

پخش اخبار از رادیو



● هاوسمن، ادنیل و بیوت
ترجمه دکتر ناصر بلیغ

شاید از نظر شخصی ارضاکنده ترین حوزه در فعالیت پخش برنامه، بخش اخبار باشد. اخبار در میان تخصصهای پخش و اجرای برنامه برجسته ترین است، زیرا شغلی متمایز با معیارهای حرفه‌ای، اصول عملیاتی و اخلاقیات خاص خودش است.

تعداد بسیار اندکی از کارکنان بخش خبر فقط برای خواندن اخبار به صورت زنده استخدام شده‌اند. بخش عمده‌ای از وظایف روزمره کارکنان بخش خبر مربوط به آماده‌سازی اخبار است. گوینده اخبار باید قادر به جمع‌آوری، نوشتن و تولید برخی از عناصر سمعی یا بصری تشکیل‌دهنده پخش خبر، باشد. حتی آن چند فرد محدود در بالاترین رده بخش اخبار هم در گردآوری عناصر پخش خبر کمی دخالت دارند و آن افراد به این دلیل به بالاترین نقطه این هرم رسیده‌اند که ژورنالیستهای زیردستی بوده و در آن سلسله مراتب ترقی کرده‌اند.

ژورنالیسم رادیو و تلویزیونی، فرصتهای سودآوری را در اختیار گویندگان ماهر و با استعداد خبر قرار می‌دهد. در تلویزیون، اخبار بزرگ‌ترین فرصتها را برای ورود به این رسانه در دسترس افراد می‌گذارد. برای موفقیت در این حوزه تخصصی، توصیه می‌شود مطالعه و آموزش در زمینه ژورنالیسم، رادیو و تلویزیون و یا مطبوعات را جزو مقدمات کارتان قرار دهید. داشتن اطلاعات کافی در سایر حوزه‌های آکادمیک؛ مانند: اقتصاد، علوم سیاسی، زبان انگلیسی، زبانهای خارجی و جامعه‌شناسی هم مهم است.



پخش اخبار

به طور کلی، یک ژورنالیست در محیط رادیو و تلویزیون، ملزم به تعهدات و تحت فشارهایی مشابه یک ژورنالیست مطبوعاتی است. مسئولیت صحت و کامل بودن خبر در رادیو و تلویزیون کمتر از روزنامه نیست، اما خبر رادیو و تلویزیون به دلیل فوری بودن اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. رادیو و تلویزیون (مخصوصاً رادیو)، رسانه‌ای است که بالاترین قابلیت را برای واکنش فوری نسبت به رویداد اخبار دارد. به علاوه، تأثیر اخبار رادیو و تلویزیونی را معمولاً پیش از اخبار مطبوعات تلقی می‌کنند. این تأثیر در جریان پوشش وسیع خبری جنگ در خلیج فارس بهتر درک شد. فوریت پخش زنده خبرهای مربوط به وقوع حوادثی که پیش چشم ما روی می‌دهند، توانایی تلویزیون برای انتقال مفهوم موثریون سلاحهای پیشرفته، تنها دو عنصر از این پوشش خبری بودند که مطبوعات نمی‌توانند آن را انجام دهند. تلویزیون، با کمک ارتباطهای ماهواره‌ای، به مردم این امکان را داد که در کشور خود این جنگ را به شیوه‌هایی تجربه کنند که پیش از این هرگز ممکن نبوده است. در واقع، شاید از بسیاری جهات، بینندگان تلویزیون مفهوم دقیق‌تری از آنچه که در هر مقطع از این جنگ می‌گذشت، داشتند تا بسیاری از کسانی عملاً در صحنه نبرد در منطقه جنگی حضور پیدا کرده بودند. حتی وزیر دفاع ایالات متحده، زمانی به این نکته اشاره کرد که اطلاعات مربوط به بمبارانهای اولیه بغداد را از طریق CNN دریافت می‌کرد.

علاوه بر رادیو و تلویزیون چیزی مانند نمایش تلقی می‌شود و بسیاری از چنین انتقادهایی قابل توجیه است؛ مثلاً، روند حرکت به سوی برنامه‌های خبری

«شاد» در دهه ۱۹۷۰، در حد افراطی خود، برخی نتایج احمقانه را به دنبال داشت. قدرت جذب مخاطب در برنامه‌های خبری رادیو و تلویزیون جای بحث ندارد. هیچ یک از ایستگاههای خصوصی نمی‌توانند ملاحظات مربوط به مخاطبان را در تهیه برنامه‌های خبری نادیده

تقریباً همه افرادی که برنامه‌های زنده خبری اجرا می‌کنند باید بتوانند خوب بگویند.

بگیرند، اما این اتهام که خبر رادیو و تلویزیونی، «نمایش محض» است، اتهام درستی نیست و منبع ایجاد بخش عمده‌ای از این مفهوم (منتقدان مطبوعاتی) را باید تشخیص داد. منابع خبری مطبوعات هم از شیوه‌های جلب مخاطب بی‌نیاز نیستند. روزنامه‌ها هم که توجه زیادی به گرافیک، کار هنری و خوانندگی بودن مطالب خود کرده‌اند، نشانه‌هایی از آگاهی نسبت به نقش «سرگرمی» در خود دارند.

یک نگاه معمولی به وضعیت ژورنالیسم خبری رادیو و تلویزیونی در آمریکا نشان می‌دهد که گرچه نمایش نقشی انکارناپذیر ایفا می‌کند، اما در هر سطح از این حرفه، کیفیت، توأم با نوآوری وجود دارد.

ساختارها و محتوا

ساختارهای خبر رادیو و تلویزیون را به چند دسته گسترده دارای همپوشانی می‌توان تقسیم کرد (آنها را در اینجا بیان کرده‌ایم تا دیدی کلی در مورد کارکردهای خبر به شما بدهیم نه آنکه

یک فهرست قطعی عرضه کنیم):

پخش خبر

در ساده‌ترین شکل خود چیزی بیش از با صدای بلند خواندن اخبار نیست. در شکل طولانی‌تر، مثلاً خبر تلویزیونی، بخش خبر مخلوطی از اخبار تازه و مطالب ثابت است. در اصل، پخش خبر یک گردآوری برنامه‌ریزی شده و ساختار یافته خبر است که در برگزیده برخی از اشکال زیر است:

گزارش

یک عنصر برنامه‌های خبری، یعنی گزارش، با موضوع خبری واحدی سروکار دارد. گزارش، شکل‌های مختلفی دارد؛ مانند: گزارش کلامی در رادیو، که در آن گزارشگر حدود یک دقیقه در مورد یک عنوان خبری صحبت می‌کند. گزارش کلامی با ذکر نام گزارشگر و موسسه متبوع وی به پایان می‌رسد؛ مثلاً «فرانک لومباردو هستم و برای WAAA گزارش می‌کنم». گزارش رادیویی را می‌توان گسترش داد تا شامل یک واقعه، بخشی از یک مصاحبه یا هر مطلب دیگری باشد که به یک خبرساز یا واقعه خبری ربط دارد. گنجاندن گزارش یک واقعه در یک گزارش کلامی منجر به تولید گزارش-خبر، می‌شود. این محصول ممکن است شامل ۱۰ ثانیه خواندن خبری توسط گزارشگر، ۲۰ ثانیه ادامه خبر و بخش پایانی گزارش باشد. گزارش وقایع بدون کلام در ابتدا و انتهای آن اغلب در برنامه‌های خبری استفاده می‌شود. گهگاه گزارش تهیه شده به این شکل فقط توسط گوینده خبر معرفی می‌شود.

به نمونه تلویزیونی یک گزارش کلامی اغلب تحت عنوان گزارش سرپایی (Stand-up) اشاره می‌شود.

ساختار یک قطعه گزارش-خبر رادیویی، هنگامی که با استفاده از تلویزیون اجرا شود، معمولاً یک «پکیج» (Package) نامیده می‌شود.

مصاحبه

تبادل اطلاعات و افکار اغلب مهم‌ترین بخش در تمامی یک برنامه خبری، است. هنگامی که بخشهایی از یک مصاحبه در یک گزارش یا برنامه خبری استفاده می‌شوند، تبدیل به وقایع می‌شوند.

مستند

مستند یک قطعه نسبتاً طولانی است که به سبک نمایشی اجرا می‌شود. عموماً، یک مستند بر یک موضوع متمرکز می‌شود و یک خط موضوعی دارد. یک مستند معمولاً به یک نتیجه می‌رسد و به آن اشاره می‌کند. «مستند» در شکل ساده خود با «مستند نمایشی» که بازسازی نمایشی یک حادثه واقعی است و در آن هنرپیشه‌ها در نقش آدمهای واقعی از روی متن مبتنی بر مشاهدات عینی و وقایع ثبت شده کار خود را انجام می‌دهند، وجوه تمایز روشنی دارد. خبر سخت در مقابل خبر نرم

خبر سخت عموماً با وقایع ناگهانی و حوادث جاری سروکار دارد که به علت تاثیر فوری بر شنوندگان و بینندگان از ارزش خبری برخوردارند. خبر نرم که گاهی خبر معمولی هم نامیده می‌شود، لزوماً با یک عنصر زمانی یا خبر دارای تاثیر فوری پیوند ندارد؛ مثلاً، ماجرای یک آتش‌سوزی در حال پیشرفت خبر سخت است. در حالی که گزارش بعدی مربوط به زندگی مردمی که به واسطه آتش‌سوزی بی‌خانمان شده‌اند در دسته اخبار نرم جای می‌گیرد.

در بسیاری از ماجراها، خبر سخت و نرم با هم وجود دارند. یک گزارش تحقیقی در مورد نفوذ جنایت سازمان‌یافته

در اداره شهر ممکن است باعث افزایش اخبار سخت، یا مطالبی شود که تبدیل به اخبار سخت می‌شود.

شرایط و وظایف ژورنالیست

ژورنالیسم رادیویی، مستلزم توانیها و استعدادهای تخصصی متعددی است. غیر از شرایط استاندارد برای سایر مشاغل رادیو

برای اغلب مشاغل مجریگری،

باید دانش ژورنالیستی و

توانایی ایجاد ارتباط و

قانع کردن مخاطب،

عامل تعیین‌کننده در استخدام

افراد باشد و داشتن زیبایی

چهره و خوش صدا بودن کافی

نیست.

و تلویزیونی، ویژگیهای زیر مفید و در بعضی موارد ضروری‌اند:

گسترده‌گی آموخته‌ها

دانستن نکات مختلف در مورد طیف وسیعی از موضوعات امتیاز بزرگی برای یک ژورنالیست رادیو است. تلفظ صحیح کلمات و نامها عمدتاً حاصل دریافت آموزشهای رسمی و غیررسمی است. داشتن آگاهی از وقایع جهانی نیز مهم است، زیرا نمی‌توان بدون فهم و درک زمینه حوادث در مورد آنها گزارش تهیه کرد.

مهارت در نوشتن

تقریباً همه افرادی که برنامه‌های زنده خبری اجرا می‌کنند باید بتوانند خوب بنویسند. این نکته را هم به خاطر داشته باشید که صاحبان جایگاههایی که کارشان فقط خواندن است، عموماً از طریق حضور در جایگاههای خبری مستلزم کاربرد

مهارتهای نوشتاری، به این جایگاه رسیده‌اند. شما باید توانایی نوشتن برای شنیده شدن به سبک رادیو را کسب کنید.

مهارت در صحبت کردن

توانایی از حفظ سخن گفتن اهمیت ویژه‌ای در گزارشهای کلامی‌ای دارد که در رادیو و تلویزیونهای مدرن، غالباً به صورت زنده روی آنتن می‌روند. وجود ابزارهای قابل کنترل از راه دور بدین معنی است که قطعات خبری بیشتری به صورت زنده از محل وقوع تهیه می‌شوند و با پیشرفت تکنولوژیهای پخش برنامه تردیدی وجود ندارد که مهارت از حفظ سخن گفتن در ژورنالیسم رادیو و تلویزیون به تدریج اهمیت بیشتری خواهد داشت.

مهارت در روابط بین فردی

کارکنان بخش گردآوری اخبار باید گهگاه، با توجه به موقعیت، از شیوه‌های چون تحریک، تمجید و تحسین منابع خبری برای کسب خبر استفاده کنند. توانایی استخراج خبر، مستلزم تقویت مهارت در روابط بین فردی است. این احتمال هم وجود دارد که با موقعیتهای دشواری در ایجاد رابطه با منابع خبری برخورد کنید و اغلب باید حساسیت زیادی در مورد احساسات کسی که دچار آشفتگی عاطفی است، از خود نشان بدهید.

شم خبری

تعداد اندکی از ما با این شم خبری متولد می‌شوند. اما کسی که فاقد آن است نمی‌تواند تعیین کند که چه چیز خبر است و چه چیز خبر نیست، و از عهده ارزیابی اهمیت نسبی ماجراها برنمی‌آید. یک ژورنالیست این توانایی را عمدتاً از طریق تجربه و دریافت راهنمایی از حرفه‌ایهای دیگر در این زمینه، کسب می‌کند.

سبک ارائه خبر و تاثیر آن

سبک در خبر رادیو و تلویزیونی، به مفهوم کلی، مربوط به شیوه ارائه خبر



است. از دیدگاه یک مجری، نتیجه مطلوب یک سبک خاص جلب توجه به خود خبر است، نه گوینده اخبار. مجریان استثنایی برنامه‌های خبری معمولاً از احترام خاصی برخوردارند، زیرا آنها خبر را برای شنونده یا بیننده مفهوم، هیجان‌انگیز و فوری می‌کنند. اما آنچه در میان مردم رایج است ما را وامی دارد که باور کنیم نوعاً مجری خبر فقط به دلیل زیبایی چهره یا خوش صدا بودن انتخاب شده است. رنگی از حقیقت در این گفته وجود دارد، اما برای اغلب مشاغل مجریگری دانش ژورنالیستی و توانایی ایجاد ارتباط و قانع کردن مخاطب عامل تعیین‌کننده در استخدام افراد است.

عواملی که به ژورنالیست رادیو و تلویزیونی توانایی برقراری ارتباط و قانع کردن مخاطب را می‌دهند، عبارتند از: باورکردنی بودن، انرژی و تسلط بر کار. باورکردنی بودن

یک مجری خبر با سبکی باورکردنی می‌تواند بدون بدون حالت تصنعی با مخاطب ارتباط برقرار کند و در او نسبت به حقیقی بودن آنچه می‌گوید اعتماد به وجود آورد. باورکردنی بودن به واسطه صحبت صریح عاری از الگوهای تصنعی و با آگاهی از اخبار و وقایع جاری، تقویت می‌شود.

تسلط بر کار

عنصر تسلط بر کار - که شکل دیگری از باورکردنی بودن است - مخاطب را قانع می‌کند که گوینده خبری می‌داند در چه مورد صحبت می‌کند. بینندگان و شنوندگان تقریباً همیشه متوجه تفاوت میان یک گزارشگر واقعی و کسی که فقط خبر را می‌خواند می‌شوند.

مجریان رادیو و تلویزیون به دلیل ماهیت شغلی‌شان باید از دیگر مجریان متمایز باشند و سبک ارائه برای گویندگان

خبر به اندازه سایر مجریان رادیو و تلویزیون مهم است. سبک - که مشتمل بر عناصر باورکردنی بودن، انرژی، تسلط بر کار و ویژگیهای گوناگون شخصیتی و سایر عناصر است - یک عامل عمده در موفقیت بسیاری از ژورنالیست‌هاست.

همان‌طور که مثالهای پیشین نشان می‌دهند، یک منتقل‌کننده کارآمد خبر، باید چیزی فراتر از یک خواننده صرف متن خبر باشد. بخش مهمی از ژورنالیسم

هنگام نوشتن متن خبر آن را

با صدای بلند بخوانید. این

کاری است که اغلب

ژورنالیست‌ها به صورت خودکار

انجام می‌دهند. این کار به

شما کمک می‌کند به سبکی

بنویسید که خواندن آن

ساده است.

رادیو و تلویزیونی نقشی است که مجری به عنوان تفسیرکننده ایفا می‌کند. از طرف دیگر، انرژی، باورکردنی بودن و تسلط برکاری است که مجری خبر به متن خبری که می‌خواند، منتقل می‌کند.

یک هشدار

شکل‌گیری سبک شما نباید تأثیری بر محتوا بگذارد. هرگز اجازه ندهید سبک، موجب تحریف واقعیتها شود.

مبانی خبرنگاری

خبرنویسی عرصه‌ای پیچیده است و قفسه‌های پر از کتاب به آن اختصاص یافته است. این مقدمه برخی از مبانی خبرنگاری را توصیف می‌کند که مخصوصاً برای مجری برنامه‌های خبری

مفیدند.

چرا خبرنگاری برای مجریان مهم است؟ اولاً، برای موفقیت، شما باید توانایی نوشتن داشته باشید. ثانیاً، در نحوه شکل‌گیری و تحول یک ماجرای خبری توانایی شما را برای انتقال وقایع و اندیشه‌ها به دیگران بسیار زیادتر می‌کند.

اجازه دهید یک ماجرای خبری رادیویی را از آغاز تا پایان دنبال کنیم. یک گزارشگر رادیو از پلیس و ردیاب آتش می‌شوند که انبار بزرگی از لوازم خانگی دچار آتش‌سوزی شده است. او فوراً به آتش‌نشانی زنگ می‌زند و مطمئن می‌شود آن محل واقعا دچار آتش‌سوزی شده است. نام فرد اطلاع‌دهنده را می‌فهمد، اجازه ضبط آن مکالمه را می‌گیرد و اطلاعات مربوط به آن را جمع‌آوری می‌کند:

□ الان چه اتفاقی افتاده است؟

○ دو مورد تلفن هشدار داشته‌ایم. تلفن اول ساعت ۱۰:۴۷ بود و ما اولین واحدها را اعزام کردیم. وقتی معاون از راه رسید، دریافت که ما به یک واحد دیگر هم احتیاج داریم، بنابراین واحد دوم هم اعزام شد.

□ آیا کسی صدمه دیده است؟

○ تا جایی که می‌دانیم نه، اما آتش‌نشانان، گروه امداد هم اکنون در حال جستجوی ساختمان هستند.

□ آیا مطمئن هستید که هنوز کسی

درون ساختمان است؟

○ نه، مدیر ساختمان می‌گوید همه کارکنان حاضرند، ولی ما طبق روال باید همه جا را بررسی کنیم.

□ آیا می‌توانید بگویید آتش تا چه حد

گسترش یافته است؟

○ طبق آخرین گزارش، ۵۰ درصد ساختمان در آتش فرو رفته است. من همین الان با معاون ایستگاه درصحنه

حادثه گفتگو کردم و او فکر می کند که ممکن است سقف فرو بریزد، بنابراین آتش نشانیهای داخل ساختمان مجبورند خیلی زود از آن خارج شوند.

□ آیا خطری برای ساختمانهای دیگر هم وجود دارد؟

○ بعید است، زیرا باد زیادی نمی وزد و هیچ ساختمانی به انبار متصل نیست.

□ آیا می دانید عامل حریق چه بوده است؟

○ نه، تا الان چیزی نمی دانم. گوش بده، من باید فوراً بروم چون یک اعلام خطر دیگر داریم. پانزده دقیقه دیگر به من زنگ بزن تا اطلاعات بیشتری در اختیارت قرار دهم.

گزارشگر با استفاده از این اطلاعات می تواند یک خبر بسازد. بله، این خبر ناقص است، اما تنها چیزی است که فعلاً در اختیار گزارشگر است و او باید همین خبر را تا چند دقیقه دیگر روی آنتن بفرستد.

نخستین گام نوشتن مقدمه (Lead)، یعنی اولین جمله خبر است. دو گروه اصلی مقدمه ها در نوشتار رادیو عبارتند از: نوع سخت و نوع نرم. اما انواع دیگری هم وجود دارد. یک مقدمه سخت به معنای عرضه صریح و مستقیم اطلاعات است، یعنی عوامل اصلی در یک ماجرای خبرساز. مقدمه نرم شیوه ای ملایم تر دارد و برای برانگیختن توجه مخاطب طراحی شده است.

برای یک خبر آتش سوزی (نمونه ای فوری از خبری ناگهانی) باید مقدمه سخت به کار برد:

«یک آتش سوزی گسترده در انبار لوازم خانگی هافمن در شماره ۵۱۱ غرب خیابان کلیتون روی داده است.»

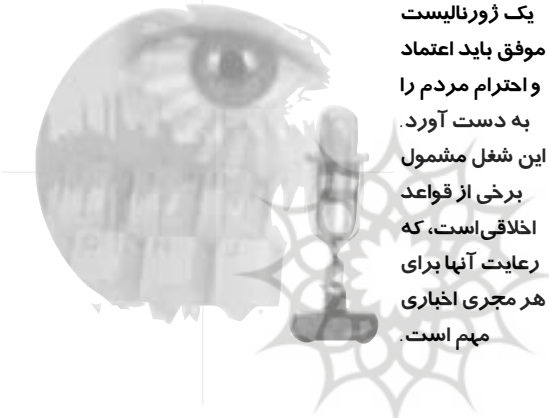
جمله مقدمه در خبر رادیو و تلویزیونی معمولاً کوتاه تر از مقدمه یک مقاله در

روزنامه است، زیرا خبر رادیو و تلویزیونی برای یک شنونده، نوشته شده است. اگر «چه کسی، چه چیزی، کجا، چه وقت و چرا» همه در جمله اول آمده باشند، درک آن برای شنونده دشوار خواهد بود. یک مقدمه خیر در روزنامه ممکن است چنین شکلی داشته باشد:

«استانیلی جی. کوزینسکی» رئیس آتش نشانی منطقه، به خبرنگار ما گفت:

یک ژورنالیست موفق باید اعتماد و احترام مردم را به دست آورد. این شغل مشمول برخی از قواعد اخلاقی است، که رعایت آنها برای هر مجری اخباری مهم است.

کوتاه و تکان دهنده را تشکیل می دهد: «یک آتش سوزی گسترده در انبار لوازم خانگی هافمن در شماره ۵۱۱ غرب خیابان کلیتون روی داده است. گزارشی از تلفات نرسیده است. طبق گزارش همه کارکنان انبار در محل حاضرند، اما مقامات حاضر در صحنه، مشغول جستجوی اتاق به اتاق ساختمان هستند. حدود ۵۰ درصد بنا در محاصره آتش



است و آتش نشانان نگران فرو ریختن سقف آن هستند. گزارش اولیه در ساعت ۱۰:۴۷ صبح امروز به آتش نشانی رسید. مقامات مسئول پس از حضور در صحنه، خواستار ارسال تجهیزات بیشتری شدند. مقامات آتش نشانی می گویند که خطر گسترش آتش به ساختمانهای مجاور بسیار اندک است. علت این حادثه هنوز مشخص نشده است.»

این ماجرا را می توان به نحوی نوشت که شامل یک گزارش از مصاحبه تلفنی هم باشد:

«یک آتش سوزی گسترده در انبار

» امروز یک آتش سوزی گسترده در انبار لوازم خانگی هافمن در شماره ۵۱۱ غرب خیابان کلیتون روی داد که خسارات جانی نداشته اما ساختمان به شدت آسیب دیده است.»

این جمله برای مقدمه یک خبر در روزنامه خوب است، اما با آنکه ملاحظات مربوط به علت آتش سوزی حذف شده اند، هضم آن برای شنونده رادیو یا تلویزیون دشوار است.

مقدمه خبر رادیویی ارائه شده مناسب تر است و هرگاه جزئیات مهم دیگری پس از آن ذکر شود، مبنای یک خبر

لوازم خانگی در شماره ۵۱۱ غرب خیابان کلیتتون روی داده است. گزارشی از تلفات نرسیده است. طبق گزارش، همه کارکنان انبار در محل حاضرند، اما مقامات حاضر در صحنه مشغول جستجوی اتاق و به اتاق ساختمان هستند.»

استانلی کوزینسکی، رئیس آتش نشانی منطقه، صحنه را چنین توصیف می کند:

ساعت ادامه داشت... در رادیو، یک برنامه خبری منظم معمولاً اندکی پس از دریافت خبر توسط مسئول خبر ایستگاه رادیویی، برنامه ریزی می شود. همان طور که نشان دادیم، با در دسترس قرار گرفتن تدریجی جزئیات بیشتر ماجرا می توان خبر را ساخت.

نکته آخر اینکه، هنگام نوشتن متن خبر آن را با صدای بلند بخوانید. این کاری است که اغلب ژورنالیستهای رادیو

شکل گیری سبک شما نباید تأثیری بر محتوا بگذارد. هرگز اجازه ندهید سبک، موجب تحریف واقعیتها شود.

«تقریباً ۵۰ درصد بنا در محاصره آتش است. من هم اکنون با معاون آتش نشانی در محل حادثه صحبت کردم و او فکر می کند که سقف ممکن است فرو بریزد.»

گزارشهای بعدی در مورد این ماجرا در طول روز می رسند و مقدمه خبر در چند مرحله پیشرفت خواهد کرد:

«مقامات آتش نشانی سرانجام صحنه یک آتش سوزی گسترده و پر از دود در انبار لوازم خانگی هافمن را ترک کردند... تحقیق در مورد علت آتش سوزی امروز صبح در انبار لوازم خانگی هافمن ادامه دارد...»

هنگامی که یک ماجرا دیگر خبر داخلی نیست، مقدمه خبر ممکن است از یک مقدمه سخت به مقدمه ای نرم تبدیل شود:

«امروز برای آتش نشانان محلی روز خسته کننده ای بود، زیرا ۲۴ داوطلب به نبرد با آتشی پرداختند که بیش از هفت

و تلویزیونی به صورت خودکار انجام می دهند. این کار به شما کمک می کند به سبکی بنویسید که خواندن آن ساده است؛ مثلاً، عبارت «شصت و شش سری مجزا از حوادث گوناگون» ممکن است روی کاغذ خوب و درست به نظر برسد، اما هنگامی که با صدای بلند خوانده شود، مشکلات سریعاً آشکار می شوند. با صدای بلند خواندن متن به شما کمک می کند مدت زمان لازم برای خواندن آن را هم تعیین کنید. اگر متن آهنگ مناسبی ندارد، آن را تغییر دهید.

ارائه مطلب

هدف خبرنگاری رادیو و تلویزیونی انتقال سریع و صحیح واقعیتها به مخاطب است. جایی برای پرگویی وجود ندارد. در واقع، به دلیل فوریت اخبار رادیو و نیاز به سرعت در روی آنتن بردن اخبار، بسیاری از گزارشهای یک مجری خبر ترکیبی از خواندن متن و از حفظ سخن گفتن هستند. نقشهای مجری و

ژورنالیست را نمی توان از هم جدا کرد. برای ارائه اثربخش مطالب نوشته شده یا شفاهی، نکات زیر را به خاطر داشته باشید:

استفاده درست از استندها در هنگام

لزوم

استناد به معنای تداعی مطلب گزارش شده با منبع اطلاعات است. ناتوانی در استفاده صحیح از استناد، اشتباه رایج در میان گزارشگران تازه کار است.

اظهارات بحث انگیز و بیان عقاید و نظرها و اتهامهای حقوقی در گزارش خبری باید همواره مستند باشند. استناد همه اطلاعات مربوط به بازداشتها یا اتهامها به منابع رسمی کاری عاقلانه است. یک دلیل مهم آن است که مجرمان خیابانی مکرراً پس از دستگیری به نام و

نشانی افراد واقعی دیگری اشاره می کنند. اگر شما گزارش کنید، «جان جونز از شماره ۲۱۱ خیابان فرانت دست به سرقت فرست نشنال بانک زد»، بدون استناد به منبعی مانند «به گفته کارآگاه فرانک اندروز از واحد جرایم فیزیکی پلیس شهر»، در واقع خود را در معرض مشکلات قانونی قرار داده اید چون ممکن است آن سارق بانک نام جان جونز را به صورت جعلی برای خود انتخاب کرده باشد. این نکته فقط یک نکته آکادمیک نیست؛ بلکه یک حوزه در دسترس برای ژورنالیستهاست.

احتیاط در برخورد با خبرهای مربوط به جرایم ضروری است زیرا حد و مرزهای قانونی مربوط به شکایت علیه سازمانهای جدید همواره روشن نیستند. هنگام اشاره به یک متهم به جرم از کلمات «گفته می شود» یا «متهم شد» استفاده کنید. حتی این احتیاط هم، در صورت اثبات نادرستی اتهام، همیشه یک

دفاع کامل نیست. شکایات مربوط به گزارش جرم در ژورنالیسم روزمره رواج چندانی ندارند، اما این امکان همیشه وجود دارد.

یک راهنما درخصوص این مسئله استفاده از اسناد در هنگام وجود تردید در مورد صحت و سقم اظهارات بیان شده است. مثلا: جمله «فرماندار امروز از تالار شهر دیدار کرد»، نیازی به اسناد ندارد زیرا

واقعیتی قابل تأیید با استفاده از تصاویر، تلویزیون، و شاهدان عینی است. بینندگان و شنوندگان توقع ارائه اسناد صریح ندارند و دفتر فرماندار هم در این مورد مدعی نخواهد بود. جمله «فرماندار برای دوباره انتخاب شدن داوطلب نخواهد شد»، مستلزم اسناد است. این جمله را می توان با اسناد به سخنان فرماندار مطرح کرد: «فرماندار مسترز این مطلب غافلگیرکننده را در جریان یک کنفرانس مطبوعاتی در تالار شهر اعلام کرد.» یا می توان به

سخنان منشی مطبوعاتی فرماندار اسناد کرد.

توجه داشته باشید که در رادیو و تلویزیون، اسناد مطالب غالبا در اول جمله قرار داده می شود: «گزارش پلیس در مورد کشف یک جسد در ساوت تاون گورج»؛ به جای شیوه معمول روزنامه ای در ذکر منبع خبر در انتهای جمله: «کشف یک جسد در ساوت تاون گورج، طبق گزارش پلیس.»

نقل مطالب به صورت غیر مستقیم
در غالب موارد، نقل قولهای مستقیم را در خبرنگاری رادیو و تلویزیون به کار نمی برند. نقل قول معمولا به صورت غیرمستقیم است. اشاره مداوم به یک نقل

قول مستقیم، مانند «اکنون به نقل از...»، موجب انحراف توجه می شود و تنها هنگامی به کار می رود که برای وضوح کامل موضوع در موارد بحث انگیز یا حساس ضروری باشد.

کوتاه نوشتن جمله ها

معمولا حداکثر کلمات به کار رفته در جمله ۲۰ تا ۲۵ کلمه است. گرچه چندین قاعده در این مورد تدوین شده است. اما

یک منتقل کننده کارآمد خبر، باید چیزی فراتر از یک خواننده صرف متن خبر باشد. بخش مهمی از ژورنالیسم رادیو و تلویزیونی نقشی است که مجری به عنوان تفسیر کننده ایفا می کند.

«می توان» و «نمی توان».

نوشتن جملات برای شنیده شدن
مطلب نوشته شده باید با صدای بلند خوانده شود، پس قبل از پخش شدن آن را با صدای بلند بخوانید. اگر آهنگ مناسبی ندارد، آن را تغییر دهید.

موضوعات اخلاقی

یک ژورنالیست موفق باید اعتماد و احترام مردم را به دست آورد. این شغل



فهم عرفی بهترین راهنماست. جملات طولانی تر را به شکل طبیعی تقسیم کنید و توجه داشته باشید که کاربرد جملات کوتاه مخصوصا در سخن گفتن بدون استفاده از متن اهمیت دارد. گهگاه به کاربردن یک جمله طولانی بدون اشکال است، زیرا جملات کوتاه و مقطع در صورت تداوم ریتمی، تکراری می شوند. جذابیت سمعی خود را از دست می دهند. استفاده از جملات واضح و کلمات انتخاب شده

شنوندگان نمی توانند به عقب بازگردند و جمله ای را که گفته اید دوباره بخوانند. از کاربرد کلماتی که شنونده آنها را با هم اشتباه می کند، پرهیز کنید، مانند

مشمول برخی از قواعد اخلاقی است که رعایت آنها برای هر مجری اخباری مهم است. اقدامها و سیاستها در هر ایستگاه متفاوت است، اما دو شرط قطعی هر بحثی در مورد اخلاق ژورنالیسم عبارتند از: حق حفظ حریم شخصی و افترا.

حق حفظ حریم شخصی

شاید نخستین برخورد گزارشگر با حق حفظ حریم شخصی، شامل ضبط کردن صدا یا تصویر یک فرد خبرساز باشد. در موارد معدودی، می توانید صدا یا تصویر فردی را بدون اجازه او ضبط کنید. بدیهی است شما برای ضبط یک کنفرانس مطبوعاتی نیازی به اجازه ندارید. گرچه در موارد دیگر این حد چندان روشن و آشکار



نیست.

اگر شما در یک مکان عمومی، میکروفون در دست به کسی نزدیک شوید و توضیح دهید که چه کسی هستید و چه می‌کنید، جای پایتان برای گزارش دادن یا پخش برنامه محکم است. ورود به دفتر شخصی یا محل سکونت یک فرد، موضوع دیگری است و باید مورد به مورد با مدیر خبر مطرح و بررسی شود.

مصاحبه‌های تلفنی ممکن است در دسر درست کنند، زیرا مصاحبه شونده می‌تواند بعداً مدعی شود که نمی‌دانسته است صدایش ضبط می‌شود. برای محافظت از خود و ایستگاتان، صدای بیب مکانیکی مفید خواهد بود. از آن هم بهتر، به فرد آن سوی خط بگویید که صدایش را ضبط می‌کنید و رضایت شفاهی او را هم روی نوار ضبط کنید. ابتدا اطمینان حاصل کنید که از سیاست خاص ایستگاه خودتان در مورد ضبط مکالمات تلفنی به خوبی آگاهی‌دارید، سپس نسبت به پخش هر بخشی از یک مکالمه ضبط شده اقدام کنید.

در بسیاری از موارد، حق حفظ حریم شخصی کاملاً مشخص و روشن است، اما در مواردی هم چنین نیست. مصاحبه با استفاده از دوربین مخفی و سایر شیوه‌های تحقیقی باید تنها تحت نظارت مدیر خبر یا تجربه کارآموزده و یا وکیل صورت گیرد. گهگاه حق حفظ حریم شخصی بیشتر اخلاقی است تا قانونی.

حق حفظ حریم شخصی به این نکته هم بستگی دارد که آیا خود فرد در پی کسب شهرت است یا نه. کسی که از او به عنوان یک چهره مشهور نام می‌بریم، مثلاً یک سیاستمدار یا هنرپیشه، بخش قابل ملاحظه‌ای از این حق را قربانی کرده است تا وارد کانون توجه در صحنه

سیاسی بشود. این موضوع به تفسیر قانونی موضوع ایراد خسارت و حیثیت و آبروی افراد، موسوم به افترا، مرتبط می‌شود.

افترا

در اصل، افترا به معنای عمل صدور یا انتشار بی‌بانه‌ای است که به شهرت یا حیثیت فرد لطمه می‌زند و او را در معرض تمسخر و مضحکه قرار می‌دهد.

تعاریف ساده‌انگارانه از بیانات افتراآمیز در مقابل غیرافتراآمیز بهتر از هیچ هستند، زیرا نواحی خاکستری بسیاری در متن قانون وجود دارند. تفسیر قوانین مربوط به افترا بر مبنای تصمیمات جدید دادگاه قابل تغییر است.

حقیقت دفاعی در برابر اتهام، افترا است، اما غالباً ماجرا مربوط می‌شود به تعاریف پذیرفته شده کلمات و اصطلاحاتی که در متن آن خبر به کار رفته‌اند. سه روزنامه‌نگار به نامه‌های «ندوایت»، «آدرین مین» و «استیوانگ» در این مورد می‌گویند:

«... اثبات حقیقت همیشه آسان نیست، و این اثبات باید توسط گزارشگر یا نویسنده صورت گیرد. اگر شما در برنامه به یک رهبر حزب کارگر به عنوان تبهکار اشاره کنید، بهتر است آماده باشید که نشان دهید او به چنین جرمی محکوم شده است یا مدرک دادگاه‌پسندی در این مورد در اختیار داشته باشید. در غیر این صورت، شما و مدیریت ایستگاهتان ممکن است پول زیادی را از دست بدهید.»

یک دفاع دیگر علیه اتهام افترا ارتباط ممتاز است. مثلاً، نمی‌توان از کسی به دلیل تکرار سخنان اعضای کنگره در صحن جلسه علنی مجلس یا سخنان قضات در دادگاه علنی ادعای خسارت کرد، آن سخنان جزو ارتباطات ممتازند.

برخی از اظهارات علنی و مطالب ضبط شده هم ممتازند. در مواردی که به روشنی اظهارات قضایی یا پارلمانی نیستند، همواره با یک مدیر ارشد خبر در این مورد که آیا آن اظهارات افتراآمیز تلقی می‌شوند یا نه، مشورت و هماهنگی کنید.

اظهارنظر منصفانه علیه یک مقام رسمی یا چهره مشهور افترا نیست. کسی که به دنبال مقام رسمی می‌رود، به دلیل نفس این عمل، خود را در معرض اظهارنظر عموم قرار می‌دهد. حکم دادگاهها این بوده است که هر کس در پی مشهور شدن باشد، با هر منظور و هدفی که این کار را بکند، از حمایت قانون افترا کمتر برخوردار خواهد بود. اما کلمات کمتر برخوردار می‌شوند؛ «منصفانه» و «صحیح» اعتباری هستند؛ یک خبرنگار وقتی به موضوع چهره‌های سرشناس می‌رسد حق ندارد هر چه می‌خواهد در مورد آنها بگوید. یک سخن غیرمسئولانه و بی‌اساس علیه یک چهره مشهور هم ممکن است مبنای اقدام باشد (یعنی با استفاده از آن، طرح شکایت ممکن باشد).

هشیار باشید که تفسیر قانون افترا با اخذ تصمیمات جدید توسط دادگاهها و ایجاد رویه‌های تازه تغییر می‌کند و قوانین افترا در کشورهای مختلف متفاوتند. پیش‌بینی اینکه در صورت ورود به یک حوزه مهم از این قانون، کدام تفسیر از قانون مورد عمل خواهد بود، بسیار دشوار است. هرگاه تردید پیدا کردید، همواره با یک مدیر ارشد خبر یا مشاور حقوقی سازمان متبوع خود مشورت کنید.

منبع:

این مقاله ترجمه بخشی از فصل ششم کتاب زیر است.

Hausman, Corl & O'Donnell, Lewis, Benoit, philip. (2000). **Announcing: Broadcast. Communicating today (4th ed).** Belmont: wadsworth.

