی شنوندگان باشد، پرهیز از اغراق و گزافه گویی و....

در پایان این فصل تنها در یک پاراگراف، یک نکته کلیدی تاکید می شود: در پایان هر جمله ای که می نویسد از خود بپرسد آیا تمام مطالبی که مطرح کرده اید، حقیقت دارد یا خیر؟

**فصل پنجم** به نکاتی در خصوص گزارش‌های خبری اشاره می کند. گزارش‌های خبری، بخش زیادی از برنامه‌های رادیویی را تشکیل می دهند. بنابراین مهم است که چگونه گزارش خبری جذابی تهیه کنیم. نکته مهم اینکه گزارش خبری قبل از اینکه بر روی شخصیت شنونده تاثیر داشته باشد، باید ابتدا توجه او را جلب کند. در اینجا یک مسئله اساسی در مورد جذابیت اشاره شده است. قبل از آن که به فکر تاثیر گزارش و حتی مفید بودن آن برای شنونده باشیم باید به این مهم توجه کنیم که در ابتدای امر، توجه او را به شنیدن گزارش جلب کنیم.

یکی از راه‌های جذاب شدن گزارش، موضوع گزارش نام برده شده است: موضوعاتی از قبیل محیط زیست، اقتصاد، جرم و جنایت، سلامت و بهداشت، آموزش، مسافرت و حمل و نقل، ورزش و سرگرمی، سیاست‌های ملی، سیاست‌های منطقه ای از جمله موضوعات جذاب برای شنوندگان نام برده شده است.

گزارش‌های خبری مورد درخواست شنوندگان بخش اعظم اغلب گزارش‌های خبری در ایستگاه‌های رادیویی خصوصی را تشکیل می دهد. تحقیقات انجام شده در اینگونه رادیوها در انگلستان

پایان این فصل از کتاب، به ذکر نکات اساسی گزارش‌های خبری ختم می‌شود؛ رعایت بی‌طرفی با تأکید بر اطمینان یافتن از صحت و درستی مطالب، مورد تأکید قرار می‌گیرد و اینکه توجیهات قانونی، بیان صحنه جنایت‌های هولناک یا مواردی که باعث هیجان‌های منفی در شنوندگان می‌شود را تلطیف می‌کند.

نویسندگان با تأکید بر لزوم رعایت توازن و تناسب بین انتقاد کنندگان و انتقاد شونده‌ها، مجدداً بر اصل بی‌طرفی تأکید می‌کنند. به خصوص که با عنوان جداگانه‌ای در این فصل دوباره یادآوری می‌شوند که گزارشگر به هیچ وجه حق اظهار نظر ندارد. بدین ترتیب دستورالعمل‌های کاربردی در خصوص رعایت بی‌طرفی ارائه می‌دهد و از ذکر عنوان کلی رعایت بی‌طرفی که ممکن است بسیار ابهام‌برانگیز باشد، صرف نظر شده است.

در بخش "پرداختن به جزئیات" دستور العمل این است که از پرداختن به جزئیاتی مثل سابقه خبر پرهیز شود، چرا که در رادیو کمتر از یک دقیقه برای ارائه یک گزارش خبری فرصت داریم و باید فاصله‌های بین هر خبر را نیز در نظر بگیریم بنابراین به اصل مطلب و ذکر جزئیاتی درباره آن می‌پردازیم در یک مقاله بلند روزنامه‌ای برای ذکر چنین جزئیاتی فرصت وجود دارد ولی در رادیو چنین نیست. نویسندگان گاه از مقایسه بین مطبوعات و تلویزیون با رادیو، مثال‌های روشن کننده‌ای را ارائه می‌دهند.

"خبر را چگونه بگوییم" سوالی است که در فصل ششم به آن پاسخ داده شده است. در واقع این فصل کتاب به گویندگی خبر می‌پردازد و می‌گوید: برای گویندگان خبر، مرور خبر و درک آن، علاقه، بررسی نکات مبهم قبل از خواندن خبر، پرهیز از اشتباه خوانی به خصوص درباره اسامی مناطق محلی، نفس‌گیری به موقع گوینده و پرهیز از نامتعادل بودن سطح صدا و کم و زیاد کردن ناگهانی آن از نکات و اصول حرفه‌ای کار است.

رعایت فضای متناسب با گزارش، تناسب سرعت و بلندی صدا با خبری که خوانده می‌شود، چگونگی تصحیح اشتباه و چگونگی بیان نقل قول‌ها از دیگر نکات کوچک ولی مهم گویندگی خبر است. بخش هفتم کتاب "اصول ژورنالیسم در رادیوهای محلی" نکاتی درباره ابزار کار و اصطلاحات فنی ارائه می‌دهد. توضیحاتی درباره ضبط دیجیتال و آنالوگ، تدوین صوتی، اتاق‌های خبر رایانه‌ای، استودیوها و ابزار مربوط به آن، انواع میکروفون‌ها و نکاتی درباره کیفیت صدا از جمله موارد کاربردی هستند و برای هر کس که در رادیو به برنامه‌سازی می‌پردازد، مفید است.

اما مصاحبه در رادیو اگرچه از اصول کلی مصاحبه‌های ژورنالیستی تبعیت می‌کند اما با توجه به خصوصیات رادیو مصاحبه در این رسانه ویژگی‌هایی را می‌طلبد که در فصل هشتم این کتاب می‌توانیم راجع به آن بخوانیم. هدف از انجام مصاحبه در رادیو، تبیین

و توصیف گزارش خبری، بسط توضیح یا توصیف یک رویداد، اعتبار بخشیدن به گزارش خبری، پی‌گیری و بررسی یک حادثه، اعطای حق پاسخگویی، القای احساسات و ترسیم فضای حادثه، از جمله این موارد است.

انواع مصاحبه‌های رادیویی با توجه به اهداف بالا دسته‌بندی و توضیح داده شده است. مصاحبه‌های خبری-اطلاعاتی، تفسیری و احساسی - هیجانی. نویسنده در مورد مصاحبه‌های خبری-اطلاعاتی با تأکید بر پرسش راجع به عناصر خبری، خبرنگار را از پرسیدن سوالات کلی و در نتیجه دریافت جواب‌های کلی و کوتاه برحذر داشته است.

مصاحبه‌های تفسیری این تفاوت اساسی را دارند که هدف آن‌ها تفسیر اطلاعاتی است که همه درباره آن می‌دانند. در این مصاحبه‌ها توصیه شده است، سوالاتی با عنصر چه و چگونه پرسیده شود. مصاحبه‌های هیجانی-احساسی یکی از نیرنگ‌آمیزترین و ماهرانه‌ترین انواع مصاحبه‌ها نام برده شده چرا که در یک چنین مصاحبه‌ای تمامی رنگ‌ها و تجربیات احساسی انسان مطرح می‌شود. هیجان ورزشکار پیروز، عصبانیت مردی که مورد حمله قرار گرفته در چنین مصاحبه‌ای آشکار است. نکته جالب در این گزارش‌ها به این است که گاهی چند لحظه سکوت گوینده از بیان هر کلام دیگری است زیرا مطرح کردن موضوع بحث، ممکن است موجب ایجاد وقفه و به هم ریختن تمرکز فرد در میانه این پریشانی روحی شود. بنابراین در اینجا خبرنگاران از گفتار نابه‌جا و بیش از اندازه منع شده‌اند تا باعث افزودن غم و رنج کسانی که دچار حادثه شده‌اند، نباشند. بنابراین ملاحظه می‌شود، در این کتاب علاوه بر حقوق شنوندگان، حقوق مصاحبه‌شوندگان نیز به نحوی گوشزد شده است.

تدارک مقدمات مصاحبه، تمهید مکان مناسبی برای مصاحبه برای جلوگیری از ضبط صداهای نابه‌جا، پرهیز از افکت گذاری و صداهای زمینه مصنوعی، بر روی مصاحبه‌های عینی و واقعی، استفاده از صدای پس‌زمینه موجود در گزارش برای پیوند چند بخش گزارشی از جمله نکات کاربردی بسیار مفیدی است که حتی گاه، خبرنگاران با سابقه رادیو به کار نمی‌برند.

در ادامه بخش مصاحبه نکات ابتدایی و البته بسیار مهم و اساسی گوشزد شده‌اند، مثل اینکه: میکروفون را نزدیک بینی مصاحبه‌شونده نگیرید چون ممکن است باعث اضطراب او شوید بهترین جا نزدیک چانه فرد است. مراقب ضبط صداهایی مثل ضربه انگلستان دست مصاحبه‌شونده به میز باشید. اگر مضطرب است سعی کنید با کلماتی مودبانه او را آرام کنید.

همچنین بر شیوه طرح سوال بسیار تأکید شده است چرا که در رادیو آنچه ضبط می‌شود مورد استفاده قرار می‌گیرد، در یک رسانه نوشتاری، خبرنگار می‌تواند جملات را به نحوی تغییر دهد



که اشتباهات خود را ببوشاند ولی صدای ضبط شده تا حدودی امکان اصلاح دارد. تماس چشمان و حفظ ارتباط بصری با مصاحبه شونده، گوش کردن دقیق به پاسخ‌ها از جمله نکات اولیه و مهم برای هر مصاحبه کننده ای است.

مدت زمان مصاحبه ۱۵ دقیقه ای برای اینکه یک گزینه ۴۰ ثانیه ای از آن تهیه کنیم بسیار زیاد است. این موضوعی است که بسیاری از خبرنگاران تازه کار به امید یافتن گزینه‌های صوتی بهتر فراموش می کنند. ولی ممکن است در زمان ویرایش فایل صوتی آنقدر زمان بگذارند که حتی گزینه‌های صوتی مناسب را به خاطر خستگی مفرط از دست بدهند.

در مورد مصاحبه‌های زنده نیز توصیه‌های بسیار مفیدی مطرح شده است مثل اینکه کار را خیلی سریع آغاز کنید و اجازه ندهید که پاسخ هر سوال طولانی شود. عنصر زمان چیزی است که نویسندگان کتاب مورد در تولید هر بخش برنامه اعم از گزارش یا مصاحبه، مکررا یادآوری می کنند.

مصاحبه‌های افکار عمومی و کنفرانس‌های خبری، بخش‌های دیگری است که در این فصل مورد توجه قرار گرفته است.

اگر چه در فصل پنجم کتاب درباره اینکه گزارش خبری باید چگونه باشد صحبت شده است در فصل نهم به گزارشگری رادیو و اینکه چه اقدامات و تمهیداتی را باید در نظر بگیرد و چگونه برخورد کند بحث شده، به نظر می رسد، ادغام این دو فصل اطلاعات مفید تری در صفحات کمتری به خواننده ارائه می شد.

**فصل دهم** به مدیریت بخش خبر می پردازد و وظایف و مسئولیت‌های متصدیان بخش خبر را گوشزد می کند. جنبه‌های قانونی و حقوقی در فصل یازدهم و نحوه دفاعیه بر ضد ایراد افترا گوشزد شده است و در فصل دوازدهم به بخش دیگری از مدیریت در بخش خبری یعنی مدیریت اتاق‌های خبر اشاره شده است.

معرفی اتاق‌های خبر کوچک و شرایط خاص آنان، موضوع تهیه برنامه‌های خاص رادیویی مانند خلاصه خبرها و نقد و نظر نویسندگان درباره آینده اخبار رادیویی، سه فصل پایانی کتاب را در بر می گیرد.

### سخن پایانی

مرور فصل‌های کتاب بیانگر جامعیت آن از نظر تنوع موضوع و سرفصل‌های مورد نیاز یک خبرنگار رادیویی است، چرا که نویسندگان ابتدایی ترین موضوعات از جمله شرح وظایف هر یک از کارکنان اتاق خبر رادیو تا بحث‌های مدیریت اتاق خبر را در نظر داشته‌اند و با چیدمانی منطقی به بیان تجربیات خود پرداخته‌اند. اگرچه کتاب مورد

بررسی بر مبنای نامش، این تصور را به جود می آورد که به طور اختصاصی به ژورنالیسم رادیوهای محلی اشاره می کند ولی نکات ذکر شده در کتاب که البته برای خبرنگاران تازه وارد به رادیو بسیار کاربردی است، اصول ژورنالیسم در هر رادیویی را شامل می شود.

از نکات بسیار مفید این کتاب علاوه بر تاکید به رعایت اصول خبرنگاری، رعایت اصل بی طرفی با بیان مصادیق‌ها و جملاتی کاملا عینی است.

اگرچه تنوع موضوعی کتاب و ترتیب فصل‌ها به خوبی انتخاب شده است ولی در محتوای هر فصل کمی پراکندگی و تکرار مطالب دیده می شود.

با وجود غلط‌های تایپی بسیاری که در کتاب وجود دارد، محتوای کتاب بسیار ارزشمند و کاربردی است هرچند براساس فرهنگ ژورنالیسم در انگلستان و مطابق ساختارهای رادیوهای انگلستان نگارش شده است، ولی مطالعه آن برای برنامه سازان رادیویی مغتنم است به ویژه برای پیشکسوتان و اساتید رادیو در ایران که برای مکتوب کردن تجربیات خود بهای کمی قائل هستند، حاوی این پیام است که جای چنین کتاب‌های آموزشی مطابق با ساختار رادیو در ایران خالی است.

vox pop ها: مصاحبه‌هایی که نظر مردم عادی را درباره موضوعی جویا می شود.