

✽ مراد مهدی‌نیا
پژوهشگر اداره کل پژوهش‌های رادیو

خبر نویسی در رادیو

طبقه‌بندی اخبار

کار شما به عنوان یک ژورنالیست، خبرنگاری است. در جهت هر چه پر بارتر شدن خبر، باید درک و فهم شخصی خود را به کار گرفته و با کسب تجربه، ارزیابی خبر را پر محتواتر کنید. در واقع، نمی‌توانید بگویید که «این خبر، چیزی است که روی داده و همه‌اش همین است!»

طبقه‌بندی اخبار، حوزه‌ای بسیار باز و گسترده است: اخبار بهداشت، سیاست، ورزش، محیط‌زیست، آب‌وهوا، آموزشی، مالی، مشاغل، کشتیرانی، کشاورزی و... در واقع این لیست، فهرستی بی‌نهایت است، ولیکن در عمل، منابع خبری مشخص هستند.

دبیر خبر شما را در مورد انواع موضوعاتی که قرار است روی آنها کار کنید، راهنمایی می‌کند. این کار بدان معنی نیست که گوش‌هایتان را به روی هر چیز دیگری غیر از موضوع مورد نظر آنها ببندید. اخبار یک حرفه ۲۴ ساعته است و اگر چیزی را می‌شنوید که خارج از حوزه کاری شماست، در ابتدا، دبیر خبر را مطلع سازید.

عناصر اساسی اخبار

- **به‌روز بودن خبر:** به معنی گنجاندن اطلاعات جدید و نو در داخل روایت خبری است. حتی اگر روایت خبر کاملاً جدید نیست، باید شامل ویژگی‌های جدیدی باشد و پیشرفت واقع‌های را نشان دهد.

خوب است عنوان‌ها را از یک روایت مطبوعاتی بردارید، اما نه به آن معنی که بدون تغییر آنها را

- تولید خبر رادیویی (در مقایسه با تولید خبر مطبوعاتی و تلویزیونی) کم‌هزینه است.

- رادیو، سریع‌ترین، خصوصی‌ترین و سهل‌الوصول‌ترین رسانه است.

- پخش زنده رادیویی از محل واقعه خبر، کاری آسان است.

- لازم نیست برای اینکه خبر رادیویی را دریابید، آن را بخوانید.

حال تعریفی از خبر رادیویی بیان می‌کنیم: «خبر رادیویی چیزی است که «در حال» روی دادن است.» اطلاعات این خبر باید «جدید» و «مهم» باشد. باید چیزی باشد که تا به حال شنوندگان درباره جزئیات آن چیزی نشنیده باشند، یا اگر در خصوص رویدادی در حال رخ دادن است، همه جزئیات آن را در بر داشته باشد.

خبر باید یک «واقعه»، یک «ایده» و یا یک «دیدگاه» باشد، لیکن درباره روایات خبری و مقاصد افراد در توضیح آنها دقت کنید؛ چون می‌توانند در این شرح و توصیف، اهداف گوناگونی داشته باشند. خبر باید بیشتر روی آنچه «واقعی» است یا روی آنچه «واقعاً وجود دارد»، تمرکز کند، نه روی آنچه ممکن است باشد. خبر باید «مورد علاقه» زیاد شنوندگان باشد. خبر باید هر جا که متقاضی است توضیح دهد. خبر باید «مربوط به واقعه» و به سبک و زبانی باشد که شنوندگان بتوانند آن را «درک» کنند.

اگر خبر شما این عناصر را دربرگیرد، در جاده درستی قدم گذاشته‌اید.

این مقاله برگزیده‌ای است از کتاب **خبر نویسی در رادیو** که به زودی توسط اداره کل پژوهش‌های رادیو منتشر خواهد شد.

خبرنویسی، حرفه‌ای ارزشمند و بسیار مهمی است. خبرنگاری در رادیو با خاستگاه‌های ژورنالیسم رادیویی سروکار داشته و در پی آموزش اطلاعاتی است تا بدانید چگونه خبر را به بهترین نحو برای شنونده خود بنویسید، چرا که اگر وی موفق نشود قسمتی از خبر را بشنود، نمی‌تواند برگردد و مجدداً خبر را گوش دهد.

خبر چیست؟

این سؤال مثل این است که بپرسید: «طول یک قطعه طناب چقدر است؟»

پاسخ مشخصی برای این سؤال وجود ندارد. خبر هم بسته به خواسته‌های جامعه‌ای که از آن بهره می‌برد، متفاوت است؛ انتظارات افراد در یک کشور در حال توسعه، از توقعات مردم یک کشور صنعتی بسیار فرق می‌کند.

به‌طور خلاصه، خبر، قطعه نوبی از اطلاعات درباره یک واقعه جدید و مهم است که شنوندگان را به نوعی متأثر کرده و یا اینکه مورد علاقه آنان است.

خبر رادیویی

خبری که مختص رادیو باشد، به دلایل زیر ویژه می‌شود:

- رادیو، سریع‌ترین ابزار انتشار خبر است.
- رادیو می‌تواند در مناطق بدون برق مورد استفاده قرار گیرد.

بیان کنید؛ آنها را فقط به عنوان خبر جدید و دست‌اول ببینید، چون شنونده شما علاقه‌مند به شنیدن «خبر کهنه» نیست.

- نزدیکی و ارتباط: افراد عموماً به آنچه در روستا، منطقه یا کشورشان رخ می‌دهد، بیش از وقایعی که در مکان‌های دور دست رخ می‌دهد، علاقه‌مندند. مردم بسیار مشتاقند اخباری را بشنوند که مستقیماً بر زندگی آنها تأثیرگذار است، مثل هزینه زندگی، قیمت مواد خوراکی، مالیات، جاده‌ها، آب‌وهوا، مقررات راهنمایی و رانندگی، کشاورزی و...

هر چه خبر به زندگی شنونده نزدیک‌تر باشد، بیشتر مورد توجه او واقع می‌شود. می‌توان گفت که نزدیکی و ارتباط خبر با شنونده حرف اول را می‌زند.

افراد برجسته، سیاستمداران، ستارگان سینما، قهرمانان ورزشی، موسیقی‌دانان و حتی مجرمین بدنام، افرادی خیرساز هستند، به شرطی که چیزی یا کاری جالب توجه را گفته یا انجام دهند.

نام‌ها، اخبار را می‌سازند و هر چه یک نام بزرگتر و برجسته‌تر باشد، اخبار جالب‌تری فراهم می‌کند. مردم همیشه به شغل و حرفه سایر افراد علاقه‌مندند و هر چه آن فرد معروف‌تر باشد، علاقه عمومی بیشتر است.

- اقدامات دولتی: گاهی به نظر می‌رسد کارهای روزانه دولت به اندازه تماشای یک تابلوی نقاشی جالب توجه باشد، به خصوص اموری که برای مردم عادی، بسیار مهم است. اگر شما بر عواقب یک اقدام قانونی یا دولتی تمرکز کنید، به دولت یا اخبار اداری توجه

و... حاصل شده است.»

اصول اخلاقی رسانه‌ای

در ارتباط با ژورنالیسم حرفه‌ای، ویژگی‌های مهمی مطرح است. به غیر از شرایط اساسی خبر - مثل: صحت، توازن و بی‌طرفی - تعهدات اخلاقی وجود دارد که انتظار می‌رود ژورنالیست‌ها خود را ملزم به رعایت آنها در امور حرفه‌ای خود بدانند. لازم به ذکر است که رقابت، دریافت حقوق کم، وسوسه‌های مالی، تهدید و ارعاب، واقعیات موجود در زندگی ژورنالیست‌ها هستند.

ارزش صداقت یک ژورنالیست

تصور کنید که به شما پولی پرداخت نشده و با مشکلات مالی مواجه شده‌اید و دارای ایده‌آل‌ها و استانداردهای مورد لزوم برای این حرفه و نیز

مدیر خبر باید شخصی با تجربه نظارتی و مدیریتی و خبری زیاد باشد. او معمولاً مستقیماً در مقابل شبکه (یا مدیرکل) پاسخگوست و به هنگام تصدی کل امور خبری، خروجی اخبار را هماهنگ کرده و به ارزش‌ها و استانداردهای خبری توجه می‌کند.



ژورنال‌های علمی و مطالعات خبری

صداقت هستید. به نظر شما این دارایی‌ها چقدر می‌ارزند؟!

نکاتی در باب مکان‌ها و شاغلان

روایت‌های خبری

هماهنگی با محیط اتاق خبر

وقتی می‌خواهید درک کاملی از امور سازمانی داشته باشید، حتی پیوستن به یک اتاق خبر رادیویی با سبب متوسط را لحاظ کنید.

مدیر خبر

این شخص بالاترین شغل اتاق خبر را داراست. مدیر خبر باید شخصی با تجربه نظارتی و مدیریتی و خبری زیاد باشد. او معمولاً مستقیماً در مقابل شبکه (یا مدیرکل) پاسخگوست و به هنگام تصدی کل امور خبری، خروجی اخبار را

- درگیری و تنش: می‌دانید که همیشه تنش‌ها توجه یک گروه را به خود جلب می‌کنند. گاهی تنش‌ها بین دو نفر، دو روستا، شهرستان، شهر و یا دو کشور به وجود می‌آید. البته مسئولان در پی ترویج درگیری‌ها و تنش‌ها نیستند، اما می‌خواهند تفکر و اقدامات خود را در جامعه تحمیل کنند. واقعیت این است که همیشه راه دیگری برای انجام امور وجود دارد، ولی برخی افراد ترجیح می‌دهند کارها به روش مورد نظر آنها انجام شود. لذا دیدگاه‌های مخالفی هم ابراز می‌شود. خبرنگاری گزارش ایده‌ها، در جایی است که به طور معناداری بیان شده‌اند.

- برجستگی: آیا تا به حال به جلد مجله‌ها توجه کرده‌اید؟ به نظر شما چه چیز باعث فروش بیشتر مجله‌ها می‌شود؟ شخصیت‌ها، ولی چگونه؟

بیشتری نشان داده‌اید و برای انجام مطلوب این کار نیاز دارید تا از مهارت‌های تفسیری خود بهره ببرید و فقط به کپی کردن قلمبه‌های زبان قانونی یا اداری تکیه نکنید، چرا که تعداد کمی از مردم می‌توانند معنای این زبان را درک کنند. بنابراین اکثر مردم تمایل ندارند این زبان معلق اداری را از رادیو بشنوند. در ابتدا با استفاده از مهارت تفسیری خود به تأثیر اقدام‌های دولتی بپردازید. برای مثال نگویید «دولت با تفویض اختیار به اهالی استان... که دچار کمبود مواد غذایی شده‌اند، موافقت کرده است تا بتوانند برنج را به قیمت ارزان خریداری کنند»، بلکه بگویید «مردم استان... که با کمبود مواد غذایی مواجه هستند، حالا می‌توانند برنج را به قیمت پائین خریداری کنند. این اقدام نتیجه توافقی است که بین دولت

همانگ کرده و به ارزش‌ها و استانداردهای خبری توجه می‌کند.

ویراستاران خبر

ویراستاران خبر مسئول کل ظاهر و ساختار خبر هستند؛ از محتوا گرفته تا تعداد آیتم‌های خبر، توالی و ردیف اخبار، زمان‌بندی و همچنین ساختار مطلوب اجرای خبر. این افراد در مورد استفاده از گزارش‌های صوتی تصمیم می‌گیرند و در برخی شبکه‌ها به عنوان نویسندگان سرمقاله‌های خبری ایفای نقش می‌کنند. آنان با گزارشگران، نویسندگان، مترجمان و گویندگان خبر ارتباط نزدیکی دارند. این افراد تعیین می‌کنند که کدام گزارشگر، کدام روایت خبری را پوشش داده یا مصاحبه را ترتیب دهد.

گزارشگران

گزارشگر فردی است که اخبار واقعی را می‌نویسد، پس باید تکنیک‌های نوشتن برای رادیو را بداند و بتواند گزارش خود را با استاندارد پخش تنظیم کند. برخی شبکه‌ها گزارشگران «ویژه» دارند؛ مثل گزارشگر مجلس، پلیس، ورزش، کشاورزی، آموزشی، بهداشت، حمل‌ونقل و... در حالی که برخی ایستگاه‌ها فقط دارای گزارشگران «عمومی» هستند. این افراد موظفاند هر خبری را پوشش دهند.

مترجمان

اگرچه گزارشگران معمولاً کار خبرنگاری را انجام می‌دهند، اما ویراستاران خبر به کمک ژورنالیست‌هایی نیاز دارند که مترجم هم باشند. این اشخاص نسخه‌ای از خبر سایر آژانس‌های خبری را بازنویسی و ترجمه می‌کنند. حتی گاهی گزارش‌های شفاهی را مجدداً ویرایش کرده و یا اینکه گزارش صوتی اصلی را انتخاب می‌کنند. اگر ضرورت داشته باشند، آنها به عنوان گزارشگر عمل می‌کنند. نویسندگان ماهر دوست دارند تا گزارشگران ماهری داشته باشند. در واقع انعطاف‌پذیری، مهارتی کلیدی در حرفه ژورنالیستی است. ژورنالیست‌های رادیویی باید به همراه تجارب گزارشگری و ویراستاری، تجربه‌های دیگری هم داشته باشند.

گویندگان خبر

این افراد، رابط‌های نهایی زنجیره کاری ژورنالیستی و شخصیت‌های روی آنتن هستند که بسته به سطح مهارت فنی خود در بیان کلمات گفتاری، زحمات این ژورنالیست‌ها را «ساخته» یا «نابود» می‌کنند. آنها باید بتوانند خبر را از روی صفحه کاغذ «بردارند» و برای

شنوندگان به روشی که توجه آنها را جلب کند، اجرا کنند. گوینده خبر باید بخش بزرگی از گروه خبری باشد و هرگز از آن -چه ژورنالیست‌ها و چه زمینه خبر- دوری نکند.

نوشتن روایت خبری

نوشته خوب همانند یک گفت‌وگوی خوب -و حتی مهم‌تر از آن- است. خبر رادیویی، خبری نیست که خوب دیده شود، بلکه خوب «شنیده» می‌شود. به عبارت دیگر، متنی است برای شنیدن. به خاطر این مهم، اصول اولیه مورد نیاز در این حوزه، ذیل «نوشتن برای گفتن» مطرح می‌شوند.

باید بگوئیم کار خبرنگاری برای ژورنالیست‌های رادیویی، بخش جدایی‌ناپذیر از خبرخوانی است که هر یک موجب تقویت دیگری می‌شود.

قوانین طلایی خبرنگاری رادیویی

- یک شخص حرفه‌ای باشید، یعنی:
- دریابید که اصلاً چرا خبرنگاری، حرفه‌ای ارزشمند است.
- اطلاعات و مهارت‌های مورد نیاز را بیاموزید.
- اصول اخلاقی ژورنالیسم را یاد بگیرید.
- در همه اوقات، به روشی مقتضی و مطلوب امور خود را پیش ببرید.
- متواضع و فروتن باشید و بدانید که شما، تنها، کانالی هستید که از طریق آن اطلاعات جریان می‌یابد.

از اطراف خود باخبر باشید، یعنی:

- روزنامه‌ها و مجلات محلی و خارجی را مطالعه کنید.
- از برنامه‌های رادیو و تلویزیون، به خصوص اخبار و مستندها استفاده کنید.
- انواع کتاب‌ها را مطالعه کنید.
- با افراد تحصیلکرده و آگاه ارتباط داشته باشید. در این ارتباطات، یاد بگیرید که خوب گوش دهید.

برای هر روایت خبری که گزارش

می‌کنید، یک سؤال کلیدی پیرسید:

«چگونه این واقعه، زندگی شنوندگان مرا تحت‌الشعاع قرار می‌دهد؟»

قبل از این که واقعه را گزارش کنید،

مطمئن شوید که آنرا به خوبی درک

کرده‌اید، یعنی:

- در خصوص ارائه گزارش به شنوندگان

سردرگم نباشید.

- کل جزئیات خبر را اعلام کنید.

به هنگام مصاحبه با افراد، مؤدب ولیکن مصر باشید.

مطلب را کوتاه و ساده بیان کنید.

ساختار روایت خبری

در حوزه خبرنگاری رادیویی، به روشی برخلاف ساختار «ادبی» عمل می‌کنیم. تا به حال اطلاعات را به چه نحو خوانده‌اید؟ اطلاعات به حالت چاپی، آرایش خاصی دارند، این طور نیست؟ این حالت را به شیوه هرم وارونه نشان می‌دهیم:



در این ساختار ادبی، ابتدا مرحله مقدمه و سپس واقعیات (بدنه) به ترتیب اهمیت آنها تا نقطه اوج قرار دارند. مرحله پایانی هم نتیجه‌گیری یا خلاصه است. به عبارتی، این روند از نظر تاریخی (به ترتیب وقوع رویدادها) زمان‌بندی می‌شود.

ساختار روایت خبری در رادیو



عنوان یا نقطه اوج روایت خبری در قسمت بالای آن قرار دارد، یعنی قسمت «خبر چیست؟». اغلب پاراگراف دوم خبر، صحنه رخداد را توصیف می‌کند؛ جایی که می‌فهمیم عاملان اصلی رویداد چه کسانی هستند و در چه زمان و شرایطی واقعه روی داده است. بعد از این مرحله، سایر عوامل و عناصر خبر -یعنی جزئیات روایت خبری و واقعیات مهم و پشتیبان آن- را منعکس می‌کنیم. بعد از آن، سابقه و زمینه خبر را می‌افزاییم تا آیتم خبری واضح‌تر گردد.

شنونده می‌خواهد چرایی روایت خبری را بداند. این مرحله، جایی است که خبر را مستدل و کامل می‌کنیم. از مقایسه و تطبیق واقعیات استفاده می‌کنیم تا چیزی را غیر معمول یا متفاوت نشان دهیم و روایت را برای مخاطب تفسیر کنیم.

نکات اساسی در خصوص نوشتن

برای رادیو

– زمانی که دانش آموز بودید به شما گفته می‌شد که موضوعی را به رشته تحریر درآورید. این نوشته شما با استفاده از چشم خواندنی و قابل درک نبود، بنابراین در رادیو واقعاً کارآمد نخواهد بود.

– شنونده نمی‌تواند برگردد و خبری را بازشنوایی کند.

– گوش انسان خبر را به حالت کلمه به کلمه دریافت می‌کند و تا پایان منتظر می‌ماند تا شکل و کلیت آن را کشف و معنی آن را درک کند.

– خبر رادیویی، خبر گفتاری و گفت‌وگویی است نه محاوره‌ای. پس نیاز به سبک زبانی و واژگانی معمولی و طبیعی دارد.

– خبر رادیویی، خبری «آنی» است. از زمان «حال» استفاده می‌کنیم تا تأکید کنیم که خبری در حال رخ دادن است یا همین الآن رخ داده است.

– نوشتن برای گوش، نطق یا خطاب‌های رسمی نیست. پس زبانی که در آن به کار می‌بریم، باید غیررسمی و حالتی باشد که به هنگام گفت‌وگو استفاده می‌کنیم.

– ما می‌خواهیم شنونده ما را باور کند. باید یک دوست مورد اطمینان برای او باشیم. پس باید با شنونده همچون یک دوست صحبت کنیم.

– صراحت و وضوح خبر در درجه اول اهمیت قرار دارد. پس، از جملات ساده و کوتاه خبری استفاده کنیم.

– آنچه نوشته‌اید با صدای بلند بخوانید تا شنیدن و دریافت آن آسان گردد. کلماتی را به کار نبرید که در ترکیب با سایر واژگان، بیان آنها مشکل باشد.

– اطلاعات را به طور مرتب و به اندازه کافی ارائه کنید تا موجب گیجی و سردرگمی شنونده نشوید. پس، اطلاعات اضافی خبر را حذف کنید.

– تنها امکان رادیو، صداست و شما برای انتقال اطلاعات به شنونده تنها یک فرصت دارید. پس، خبر شما نباید مبهم و گنگ باشد،

حتی اگر شخصی که درباره وی گزارش می‌دهید خودش حضور داشته باشد!

– اگر بیان خبر شما کار سختی باشد، عجیب به نظر برسد، واضح نباشد و یا اغراق‌آمیز و پیچیده باشد، لازم است در آن اصلاحاتی ایجاد کنید.

کلیشه‌ها

کلیشه‌ها، گروه وسیعی از کلمات هستند که مردم در نوشته‌های خود، به کار می‌برند تا نوشته آنها مهم و ارزشمند به نظر برسد. اگر چنین کلماتی به هنگام تبدیل زبان نوشتاری به زبان گفتاری بدون تغییر باقی بمانند، مضحک جلوه می‌کنند. شنوندگان آنها را شنیده و به صورت کلمات پر از لفاظی، خودخواهانه، غیرواقعی یا تصنعی ارزیابی می‌کنند که توسط نویسنده یا گوینده‌ای نسبتاً تحصیلکرده نوشته شده، تا هم برای افراد تحصیلکرده قابل فهم باشد و هم برای افراد بیسواد.

بسیاری از خبرنگاران فکر می‌کنند که کاربرد کلیشه‌های ژورنالیستی یا زبان روزنامه‌ای به منزله هویت آنها به عنوان یک ژورنالیست است، در صورتی که بسیاری از این کلمات که توسط رسانه‌های خبری – و به ویژه رسانه رادیو – به کار می‌روند، در گفت‌وگوهای عادی روزمره کاربردی ندارند.

در این قسمت لیستی از کلمات و عبارات پرکاربرد آمده است. از شما می‌خواهیم تا کلمات خوب را از کلمات بد جدا کنید تا بدین طریق قدرت واژگانی خود را افزایش دهید:

کلمه یا عبارت کلیشه‌ای کلمه مطلوب‌تر

کافی	به قدر کفایت، به حد لازم
بسیاری از	میزان زیادی از
مثل	مطابق، به‌منزله
انتظارداشتن	پیش‌بینی کردن
نگران	دلواپس
غنی	فراوان
جست‌وجو کردن	تحقیق کردن
کمک	همکاری، مساعدت
برای	به‌منظور، به هدف، به‌نفع
تلاش	مبادرت
در حال حاضر	در این هنگام، اخیراً
نیز	علاوه‌بر، به علاوه، همچنین
آتش	زبان، شعله
توقف	بازایستادن، تأمل کردن
گفتن	ادعاکردن

خاتمه‌دادن، تمام کردن

عبارت است از

مُرده

اختصاص دادن

موقعیت اضطراری

حرفه

اقدام کردن

بی‌نهایت

مخارج

تکمیل ظرفیت

به این دلیل که، به خاطر

پیشگویی‌های آتی

تجمع کردن

توجه کردن به

دستبرد

اجرا

بی‌مایه، محروم

ضمیمه‌داشتن

آگاه کردن

راه‌انداختن، به‌اجرا درآوردن،

شروع،

به‌منظور

در آینده نزدیک، فی‌الغور

پرس‌وجو کردن

طغیان آب

استعدادداشتن

طولانی

نیز، به اضافه

حدس زدن، شناسایی کردن

تدارک‌دیدن

ایجاد کردن، خلق کردن

هیچوقت

نظر به اینکه، به واسطه

پرسنل

اشخاص

وابسته به مربوط به

ازپیش‌طرح شده

به شرطی، در حالتی که

چند بار تکرار کردن

مستلزم بودن

ساکنین

بحران جدی

دعاخواندن

ذخیره‌سازی

متعاقباً

به‌طور موفقیت‌آمیزی خنثی کردن

پایان‌دادن

شامل

مرحوم

دادن

فوریت

شغل

تلاش کردن

بسیاری

هزینه

پرشدن

چون

پیش‌بینی‌ها

دیدارداشتن

توجه به

سرقت

انجام

فقیر

دربرداشتن

گفتن

برپاداشتن

آغاز

برای

به‌زودی

جویا شدن

سیل

توانستن

بلند

و

دریافتن

فراهم کردن

ساختن

هرگز

به دلیل

کارکنان

افراد

درباره

برنامه‌ریزی شده

اگر

تکرار کردن

نیازداشتن

اهالی

بحران

دعاکردن

انبار کردن

بعدها

خنثی کردن

اکثریت وسیع

کل

اکثر

همه

ازدواج کردن

کاملاً منحصر به فرد، بسیار بی نظیر بی همتا

انتقال دادن، ارسال کردن

فرستادن

واقعیت حقیقی

حقیقت

پهپود

به سازی

به خدمت گرفتن

به کار بردن

گران قیمت

پرازش

سفینه

کشتی

موقعیت جنگ

جنگ

قادر خواهد بود، امکان خواهد داشت

می تواند

به استثنای

به جز

راجع به

درباره

در نتیجه، به این دلیل

پس

تئوری صدایی

واژگان، پل ارتباطی بین خبرنگار و شنونده

هستند و در واقع ابزار مهم این روند ارتباطی

تلفی می شوند. کارگران خوب، ابزار خود را تیز

و مرتب نگاه می دارند و به آنها احترام می گذارند

و زمانی که این ابزار، خوب کار نمی کنند، آنها را

سرزنش نمی کنند!

در نوشته خود ابهام و گنگی راه ندهید. از

کلماتی استفاده کنید که تصاویری ملموس در

ذهن ترسیم کنند.

نه اینکه:

«مسئولان خاطرنشان ساختند که معمولاً

میزان تولد سالانه این فیل در میانمار کمتر از

میزان مرگ و میر آن است.»

بلکه:

«مسئولان میانمار می گویند که میزان

تلفات فیلها در یک سال، بیشتر از میزان تولد

آنهاست.»

وقتی که چند کلمه مشابه نزدیک هم قرار

می گیرند، ممکن است بین واژگان، برخورد آوایی

به وجود آمده و ذهن شنونده را منحرف کند.

به نظر شما مشکل این جمله چیست؟ «این

بنا، توسط یک بنا، بنا شده است.»

مشکل در تکرار کلمات است. ببینید چگونه

می توان از شر دو کلمه مشابه خلاص شد و معنی

را واضح ساخت.

در مورد کلماتی که تلفظی مشابه به هم دارند

اما دارای معانی کاملاً متفاوتی هستند، بیشتر

دقت کنید.

طول یک روایت خبری

در مورد اینکه طول روایت خبری چقدر باید

باشد، سخن بسیار گفته شده است. این مسئله

به میانگین گستره توجه انسانی ارتباط نزدیکی

دارد. میانگین گستره توجه انسان ۲۰ ثانیه است.

خوشبختانه افراد می توانند یاد بگیرند که چگونه

گستره توجه خود را افزایش دهند. گوینده هایی

که اخبار را می خوانند، باید بر کل مجله خبری

تمرکز کنند. این تمرکز و مهارت کاری از یک

شخصیت حرفه ای رسانه ای انتظار می رود.

اما شنوندگان مجبور نیستند اینگونه باشند،

چون به آنها بابت گوش دادن به رادیو، پولی

پرداخت نمی شود. آنان داوطلبانه گوش می دهند

و اغلب هم حواس پرتی برای آنها پیش می آید.

حال می خواهیم به نکته دیگری اشاره کنیم؛

همانطور که گفته شد، گستره توجه بسیار کوتاه

در هر روایت خبری که

بیش از نیم دقیقه باشد،

صحنه واقعه یا نام منبع

را چند بار بگوئید، چون

اگر شنونده نام منبع

خبری را در اولین جمله

نشنود و بارها جمله «او

گفت» به گوشش برسد،

آزرده می شود.

چگونه توجه شنونده را جلب کنیم؟

شما می توانید با مرتب کردن ظاهر جمله اول،

توجه شنونده را جلب کنید. جمله آغازین (لید)

خبر، مهم ترین جمله در کل آیتم خبری است.

شما می توانید توجه مخاطب را با این جمله جلب

کنید و یا اینکه او را از دست بدهید. پس سعی

کنید این جمله را به بهترین شکل ترتیب دهید!

در اینجا یک نمونه لید خبر را می آوریم:

«یک شالیکار با کاشت نوع جدیدی از برنج،

درآمد خود را به دو برابر افزایش داد.» حال

اکثر برنج کاران که امرار معاش آنها وابسته به

کاشت برنج است، به جزئیات بیشتر این خبر

گوش می دهند. یعنی این خبر سریعاً مورد توجه

شنوندگانی قرار می گیرد که می توانند بهترین

استفاده را از این اطلاعات بکنند.

خبرنویسان حرفه ای زمان بیشتری را برای

نوشتن یک لید خبری شنیدنی صرف می کنند.

جمله لید باید «شاهبیت» خبر باشد. برای نوشتن

لید، نهایت سعی خود را بکنید. جمله را نوشته،

بازنویسی و سپس ویرایش کنید تا کاملاً مطمئن

شوید که بیشترین و بهترین تلاش خود را صرف

کرده اید. بعد از اینکه طرح اولیه روایت خبری را

به اتمام رساندید، آن را بارها و بارها بخوانید تا

در مورد کیفیت آن کاملاً مطمئن شوید. یادمان

باشد از پرگویی در لید اجتناب کنیم. اکثر لیدهای

خوب خبری فقط یک جمله هستند (حداکثر ۲۰

کلمه). سایر جزئیات خبر در این جمله قرار داده

نمی شوند، بلکه برای پاراگراف های بعدی گزینش

می شوند. مثلاً به جای: «امروز صبح رئیس جمهور

خطاب به نمایندگان دولت در کنفرانس سالانه،

مجدداً منظور خود را از حفظ دموکراسی تصریح

کرد»، بنویسید: «رئیس جمهور منظور خود را

از حفظ دموکراسی مجدداً اعلام کرد. او در

کنفرانس سالانه نمایندگان دولت خطاب به آنها

گفت که...».

لیدهای پرسشی

انتظار می رود که یک روایت خبری، به سؤالات

پاسخ دهد، نه اینکه آنها را بپرسد. اگر این

سؤالات، اساسی و محرک باشند، می توان بارها

آنها را به کار گرفت، ولی در کل کار ژورنالیست

این است که شنونده را آگاه کند، نه اینکه از او

بازجویی نماید.

اجتناب از قراردادن اطلاعات کلیدی

در دو یا سه کلمه اول: بعد از هر خبر، گوینده

کمی مکث می کند تا «دنده را عوض کند»، یعنی

به شنونده علامت می دهد که می خواهد به سراغ

موضوع بعدی برود. طی این مکث، توجه شنونده نیز تغییر یا مکث می‌کند. این توقف چند ثانیه‌ای به او زمانی می‌دهد تا ذهن خود را برای شنیدن آیت بعدی کاملاً آماده کند. پس کلمه کلیدی را به عقب ببرید! به جای گفتن: «۲۷۳ نفر در یک سانحه هوایی کشته شدند»، بگوئید: «طی سانحه‌ای هوایی ۲۷۳ نفر کشته شدند.»

به خاطر داشته باشید که کلمه کلیدی را خیلی به عقب نبرید؛ آنرا تا جایی که ممکن است در اوایل جمله آغازین (لید) خبر قرار دهید؛ چون اگر شنونده برای اینکه بفهمد موضوع چیست خیلی منتظر بماند، حوصله‌اش سر می‌رود. کلمه کلیدی را آنقدر به عقب ببرید که شنونده خود را آماده شنیدن خبر بعدی کند. پس به جای: «خانم (...)، رئیس انجمن بانوان، امروز گفت که اگر خانم‌ها نقش فعال‌تری در امور جامعه پیدا کرده‌اند، پس لازم است توجه بیشتری به آموزش آنان شود»، بنویسیم: «رئیس انجمن بانوان می‌گوید که باید به آموزش زنان توجه بیشتری شود، چون آنان نقش فعال‌تری در امور جامعه پیدا کرده‌اند.»

حالا نمونه‌ای از یک کلمه کلیدی را که در جمله آغازین خبر آنقدر دیر آمده که دریافت آن مشکل شده است، مطرح می‌کنیم: «بر طبق یک بررسی انجام‌شده توسط اداره امور دانشگاه‌ها معلوم شد که ۲۰٪ فارغ‌التحصیلان ۱۲ دانشگاه و مؤسسات آموزش عالی از سال ۱۳۷۸ تا ۱۳۷۹ بیکار هستند.»

به متن نگاه کنید. شما متوجه موضوع خبر نخواهید شد تا اینکه به آخرین کلمات آن برسید. در عوض اینگونه بنویسید: «یک پنجم دانشجویانی که ده سال پیش فارغ‌التحصیل شده‌اند، هنوز بیکار هستند. طبق بررسی اداره امور دانشگاه‌ها معلوم می‌شود که...»

شروع نشدن همه روایات خبری با یک ظاهر یکسان

این شیوه ممنوع نشده اما آغاز روایت با یک حالت خاص می‌تواند تکراری و غیرخلاقانه گردد. فرهنگ موجود در اتاق خبر، به وجود چنین ویروسی بسیار حساس و آسیب‌پذیر است. کافی است که یک ژورنالیست، شیوه‌ای را ابداع کند؛ چون با سرعت، دیگر ژورنالیست‌ها هم به سبک او خواهند نوشت، به‌ویژه ژورنالیست‌های ورزشی. پس تعداد دفعاتی که با یک شیوه خاص روایت خبری را آغاز می‌کنید، محدود کنید. مثلاً در یک خبر بگوئید: «در کوالامپور، دولت...» و در خبری دیگر چنین بگوئید: «دولت مالزی...»

اگر می‌توانید، «امروز»‌ها را حذف کنید. ارجاعات زمانی خود را در متن اصلاح کنید. در حالی که شما باید افتخار کنید که امروز، اخبار امروز را می‌گوئید، ولی کاربرد زیاد این کلمه، پخش اخبار را به حالتی یکنواخت درمی‌آورد. شما می‌توانید خیلی راحت و با استفاده از زمان حال، «امروز»‌های متن را حذف کنید. عبارات «قبل از ظهر» و «بعد از ظهر» حتماً باید از متن رادیویی حذف شوند، چون این اصطلاحات بیشتر در نمودار زمانی وسایل حمل‌ونقل عمومی کاربرد دارند، ولی هنگام صحبت‌های معمولی از کلمات «صبح»، «عصر»، «غروب» و یا «شب» استفاده می‌کنیم.

قراردادن اطلاعات با آرایش منطقی

بعد از اینکه لید خبر را نوشتید، در مورد سؤال بعدی خود فکر کنید و در جمله دوم به آن پاسخ دهید. سپس فکر کنید که جمله دوم شما جواب چه سؤالی باید باشد. خبر باید روند ارائه حقایق باشد که سؤالات اصلی شنونده را پاسخ می‌دهد؛ یعنی پاسخ سؤالات: چی، کی، چه کسی، چرا و چگونه.

فراموش نکنید که خبر را طوری ترتیب دهید که هر حقیقتی در آن مناسب با کلیت آن باشد. شنونده را برای شنیدن حقایقی که می‌خواهید به او بگوئید، آماده کنید.

خبر را با مهارت تکرار کنید

اگر شنونده اولین جمله خبر را از دست بدهد (که این امر بارها اتفاق می‌افتد)، نباید برای اینکه بفهمد خبر درباره چیست یا مثلاً در کجا اتفاق افتاده، کورمال کورمال دنبال آن بگردد. در هر روایت خبری که بیش از نیم دقیقه باشد، صحنه واقع یا نام منبع را چند بار بگوئید، چون اگر شنونده نام منبع خبری را در اولین جمله نشنود و بارها جمله «او گفت» به گوشش برسد، آزرده می‌شود. یک تکنیک بسیار مفید این است که اطلاعات اصلی خبر در آخرین جمله آن تکرار شود. بسیاری از مردم فقط به انتهای خبر گوش می‌دهند. پس یک فرصت دیگر به شنونده بدهید.

در نوشته خود موانع نگذاریم

درست همانطور که اندازه مناسب جمله یا عبارات و قراردادن آن در محل مقتضی می‌تواند به پویایی خبر کمک کند، طول نامطلوب آیت خبری هم می‌تواند گوینده خبر را آزار دهد. برای مثال، اگر در متن خبر، ناگهان یک عبارت طولانی و مشکل‌ظاهر شود، دریافت خبر مختل

می‌شود.

از سوی دیگر، اگر همه جملات خبر کوتاه باشند، ملال‌آور به نظر می‌رسد. وجود این موانع در خبر، حس ناخوشایندی را در شنونده ایجاد می‌کند که گویی در اتومبیلی نشسته که راننده آن تازه‌کار است. در این حالت ممکن است علاقه فرد از بین رفته و بخواهد به بیرون از ماشین خبر ببرد. پس طول جملات را اصلاح کنید. فرم ایده‌آل خبر باید ترکیبی از جملات کوتاه، متوسط و بلند باشد.

برای اینکه روند تدوین خبر دارای فرایندی ملایم باشد، ماهرانه جملات را به هم مرتبط کنید. کلمات «اما» و «هرچند» واژگانی مفید هستند، به علاوه اینکه دقیقاً یک مفهوم را می‌رسانند ولیکن کلمه «اما» کلمه‌ای کوتاه‌تر و پرکاربردتر است. این کلمات شنونده را مطمئن می‌کنند که به زودی دیدگاه یا واقعیتی مخالف ارائه خواهد شد. ما همگی تجربه کرده‌ایم که وقتی شخصی می‌گوید «اما»، منتظر جمله بعدی او باشیم.

از کلمه «ضمناً» که در اکثر موارد مثل یک رابط عمل می‌کند، به طور صحیح استفاده نمی‌شود. از این قید فقط زمانی استفاده کنید که ارتباط نزدیکی در محتوای جملات وجود دارد و وقایع گفته‌شده، قبل و بعد از کلمه «ضمناً» در یک زمان اتفاق بیفتند. مثلاً نگوئید: «پادشاه عربستان می‌خواهد در ماه آگوست دیداری رسمی از یمن داشته باشد. ضمناً دولت ترکیه در جریان اصلاحات ارضی این کشور مورد انتقاد هیئت نمایندگی سازمان ملل قرار گرفته است.» این دو رویداد به هم مربوط نیستند، حتی اگر در یک زمان اتفاق بیفتند. پس کلمه «ضمناً» آنها را به هم مرتبط نمی‌کند. در این حالت فقط مکث بین دو آیت کافی است.

کلمه «به علاوه» به معنی «علاوه بر» است، اما کمی قدیمی به نظر می‌رسد. کلمه «همچنین» بهتر است.

البته پرداختن به کلماتی اینچینی نیاز به وقت بسیار و تجزیه و تحلیل اساسی دارد که از حوصله این نوشته خارج است و ان‌شاءالله اساتید فن در این زمینه خواهند نگاشت!

به هر ترتیب، در این مقاله به مقدمات ضروری خبرنگاری در رادیو پرداختیم و برای اینکه سخن به درازا نکشد، ادامه بحث را در قسمت دوم، با همین عنوان (خبرنویسی در رادیو) در شماره بعدی **مجله رادیو پی** خواهیم گرفت.