

سایه روشن نقش خبر در رادیو

«روزنامه را با چشم بسته بخوانید»
تبلیغ برنامه‌ای از رادیو خبر - کتاب درک رادیو

نداشتن تصویر و پخش «در زمان» موجب می‌شود، در مدت چند ثانیه بتوان رویداد خبری را پخش کرد و یا خبرهایی جدید به آن افزود. استفاده از همین نکته‌های کوچک، منجر به موفقیت‌های بزرگی می‌شود. حال، در رادیو چقدر اخبار فوری می‌شنویم؟

داستان اهمیت سرعت در شنیدن خبر و توجه به رسانه رادیو برای روزهایی بود که رادیو کمتر شناخته شده بود. اگر سیر و سفری در تاریخ بکنیم، به دوره‌ای می‌رسیم که با ظهور رسانه‌های جدید همچون تلویزیون، اینترنت و... از آن به دوران تنزل و گوشه‌گیری رادیو یاد می‌شود. در همین دوران بود که ظهور رادیو محلی با آمیزه‌ای از موسیقی و اخبار محلی، این رسانه را بار دیگر از حاشیه به متن آورد و رسانه ثانویه دوباره جان گرفت.

در این دوره دیگر اخبار مهم از نظر ارزش همه‌گیری و شهرت اهمیت نمی‌یابد، بلکه بیان اخبار کوچکی که منجر به حس نزدیکی

داستان خبر، داستانی پیچیده و همیشگی برای رسانه است. مروری بر تاریخچه رادیو و همراهی خبر در فراز و نشیب این رسانه جالب است. در کتاب **درک رادیو** از اتفاقی به ظاهر کمتر مهم ولی به نوبه خود نمایانگر ظرفیت‌های رادیو یاد می‌شود: «زمانی آتش سوزی کریستال بالاس در سال ۱۹۳۶، رخ داد که روزنامه‌ها تعطیل شده بودند و در این هنگام اولین خبر دست اول و انحصاری از آن **BBC** بود؛ گفت‌وگوی زنده تلفنی درباره صحنه آتش‌سوزی که با فریادهای مردم، آژیر آتش‌نشانی و سروصدای فروریختن شعله‌های آتش همراه بود. این خبر عملاً نشان داد که رادیو نه تنها سریع‌تر از روزنامه، اطلاع‌رسانی می‌کند، بلکه به لحاظ حسی هم واقعی‌تر است». خبر رادیو در آن روز از رقیب هم‌دوره‌اش - روزنامه - پیشی گرفت و بعدها رسانه یک‌تاز خبری جنگ جهانی دوم شد. رادیو شنیده شد! «خبر» به اوج و شوکت رسید. یکی از ویژگی‌های خبر رادیو، سرعت است.

شنونده است پرتنگ‌تر می‌شود. در کتاب اصول ژورنالیسم در رادیوهای محلی می‌خوانیم: «در این بازار رقابتی، خبر هم از محدود عواملی است که سبب می‌گردد، ایستگاه رادیویی «محرم اسرار شخصی افراد» و همچنین عنصری منحصر به فرد به شمار 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»

آنچه گفته شد نشانه اهمیت خبر - به‌ویژه در دو زمان بحرانی برای رادیو - بود. از تاریخ رادیو در جهان که بگذریم، به صدای جمهوری اسلامی ایران می‌رسیم؛ همانجا که از شبکه پیام هر پانزده دقیقه یک بار، خبر می‌شنویم و یا از رادیو ایران که زمانی خبر ساعت ۱۴ (دو بعد از ظهر) آن، تنها خبر رسمی و پرسنوده کشور بود:

■ ساعت چهارده. اینجا تهران است، صدای جمهوری اسلامی ایران، رادیو ایران.

خبر نیمروزی، به مدت ۳۰ دقیقه و گاه بیشتر به خواندن تیتراها و خبرها و ارتباط تلفنی و تحلیل سیاسی می‌پردازد.

امروز اخبار فقط محدود به شنیدن اعلام ساعت و گوینده‌ای نیست که رسمی سلام می‌کند و رسمی‌تر خبر می‌خواند؛ بلکه گاه برنامه‌های ترکیبی که بخش‌هایی از روزنامه را انتخاب کرده و می‌خوانند، یا وقایع روز را به صورت گذرا مطرح می‌کنند و یا بحث و چالشی را پی‌گیری می‌نمایند نیز شکل‌های جدید خبر هستند. به عبارتی خبر رادیویی شامل همه آن چیزی می‌شود که رنگ اطلاع‌رسانی به خود گرفته است. این لایه جدید اخبار است که گاه موضوعات اجتماعی و زندگی روزمره مردم و یا اخبار عجیب و غریب در آن مهم‌تر از پرداختن به موضوعات سیاسی است.

روی سخن در اینجا با همان بخش خبری است که گاه خیلی سریع خبرها را پشت سر هم می‌خواند. لازم است همانطور که تلویزیون با انتخاب تصویرها و روزنامه با چاپ عکس‌ها و چینش مناسب، مخاطب را جذب می‌کند، رادیو هم برای رهایی از یکنواختی و کسل‌کنندگی، لحن و اجرای گوینده را به سمت «قالب گزارش» سوق دهد. ارتباط تلفنی که بر حسب ضرورت، که بر حسب ضرورت، صدای مسئولان است باید با صدای مردم همراه شود تا مخاطب

با شنیدن صدای خود، جذب خبر رادیو بشود. اینجاست که آقای قاضی‌زاده در کتاب **گزارشگری در رادیو** می‌نویسد: «در رسانه‌ها -از جمله رادیو- گزارش می‌تواند جذاب‌ترین بخش باشد.» او در تمام نکاتی که برای یک گزارش خوب عنوان می‌کند نیاز، علاقه، سلیقه و احساس مخاطب را در نظر دارد. وی می‌نویسد: «در گزارش نوشتاری، نشانه‌های قراردادی، یعنی خط و علامت‌گذاری، باید معنا، فضا و حس و حال و چگونگی را به مخاطب انتقال دهد. در گزارش رادیویی «صدا» به تقویت و یا جهت‌دهی مفهوم‌ها و فضاسازی کمک می‌کند. صدای هیاهو در صحنه، از راه گوش قابل شنیدن و لمس است. در گزارش نوشتاری باید آن هیاهو را به مدد واژه و توصیف به مخاطب انتقال داد.» این بار که به یک بخش خبری در رادیو گوش دادید، به هر صدایی جز

فاصله گرفتن از اخبار تک صدایی

- (صدای گوینده خبر) یعنی گزارش‌های بیشتر و بیشتر در یک بخش خبری برای بیان رویدادها، یعنی جذب مخاطب و توجه به شنونده، یعنی موفقیت در یک بخش خبری.

صدای گوینده و گاه ارتباط تلفنی دقت کنید! شعاع «نقاشی‌ها در رادیو بهترند»، تنها وقتی واقعیت پیدا می‌کند که واژه‌ها و اصواتی که برای رنگ‌آمیزی این نقاشی‌ها صرف می‌شوند، به نحوی اثربخش انتخاب شده باشند و قوه تخیل شنیداری را برانگیزانند.

«انتخاب کلمات اثربخش» و «برانگیختن قوه تخیل» در تک تک برنامه‌های رادیو اهمیت دارد و خبر رادیو نیز از این اصل مستثنی نیست. درست است که گاه خبر به خودی خود از آن جهت که اتفاق مهمی روی داده، توجه مخاطب را جلب می‌کند، اما موفقیت یک بخش خبری زمانی است که با تکیه بر همان قوه تخیل و انتخاب درست کلمات، وقایع را برای مخاطب به تصویر بکشد.

اندرو کرایسل، نویسنده کتاب **درک رادیو** گزارش خبری را به منزله قلب تپنده و ستون اصلی کار در خبر رادیو معرفی می‌کند. گزارش خبری در نوشته‌های او به قدری رنگ می‌گیرد که تفسیرها و بحث‌ها، به مسائل فرعی و حاشیه‌ای بدل می‌شوند. او صدا را معادل رادیویی عکس برای روزنامه بیان می‌کند.

برای گوینده خبر رادیو علاوه بر خوانش صحیح و روان - همانند گوینده خبر در تلویزیون - لحن ادا و تأکید بر کلمات خاص اهمیتی صدچندان دارد. به عبارتی، گوینده خبر رادیو باید فردی باشد رادیویی و یا فردی که ویژگی‌های صدا در رادیو را خوب بشناسد. صرف داشتن عنوان گوینده خبر منجر به خواندن خبر در رادیو نمی‌شود. همچنین وقتی خبر رادیو تنها «صدا»ست، رسا و گیرابودن صدای گوینده و آشنایی وی با ویژگی‌های صدا در رادیو به تنهایی نمی‌تواند مؤثر واقع شود، بلکه پخش گزارش‌های کوتاه، خواندن خبر با صداهای مختلف (چه در مشروح خبر و چه غیر آن) و به‌کارگیری موسیقی آرام و آهنگ و... است که به خبر رادیو رنگ و جان می‌دهد.

فاصله گرفتن از اخبار تک صدایی (صدای گوینده خبر) یعنی گزارش‌های بیشتر و بیشتر در یک بخش خبری برای بیان رویدادها، یعنی جذب مخاطب و توجه به شنونده، یعنی موفقیت در یک بخش خبری.

باشد که خبر رادیو با تأکید بر ویژگی سرعت انتقال، حلقه اتصال وقایع و حوادث با شنندگان شود و بازنمایی و انعکاس اخبار به مدد تمهیداتی که برای فرآوری خبر در شبکه‌های رادیویی اندیشیده می‌شود، در جذب مخاطب بیشتر مؤثر باشد.

منابع:

- **درک رادیو** (۱۳۸۱). اندرو کرایسل. ترجمه معصومه عصام: تحقیق و توسعه صدا.
- **گزارشگری در رادیو** (۱۳۸۱). علی‌اکبر قاضی‌زاده: تحقیق و توسعه صدا.
- **اصول ژورنالیسم در رادیوهای محلی** (۱۳۸۶). پاول چانتلر و سیم هریس. ترجمه زهره جنابی: دفتر پژوهش‌های رادیو.
- **مصاحبه رادیویی** (۱۳۸۳). جیم بیمن. ترجمه احمد ارژمند: تحقیق و توسعه صدا.