

ساختارهای روایت و کارکرد آن در خبر رادیو

محمد نیک ملکی^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۱۱

چکیده:

خبر به عنوان مهمترین ژانر رسانه‌ای علاوه بر آنکه بخشی از اعتبار یک ایستگاه یا بخش خبری رادیویی نزد شنوندگان آن است، تلاشی برای تفسیر جهان و وقایع آن برای شنوندگان محسوب می‌شود. از این رو در دنیایی که تحت سلطه رسانه‌های مختلف است، درک واقعیت ما از رخدادها به طور فزاینده‌ای توسط روایت رسانه‌ها شکل می‌گیرد. از آنجا که رسانه‌ها کنترل‌کننده‌های اصلی تولید و مصرف روایت هستند، داستان‌هایی که «طبیعی»ترین به نظر می‌رسند، داستان‌هایی هستند که رسانه‌ها ما را به آنها عادت داده‌اند. بنابراین هر رسانه روش خود را برای داستان‌گویی توسعه می‌دهد. این شیوه‌ها برای روایت داستان شامل عناصر داستان، جنبه‌های فنی رسانه و قراردادهایی برای انواع داستان‌ها یا رخدادها هستند. با این اوصاف در حالی که مرزهای بین سرگرمی و اطلاعات در رسانه‌های جمعی همچنان در حال حل شدن است، درک راه‌های انتقال روایت رویدادها از یک رسانه به رسانه دیگر و شناخت پیامدهای ایدئولوژیکی این استراتژی‌ها در مطالعات رسانه‌ای امری ضروری است. مقاله حاضر ضمن توجه به این مهم با بررسی نقاط قوت و ضعف خبر رادیو، زبان خبر رادیو و ساختارهای اخبار رادیو به بررسی ساختار و عملکرد روایت‌گری در اخبار رادیو می‌پردازد.

واژه‌های کلیدی:

خبر، رادیو، خبر رادیویی، هرم وارونه، روایت‌گری خبر

مقدمه

این برنامه روزمره همه ما است، هر زمان که می‌خواهیم بدانیم در منطقه، درکشور یا در جهان پیرامون مان چه می‌گذرد، به راحتی امواج دریافتی اخبار رادیو را تنظیم می‌کنیم. اخبار رادیو ظرف چند دقیقه ما را در جریان مهمترین رویدادها و موضوعات قرار می‌دهد. اخبار، دقیق، مختصر، بی‌طرف و جذاب است. حداقل باید این‌گونه باشد. یک برنامه رادیویی بدون خبر مانند گل‌های بدون عطر است. اگر خبر معتبر و قابل فهم باشد، شنوندگان نیز به طور کلی به ایستگاه یا بخش خبری رادیویی امتیاز می‌دهند. به همین دلیل برای خبرنگاران، تهیه و ارائه اخبار با بیشترین دقت و رعایت برخی قوانین، امری ضروری است. مهم‌تر از همه، خبرنگاران و روزنامه‌نگاران باید از خود پرسند، آیا این اطلاعات برای شنوندگان واقعاً جدید، مهم و مفید است؟ تنها پس از پاسخ مثبت به این سؤال، خبرنگار می‌تواند شروع به نوشتن و تنظیم خبر و در عین حال اقدام به انتشار کند. بنابراین اخبار رادیو، اطلاعاتی درباره وقایع، حقایق و نظرات است. این هدفی است که نباید حاوی نظر روزنامه نگار یا خبرنگار باشد. زبان خبر ساده و دقیق است. در بیشتر موارد، گزارش‌های خبری فقط متن‌های گفتاری هستند.

با این اوصاف نوشتن برای رادیو به چند دلیل با نوشتن برای مطبوعات و تلویزیون متفاوت است. نخست، زمان کمتری برای ارائه اطلاعات اخبار دارد. بنابراین، باید اطلاعات را با دقت اولویت‌بندی و جمع‌بندی کرد. دوم، شنوندگان نمی‌توانند جملاتی را بخوانند که بار اول درک نکرده‌اند. آن‌ها باید اطلاعات موجود در مورد رخداد خبری پخش شده را هنگام شنیدن آن درک کنند. در نتیجه، باید نوشتاری ساده و واضح داشت و سوم، برای «گوش» نوشته می‌شود. در نگارش رخدادهای خبری برای مطبوعات و تلویزیون، برای «چشم» نوشته می‌شود. رویداد باید به خوبی برای چشم مخاطب بخواند. اخبار تلویزیون یا رادیو دارای پیچیدگی‌های اضافه شده‌ای است که باید خوب به نظر برسد. وقتی شنونده خبر را می‌شنود، باید «گوش» را تحریک یا فرا بخواند. همچنین، برای خبر رادیویی، شنوندگان نمی‌توانند تصاویر آنچه شما می‌گویید را ببینند، بنابراین باید تصاویر را با کلماتی که در خبرهای رادیویی خود استفاده

می‌کنید نقاشی و توصیف کنید تا مخاطبان بتوانند تصاویر را فقط از طریق توصیفات کلامی شما «بینند». در این میان فارغ از نوشتن برای رادیو یا گوش و شنیدن در فضای رسانه‌ای امروز، بسیاری از رویدادهای خبری در قالب‌های ویدیویی، صوتی و متنی به اشتراک گذاشته می‌شوند. مهم است روش‌های مختلفی را که مخاطبان از اطلاعات به اشتراک می‌گذارند استفاده کنند. مانند هر نوع نوشتن خبر، باید مشخصات مخاطبان را شناسایی کرد تا بدانیم مخاطبان چه نوع اطلاعاتی را می‌خواهند و در این بین آنچه بیش از این اهمیت دارد ساختارها و کارکردهای روایتی اخبار رادیوست. در تهیه مطلب حاضر از مقاله «اخبار و مصاحبه‌های رادیویی»^۱ به قلم «آن دان»^۲ در کتاب «روایت و رسانه»^۳ و «راهنمای خبرنگاران رادیو»^۴ دی دبلیو (DW) آلمان استفاده شده است.

نقاط قوت و ضعف قالب در خبر رادیویی

اخبار، شنوندگان را از وقایع و تحولات جاری آگاه می‌کند. اطلاعات باید جدید، جالب و مربوط به امور زندگی شنوندگان باشد. اخبار همچنین می‌تواند دانش شنوندگان را درباره تحولات و رویدادهای مداوم به روز کند. به علاوه، اخبار اطلاعات لازم را برای شنوندگان فراهم می‌کند تا نظرات خود را در مورد اتفاقاتی که رخ می‌دهد ایجاد و آن‌ها را از برخی مسائل و مشکلات آگاه کنند. مثال: شرکت داروسازی بین المللی «پیلکو»^۵ قصد دارد کارخانه جدیدی در محله فرسوده «بیگ تن»^۶ ایجاد کند. افرادی که در این محله زندگی می‌کنند باید جابجا شوند تا کارخانه ساخته شود. این شرکت قبلاً در مورد قراردادی با دولت مذاکره کرده است که امروز توسط طرف‌های مسئول امضا خواهد شد. پس از آن کنفرانس مطبوعاتی برگزار می‌شود. همزمان مخالفان این پروژه در خیابان‌های شهر تظاهرات می‌کنند.

1 Radio News and Interviews

2 Anne Dunn

3 Narrative and Media

4 Manual for Radio Journalists

5 PillCo

6 BigTown

شنوندگان از قبل می‌دانند که این کارخانه ساخته خواهد شد، در خصوص این قرارداد مذاکراتی انجام شده است و بسیاری از افراد «بیگ تن» باید دوباره مستقر شوند. بنابراین همه این‌ها دیگر خبر نیست. با وجود این واقعیت، امضای قرارداد امروز در واقع یک خبر است. این اخبار همچنین شامل افرادی است که قرارداد را امضا می‌کنند و آنچه در سخنرانی‌های بعدی و کنفرانس‌های خبری نهایی گفته خواهد شد. همه این موضوع برای شنوندگان مرتبط است (احتمالاً به این دلیل که شخصاً یا کسی را که می‌شناسند تحت تأثیر قرار می‌دهد). به علاوه، آنچه در کنفرانس خبری گفته می‌شود، می‌تواند بر نظرات شنوندگان تأثیر بگذارد یا باعث شود آن‌ها در مورد مواضع خود تجدید نظر کنند. این واقعیت که مخالفان این پروژه امروز تظاهرات می‌کنند نیز یک خبر است. اخبار معمولاً در ساعات مشخص پخش می‌شوند. در ساعت، در نیم ساعت یا در فواصل منظم دیگر رعایت یک برنامه زمانی خاص مهم است تا شنوندگان بدانند چه زمانی می‌توانند خبر را گوش کنند.

جدول ۱، نقاط قوت و ضعف قالب در خبر رادیویی

ضعف	قوت
<ul style="list-style-type: none"> ● فقط اطلاعات ضروری را - نه تمام جزئیات داستان - فراهم می‌کند. ● با چارچوب زمانی محدود (ارائه اطلاعات زیاد در مدت زمان بسیار کوتاه) ● خبرنگار اغلب با مطالب بیش از حد (آژانس‌ها، اینترنت، بیانیه‌های مطبوعاتی و غیره) مواجه می‌شود؛ بنابراین خبرنگار باید در مورد آنچه مربوط به شنوندگان است تصمیم سریع و دقیق بگیرد. 	<ul style="list-style-type: none"> ● شنوندگان را از وقایع، واقعیت‌ها و نظرات مربوطه آگاه می‌کند. ● عینی و بی‌طرفانه است. ● اطلاعات لازم را برای شنیدن نظرات خود به شنوندگان می‌دهد. ● معمولاً در ساعت و فواصل منظم پخش می‌شود.

چگونه انجام می‌شود؟

نوشتن خبر نه تنها فعالیت کاملاً مسئولانه است بلکه فعالیت و کنش‌گری مهمی است. یک سردبیر خبر غالباً با منابع متنوعی مواجه می‌شود.

دنباله اخبار

هنگامی که ترتیب موضوعات را در یک بولتن خبری تعیین می‌کنید، یک اصل به ظاهر ساده اعمال می‌شود، مهمترین مسائل در درجه اول قرار می‌گیرند. شنوندگان باید بتوانند به این امر اعتماد کنند. با این حال، این همیشه ساده به نظر نمی‌رسد، چرا که روند این انتخاب با اصل عینیت و بی‌طرفی در خبر مغایرت دارد. از این گذشته، تعیین مهمترین مسئله یک قضاوت ارزشمند توسط سردبیران خبر است. همه - حتی سردبیر خبر - نظر خود را در مورد نحوه رتبه‌بندی یک موضوع دارند. سردبیران معتقدند آنچه را که انتخاب می‌کنند، مهمترین موضوعات یا رخدادها برای اطلاع‌رسانی شنوندگان است. مهمترین موضوعات برای شنوندگان است، دومین مورد مهم، سومین مورد مهم، و غیره. اما این انتخاب ذهنی تنها راه حل است. با این حال، اغلب توالی اولین اخبار به طور خودکار با توجه به ماهیت وقایع مورد نظر تعیین می‌شود. اگر به عنوان سردبیر خبر یک بخش خبری کار می‌کنید، گزارش مربوط به ساخت کارخانه جدید دارویی قطعاً در ابتدای پخش اخبار خواهد بود. این پروژه به طور مستقیم بر بسیاری از شنوندگان شما تأثیر می‌گذارد. در جامعه شما بحث برانگیز است و به شدت بحث می‌شود. اینکه کدام رویداد جایگاه دوم، سوم یا چهارم را به دست بیاورد، اغلب به سلیقه سردبیران بستگی دارد.

نوشتن آیت‌های اخبار

در نوشتن اخبار، اصل بر نوشتن بسیار ساده، دقیق، مختصر، بی‌طرفانه، عینی و جذاب است. این همان زبان خبری است. جمله‌های کوتاه بسازید تا اطمینان حاصل کنید که شنوندگان می‌توانند همه چیز را به سرعت درک کنند. جملات را مملو از اطلاعات زیاد نکنید تا مطمئن شوید شنوندگان قادر به پذیرفتن مطالب گفته شده هستند. برای اطمینان از این موضوع، بی‌طرف و عینی باشید. شنوندگان می‌توانند نظر خود را درباره اخبار اعلام کنند. در اخبار

(سبک هرم وارونه)، مهمترین اطلاعات در لید یا در پاراگراف قرار می‌گیرند – البته لزوماً در ابتدای جمله نیستند. جمله اول یا دو جمله اول حاوی هسته اصلی اطلاعات است (جمله اصلی). هر آنچه در ادامه می‌آید فقط جزئیات یا زمینه بیشتری را اضافه می‌کند، که به شنوندگان کمک می‌کند موضوع را بهتر درک کنند و آن را در چشم انداز ذهنی خود قرار دهند.

تصور کنید در یک سکوی راه آهن هستید و از یک دوست خداحافظی می‌کنید. دوست شما قبلاً سوار قطار شده است و درها هر لحظه بسته می‌شوند. در این هنگام، به یاد می‌آوردید که اطلاعاتی وجود دارد که هنوز می‌خواهید به دوست خود منتقل کنید. بدیهی است که شما با ساختارهای پیچیده جمله یا گفتار تفصیلی نمی‌توانید مطلب خود را به وضوح و دقیق بیان کنید، زیرا دوست شما فرصتی نخواهد داشت تا منظور شما را بپرسد: «در اعتراض علیه ساخت کارخانه جدید دارویی حوادثی رخ داد... پنج تظاهرکننده و سه افسر پلیس زخمی شدند.» فقط با کمی پرداخت، این جملات تقریباً می‌تواند سرآمد یک خبر باشد: «چند صد نفر صبح امروز علیه ساخت کارخانه جدید دارویی تظاهرات کردند. اوج این تظاهرات درگیری با پلیس در خارج از تالار شهر بود. پنج معترض و سه افسر پلیس زخمی شدند.»

همیشه به یاد داشته باشید که خبر باید ساختار منطقی داشته باشد، به طوری که شنوندگان بتوانند بلافاصله آن را درک کنند. هر جمله جدید باید از منطق آنچه قبلاً گفته شده پیروی کند. از یک جنبه اطلاعات به جنبه دیگری نپردازید و برگردید. در خبر، روزنامه نگار باید به شش سؤال اصلی پاسخ دهد: چه کسی، چه چیزی، کجا، کی، چرا و چگونه، چه کسی؟ و چه؟ – پاسخ این دو سؤال به طور کلی هسته اصلی خبر را تشکیل می‌دهد، به عنوان مثال این اطلاعات قطعاً در اولین مطلب گنجانده خواهد شد.

پاسخ‌های «کی؟» و «کجا؟» گاهی اوقات در جمله اول گنجانده شده است، اما اغلب مخاطب می‌تواند تا جمله دوم یا سوم صبر کند. خبر نیاز به انتساب دارد. منبع باید در جمله دوم یا حداکثر آخرین جمله سوم ذکر شود. شنوندگان باید بدانند که اطلاعات از کجا نشئت گرفته‌اند – خصوصاً اگر اطلاعات بحث

برانگیز باشد. اگر منابع مختلف، اطلاعات متناقضی را در اختیار شما قرار می دهند، هر دو منبع را ذکر کنید.

پلیس و سازمان دهندگان اعتراض ارقام متفاوتی را از نظر تعداد شرکت کنندگان در تظاهرات به شما داده اند. اگر هر دو رقم را در خبر ذکر کنید، شنوندگان شما می دانند که پلیس و سازمان دهندگان در این مورد اختلاف نظر دارند، با این حال سمت هیچ یک از طرفین نیستید. به این ترتیب، اخبار شما معتبر و بی طرف باقی می ماند. پلیس می گوید ۴۰۰ معترض در این اعتراض شرکت کردند. برگزار کنندگان تظاهرات تعداد شرکت کنندگان را ۲ هزار نفر اعلام کردند.

اگر در خبر خود جمله ای بحث برانگیز را نقل می کنید، منبع باید در جمله اول ذکر شود.

خوب نیست: «پلیکو» برای تأمین مجوز برنامه ریزی برای ساخت یک کارخانه جدید به وزیر صنعت M رشوه داده است. این دیدگاه رئیس H حزب حفاظت از محیط زیست است.

جمله اول این نسخه از خبر برای شنوندگان شما یک واقعیت به نظر می رسد. حتی ممکن است آن ها چنان از آن شوکه شده باشند که قادر به گوش دادن به جمله دوم نباشند. فقط بعداً خواهند فهمید که یک اظهار نظر را برای یک واقعیت اتخاذ کرده اند - زیرا این خبر بد نوشته شده است. شنوندگان اعتماد خود را از دست می دهند و ممکن است هرگز با بخش خبری شما هماهنگ نشوند.

بهتر: «رئیس حزب محافظت از محیط زیست»^۱ ادعا می کند که «پلیکو» به وزیر صنعت رشوه داده است. این حرف را در مصاحبه با ایستگاه ما بیان کرد. H می گوید که «پلیکو» فقط مجوز ساخت کارخانه داروسازی جدید را گرفته، زیرا به وزیر رشوه داده است.

پاسخ به سؤالات «چرا» و «چگونه» موضوع را بیشتر توضیح می دهد. آن ها به محض ارائه مهمترین حقایق دنبال خواهند شد. اگر این خبر خیلی کوتاه باشد، حتی ممکن است این اطلاعات کنار گذاشته شود.

چند صد نفر (که) به ساخت کارخانه جدید دارویی (چه) امروز صبح (چه) وقت) اعتراض کردند. در جریان تظاهرات، تظاهرکنندگان در بیرون از تالار شهر (کجا) با پلیس درگیر شدند. پزشکان بیمارستان شهر می‌گویند (منبع)، آن‌ها مجبور شدند پنج معترض و سه افسر پلیس را به علت جراحات وارده در تظاهرات معالجه کنند. به گفته شاهدان عینی (منبع بیشتر)، پلیس پس از پرتاب سنگ به سمت پلیس (چگونه / چرا) از گاز اشک آور و گلوله‌های لاستیکی علیه معترضان استفاده کرد.

خبر اخبار رادیو چگونه ساخته می‌شود؟

اخبار رادیویی حدوداً از پنج جمله تشکیل شده است و طول آن حدود ۲۰ تا ۲۵ ثانیه است. خبر رادیویی شبیه سایر اشکال رسانه خبری است، از این نظر که مهمترین اطلاعات در درجه اول قرار می‌گیرد. به دنبال مهمترین و جدیدترین اطلاعات، منابع، اطلاعات پیشینه و سایر تحولات به دست می‌آیند - از مهم‌ترین به کم اهمیت‌ترین - کمترین اطلاعات در پایان به دست می‌آید.

مانع یا مشکل سرراه

فاصله نداشتن

سهل انگاری در نوشتن خبر می‌تواند به راحتی منجر به استفاده از کلمات و عبارات آلوده شود. این بدان معنی است که شما فاصله حرفه‌ای و بی‌طرفی خود را از دست می‌دهید.

خوب نیست: سرانجام امروز قرارداد ساخت کارخانه جدید داروسازی امضا شد. کلمه «سرانجام» این تصور را ایجاد می‌کند که روزنامه‌نگار امیدوار بود که قرارداد امضا شود. با این حال، ممکن است بسیاری از ساکنان «بیگ تن» این احساس را که بی طرف نیست، نداشته باشند.

بهتر: قرارداد ساخت کارخانه جدید داروسازی امروز پس از هفته‌ها مذاکره به امضا رسید.

خوب نیست: معترضان به آلودگی ناشی از کارخانه جدید اعتراض دارند. آیا کارخانه واقعاً باعث آلودگی محیط زیست می‌شود یا اصولاً این نظر محیط‌بانان است؟

بهتر: معترضان معتقدند کارخانه جدید برای محیط زیست مضر خواهد بود.

مغرضانه به جای کلمات بی طرف

وقتی می‌خواهیم رنگی به زبان خبری خود اضافه کنیم، به راحتی می‌توانیم کلمات آلوده را وارد کنیم. به عنوان مثال؛ ممکن است بعضی اوقات، استفاده مکرر از کلمه «اظهار داشت یا گفت» (می‌گویند، گفته می‌شود و...) در اخبار خسته‌شویم. بنابراین شروع به جایگزینی «اظهار داشت یا گفت» با کلماتی مانند «تأکید»، «توضیح»، «ادعا» یا «برجسته» می‌کنیم. اما متأسفانه، هیچ‌یک از این کلمات به اندازه کلمه «اظهار داشت یا گفت» خنثی نیستند. هر کدام از آن‌ها اخبار را به شیوه‌ای خاص آلوده می‌کنند.

زبان خبر رادیو به چه زبانی است؟

اخبار رادیو در مدت زمان بسیار کوتاهی اطلاعات زیادی به شنوندگان می‌دهد. بنابراین، اخبار باید به شکلی باشد که فهم و پیگیری آن آسان باشد. زبان خبر باید کاملاً مختصر و خنثی باشد. و از آنجا که هدف انتقال حداکثر اطلاعات در حداقل زمان است. در اینجا مروری کوتاه بر روی مهم‌ترین قواعد می‌اندازیم:

- بهره‌گیری از جملات کوتاه و ساده.
- عینی و مختصر بودن.
- از نظردادن و اظهارنظر اجتناب کنید؛ در رادیو هیچ نقل قولی وجود ندارد، برخلاف مطبوعات. بنابراین اگر از شخصی نقل قول می‌کنید، از عبارتی مانند «پایان نقل قول» استفاده کنید تا به شنوندگان بگویید که نقل قول کجا پایان می‌یابد و متن خبرنگار شما تا کجا ادامه دارد. یا بهتر از است از گفتار غیر مستقیم استفاده کنید.
- از ارائه تعداد زیاد ارقام، اندازه‌گیری‌ها، تاریخ‌ها یا اعداد دیگر جلوگیری کنید؛ اعداد و ارقام را به حداقل برسانید. درک آن‌ها از رادیو سخت است. اگر مجبورید از اعداد استفاده کنید، سعی کنید آن‌ها را گرد کنید. با این حال،

مواردی وجود دارد که ارائه دقیق اعداد و ارقام به مقدار ده دهی کاملاً ضروری است؛ به ویژه هنگام گزارش نتایج انتخابات، نرخ تورم یا نرخ ارز.

● از اصطلاحات فنی یا تخصصی اجتناب، یا آن‌ها را به میزان کم استفاده کنید؛ اختصارات و کلمات اختصاری اولین باری که در یک خبر ظاهر می‌شوند باید توضیح داده شوند. تصور نکنید که همه شنوندگان می‌دانند یونیسف (صندوق کودکان سازمان ملل) یا یونسکو (سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی سازمان ملل) به چه معناست.

● از رونوشت کردن مستقیم گزارش‌های خبرگزاری‌ها اجتناب کنید؛ زیرا غالباً زبان مورد استفاده آژانس‌ها برای پخش اخبار مناسب نیست.

● کلمات کلیدی را به جای استفاده از مترادف، تکرار کنید؛ درک مترادف اغلب برای شنوندگان دشوار است و گاهی اوقات منجر به سوء تفاهم می‌شود.

● مراقب کلمات بیگانه باشید؛ آنچه را می‌فهمید، نوشتار خود را مبنا قرار ندهید. در مورد اینکه آیا شنوندگان شما آن را درک می‌کنند، بررسی کنید. اگر هیچ جایگزینی برای کلمه خارجی وجود ندارد، باید از آن استفاده کنید و سپس آن را توضیح دهید.

● نرخ درصد اغلب بسیار انتزاعی به نظر می‌رسد، هرچا ممکن است، سعی کنید عبارات مختلفی برای آن‌ها پیدا کنید؛ «۵۰ درصد» را می‌توان «نیمه» توصیف کرد، «۲۰۰ درصد» را «دو برابر» یا «دو برابر» توصیف کرد.

● برای تجسم اطلاعات در مورد اندازه و یا فاصله، مقایسه کنید؛ اگر به عنوان مثال ذکر کنید که یک سایت ساختمانی «تقریباً به اندازه دو زمین فوتبال است»، شنوندگان این حالت را بهتر از تصور اینکه اندازه آن را با مترمربع بگویید، تجسم می‌کنند.

● در صورت امکان، اخبار خود را با صدای فعال بنویسید؛ این باعث می‌شود که خبر به صورت زنده و طبیعی‌تر به نظر برسد. صدای منفعل اغلب مانند یک اعلامیه رسمی به نظر می‌رسد: خشک و خسته کننده.

چگونه یک خبر رادیویی ارائه می‌شود؟

در برخی از ایستگاه‌های رادیویی، اخبار توسط گویندگان آموزش دیده که لزوماً روزنامه نگار یا خبرنگار نیستند، ارائه می‌شود. این خبر از زبان خنثی

استفاده می‌کند و به روشی آرام و آهسته ارائه می‌شود. مهم است که نظرات خود گوینده اخبار با نحوه گفتگو گوینده خبر هنگام ارائه خبر اشاره نشود. خبر مهمتر از مجری است. این امر خصوصاً در مورد گزارش‌دادن در مورد بلايایی مانند سیل یا اخبار دیگری که باعث همدردی می‌شوند، از اهمیت برخوردار است. مجری نباید احساسات خود را نشان دهد.

ساختارهای اخبار رادیو

بولتن‌های خبری رادیو معمولاً از ساختاری پیروی می‌کنند که با سیگنال صوتی، اخبار با آن آغاز می‌شود (فراخوان توجه)، بعضاً با عناوینی نشان می‌دهد که چه خبرهایی قرار است در آینده یا به عبارتی در ادامه بولتن خبری منتشر شود. در ادامه یک سری اخبار منفرد وجود دارد که با یک «لید» یا مهمترین رویداد خبری شروع می‌شود و اغلب با یک رویداد خبری نرم‌تر، به اصطلاح «رنگی» از قبیل اخبار ورزشی و آب و هوا به پایان می‌رسد. این سفارش از ایستگاه به ایستگاه و از یک بخش خبری رادیو به بخش خبری رادیویی دیگر متفاوت است و تحت تأثیر مخاطب احتمالی آن‌ها قرار می‌گیرد. ارایه رویدادهای خبری رادیو به طور معمول یکی از سه اشکال را دارند که نام آن‌ها از جایی به جای دیگر کمی متفاوت است. ساده‌ترین شکل ارایه «خواندن مستقیم»، «گوینده» یا «رونوشت خوانده شده» است. همان‌طور که از عناوین خبری پیداست، متن تحریری است که توسط گوینده خبر، بدون هیچ صدای دیگری خوانده می‌شود. نوع دوم «معرفی به علاوه صدا» یا «صدای رویداد/گزارش» است. در این شیوه، گوینده خبر فقط یک یا دو جمله از مقدمه رویداد خبری را می‌خواند و در ادامه خبرنگار را معرفی می‌کند، خاتمه می‌یابد، مانند .. بیشتر از

سپس خبرنگار در حال خواندن قسمت دوم رویداد خبری است که گهگاه به صورت زنده اما غالباً از قبل ضبط شده است و صدای خبرنگار تنها چیزی است که می‌شنویم. نوعی تغییر در این فرم مقدمه گوینده خبر است که به دنبال آن یک «تحت تأثیر قراردادن یا توجه جلب کردن» (یک قطعه صوتی کوتاه، که معمولاً از یک مصاحبه طولانی ویرایش می‌شود) از راویی که گزارشگر نیست،

اما به عنوان یک چهره مهم در رخدادهای خبری شناخته می‌شود (مقدمه به علاوه تحت تأثیر قراردادن یا توجه جلب کردن).

فرم نهایی «بسته» یا «مقدمه به علاوه بسته» است. این شامل مقدمه گوینده خبر است، که معمولاً کاملاً کوتاه است و با «پاس دادن» گفتاری به نام خبرنگار خاتمه می‌یابد. قسمت دوم یک آیتم از پیش ضبط شده و «بسته بندی شده» است که شامل صدای گزارشگر و صدا یا صدای («توجه جلب کردن»، «صداها می‌محیطی» یا «واقعیت») افراد مربوطه است، که در مورد آن صحبت می‌کنند. در زمینه رویداد خبری از گزارشگری به نام لوک لولر درباره تلویزیون پولی، با استفاده از «جلب توجه کردن» سخنگوی ارتباطات مخالف. طول این جلب توجه‌ها، مانند اخبار تلویزیون، کمتر از چهار یا پنج ثانیه کوتاه می‌شود که در واقع فقط کافی است تا شواهد قانع کننده‌ای فراهم کند مبنی بر اینکه فرد توسط یک روزنامه نگار صحبت کرده است.

گاهی اوقات، اگر واقعه گزارش شده آن را نشان دهد، «واقعیت» دیگری وجود خواهد داشت. یعنی صدای ضبط شده در صحنه و ترکیب با صدای خبرنگار و هر صدای دیگر. به عنوان مثال می‌توان به گزارشی از اعتراض یا تظاهرات اشاره کرد، که ممکن است با صدای شعار دادن معترضان آغاز شود، سپس خبرنگار وارد صحنه می‌شود و صحنه را توصیف می‌کند و معمولاً با «توجه جلب کردن» افرادی مانند افرادی از کابینه دولت مربوطه و شاید کسی که از طرف معترضان صحبت می‌کند.

طول زمانی هر نوع رویداد متفاوت است اما به طور کلی فقط بین ۱۵ تا ۲۰ ثانیه برای خواندن گوینده و پنجاه ثانیه برای طولانی‌ترین بسته است. تعداد و نوع رویدادهای هر بولتن با توجه به طول بولتن و ایستگاه و بخش خبری رادیویی خاص متفاوت است. ایستگاه‌های رادیویی که به برای مخاطبان جوان‌تر، موسیقی محبوب پخش می‌کنند، نسبت به ایستگاه‌های مبتنی بر گفتگو با وزن‌تر مانند رادیوی ملی ۴، BBC، ABC و رادیو ملی در ایالات متحده آمریکا (NPR) بولتن‌های خبری کمتری و کوتاه‌تری ارائه می‌کنند. ایستگاه‌های تجاری که مبتنی بر موسیقی هستند تمایل ندارند منابع را در اخبار قرار دهند (تولید آن نسبتاً گران است)، بنابراین آن‌ها به آژانس‌های خبری

متصل هستند یا به گزارش‌های خبری شبکه‌های صنفی اعتماد می‌کنند و گزارشگران کمی از خودشان دارند. این بدان معناست که در فرم اخبار آن‌ها احتمالاً رویدادهای فقط خواندنی و «تنوع صدا» و «بسته خبری» کمتری وجود دارد.

شکل بولتن خبری به عنوان یک کل

برای بخش خبری یا میز خبر شما به همان اندازه مهم است که برای همه بولتن‌های خبری یک طراحی یکنواخت را تعیین کنید، همان‌طور که برای هر خبر جداگانه یک قالب خاص را تعیین کنید. یک بار دیگر، گزینه‌های بی‌شماری دارید:

- معرفی با موسیقی پخش اخبار (صدای جرنگ جرنگ خبر/ مقدمه)
- موسیقی زمینه‌ای (زیربنای) کل بولتن خبری
- صدای مختصرکوتاه بین اخبار منفرد
- مروری کوتاه بر مهمترین عناوین خبری در ابتدا و یا انتهای بولتن
- گزارش هوا در ابتدا یا انتهای بولتن
- معرفی نام سردبیر در ابتدا و/ یا در پایان
- دادن زمان دقیق قبل و یا بعد از بولتن خبر

فرم اخبار منفرد

بخش خبری رادیو باید در مورد یک سیاست مشترک در مورد چگونگی شروع همه اخبار تصمیم بگیرد. گزینه‌های مختلفی وجود دارد. هر مورد:

- به راحتی با جمله اصلی آن شروع می‌شود
- قبل از یک خط تاریخ (به عنوان مثال نیویورک: ... ، برلین: ... ، مسکو: ...)
- قبل از آن یک واژه سر و صدا (به عنوان مثال تظاهرات: ...)
- یک عنوان کامل قبل از آن ارائه شده است (به عنوان مثال تظاهرات بیش از حد گاهی به خشونت تبدیل می‌شود...)

اخبار رادیو و هرم وارونه

اصولاً ساختار سنتی برای اخبار به عنوان «هرم وارونه» شناخته می‌شود. به طور سنتی، به خبرنگاران آموزش داده شده است (و هستند) که هر داستان را با

یک پاراگراف مقدماتی که حاوی مهمترین اطلاعات در داستان است و حداقل به دو یا سه سؤال اصلی روزنامه‌نگاری پاسخ می‌دهد (پنج Ws و H): چه کسی و چه چیزی، گاهی اوقات نیز کجا و کی به ندرت، چرا و چگونه.

در اینجا مثالی از بولتن خبری رادیو ABC آورده شده است: «غول بیمه AMP با در نظر گرفتن مسائل خانوادگی با کارکنان خود قرارداد سرمایه‌گذاری امضا کرده است... در ازای انعطاف‌پذیری بیشتر. این قسمت ابتدایی به ما «چه کسی» و «چه» می‌دهد و مهمترین اطلاعات داستان را خلاصه می‌کند. پاراگراف‌های بعدی اطلاعات و سوابق بیشتری را ارائه می‌دهند.

هرم وارونه ساختاری روزنامه‌ای است، که برای خوانندگان طراحی شده است. اما اخبار رادیو برای شنیدن نوشته می‌شود. در همان بولتن رادیویی ABC داستان دیگری وجود دارد که ساختاری متفاوت را نشان می‌دهد. یکی مناسب‌تر برای اخبار رادیو است. این کار با چیزی شروع می‌شود که گاهی اوقات «طنازی لید» نامیده می‌شود. یعنی یک سرآمد یا مقدمه‌ای که به شنوندگان بگوید چه نوع داستانی را می‌خواهند بشنوند. هدف اصلی این است: «تلویزیون پولی باعث خجالت بیشتر دولت فدرال می‌شود.» این لید فقط اطلاعات کمی در مورد چه کسی و چه چیزی با استفاده از استعاره به مخاطبان ارائه می‌دهد: تلویزیون پولی و دولت فدرال شخصی و فردی هستند، گویا آن‌ها قادر به ایجاد خجالت شوند اما شنوندگان تا پاراگراف دوم و بعدی نمی‌فهمند که منبع خجالت چیست. رخداد در یک ساختار داستانی پیش می‌رود. اختلال در تعادل ایجاد می‌شود و چهرهای شخصیت تغییر می‌کند. در این مورد، رئیس اداره حمل و نقل و ارتباطات «تقصیر» را می‌پذیرد و پیشنهاد می‌کند به دلیل روند مناقصه، استعفا دهد. سپس داستان، راوی دوم – علاوه بر گوینده خبر – در قالب، گزارشگری که گزارش صوتی وی به ترتیب زمانی داستان را روایت می‌کند.

گوینده خبر ادامه می‌دهد: «لوک لاولر»^۱ گزارش داد که دولت مجبور شده است که مراحل مناقصه مجوزهای جدید تلویزیون‌های پولی مایکروویو را

خاتمه دهد.» و سپس صدای لاولر شنیده می‌شود که داستان کاملاً پیچیده را به ما می‌گوید:

در ژانویه سال جاری، هنگامی که استیو کوزر صاحب مجوز مایکروویو تهدید کرد که ماهواره را تحویل تلویزیونی پولی می‌دهد، دولت اعلام کرد تا زمانی که تلویزیون ماهواره‌ای روی آنتن نرود، آن را مسدود می‌کند. این قانون اکنون در حال اجراست. اما در ماه ژانویه، دولت همچنین تصمیم گرفت با صدور مجوزهای جدید مایکروویو، روند مناقصه را در آخرین لحظه خاتمه دهد. این تصمیم در دادگاه‌ها لغو شد و روند مناقصه پیش رفت. اکنون، به دلیل یک اشتباه اداری، این فرآیند دوباره لغو شده است.

روندهای این رخداد بین آن چیزی که در گذشته اتفاق افتاده است (در ژانویه امسال، بازگشت به ژانویه) و عواقب موجود در حال حاضر (اکنون این قانون وضع شده است)، اکنون... دوباره کنار گذاشته شد، اما اساساً یک تقویم خطی است و شنونده را با داستان به روز می‌کند. روایت هیچ راه حلی ندارد، با این حال، هیچ بسته‌ای ندارد. علاوه بر این، اپیزودی است که در مجاورت اپیزود دیگری در همان داستان اصلی معرفی تلویزیون پولی ارائه شده است. داستانی که بلافاصله این داستان را دنبال می‌کند، یک رونوشت خوانده شده با یک «تحت تأثیر قرار دادن» است. این نه تنها به آنچه که «داستان تلویزیون پولی» می‌نامد بلکه به پیشنهاد استعفا رئیس بخش نیز اشاره دارد:

مخالفت دولت فدرال در واقع تلاش برای تحقیق در سنا درباره داستان تلویزیون پولی است و خواستار کنار گذاشتن وزیر ارشد ارتباطات باب کالینز است. سخنگوی ارتباطات مخالف، ریچارد آلستون قصد دارد امروز هنگام از سرگیری جلسه سنا، با دموکرات‌ها گفتگو کند. سناتور آلستون ادعا می‌کند که نخست وزیر از قبول پیشنهاد رئیس بخش برای کنار گذاشتن سناتور کالینز خودداری کرد.

و سپس صدای آلستون را می‌شنویم که می‌گوید اگر استعفای رئیس بخش پذیرفته شود، وزیر نیز باید استعفا دهد. در ابتدای این رخداد «در ضمن» قابل فهم است. همان‌طور که مستقیماً پس از گزارش لوک لاولر اتفاق می‌افتد، در واقع در بخش دیگری از روایت به ما گفته می‌شود که اتفاقات دیگری رخ داده

که در همان زمان در جریان بوده، است. این داستان در ساختار باز و پراکنده خود بی‌شبهت به داستان سریال نیست.

خبر دوم در مورد تلویزیون پولی هیچ‌گونه تفکیک‌پذیری، شفافیت و به تعبیری نتیجه و تحلیلی از داستان ارائه نمی‌دهد بلکه یک قسمت دیگر است که با موضوع، زمان (در حال حاضر نیز وجود دارد) و درگیری به اولی متصل می‌شود. کشمکش و همچنین نیاز روزنامه‌نگاری، به ویژه در رسانه‌هایی با خدمات عمومی مانند ABC، برای ارائه «هر دو طرف داستان»، که به عنوان «تعادل» تعریف می‌شود و این موضوع یکی از شیوه‌های پخش اخبار است که در ساختارهای خبری نه تنها واقعی بلکه دقیق و عادلانه می‌سازد.

ساختارها و عملکردهای روایت در اخبار رادیو

مثال‌های بالا کاربرد فرآیندهای چرخه روایت خبری در اخبار، از تعادل تا اختلال را نشان می‌دهد. اما در این حالت حداقل در یک رویداد خبری امکان تعادل از نو بازسازی شده وجود ندارد. نظریه روایت «لویی اشتراوس»^۱ در مورد تقابل‌های دوتایی و روایت «پروپ»^۲ «کارکردها» یا نقش شخصیت همچنین می‌تواند در زمینه استفاده از تعارض در روایت‌های خبری، در متن رویدادهای خبری ساخته شده پیرامون قهرمانان و شرور، حول «ما» و «آن‌ها» اعمال شود. مدت‌هاست که درک شده است که همه در اخبار صدایی ندارند. برخی از افراد بدون اینکه قادر به صحبت کردن باشند نمایندگی دارند. درباره آن‌ها «صحبت می‌شود» - در حالی که دیگران قادر به صحبت یا شنیده شدن هستند. در مثالی که در بالا اشاره شد، سیاستمدار ارشد فدرال، سناتور آلستون، در حال صحبت است. شنیدن سخنان چنین افرادی در اخبار معمول است. شنیدن سخنان عموم مردم یا اعضای اقلیت‌ها، افرادی که به حاشیه رانده می‌شوند، معمول نیست. بنابراین بازیگران شخصیت‌ها در اخبار به عنوان یک فرم کاملاً محدود هستند و این در اخبار رادیو از نظر صدای شنوندگان مشخص است. یافتن نمونه‌هایی از اخبار که مردم، ملت‌ها یا سازمان‌ها را به عنوان «قهرمان» یا «شرور» به تصویر می‌کشد دشوار نیست. رویدادهای خبری در مورد حوادث چشم‌گیر،

1 L'evi-Strauss

2 Propp

مانند تصادفات یا بلایای طبیعی و همچنین اخبار مربوط به موضوعات برجسته سیاسی، مانند پناهجویان یا اعمال خشونت آمیز (تروریسم)، منبع غنی از این مخالفت‌ها است.

توجه کنید که اولین رویداد از دو رویداد مورد بحث چگونه شروع شده است: «تلویزیون پولی باعث خجالت بیشتر دولت فدرال می‌شود.» این جمله آغازین دانش متنی (زمینه‌ای) را از طرف شنونده در نظر می‌گیرد. در غیر این صورت استفاده از کلمه «بیشتر» بی‌معنی است (شنونده‌ای که رویدادهای قبلی را نشنیده است یا از «رویداد» تاکنون بی‌اطلاع است، می‌تواند از کلمه «بیشتر» استنباط کند که رویداد فرآیندمداری وجود دارد). این دو مورد بخشی از چیزی است که خبرنگاران، آن را «رویدادی در حال اجرا یا رویداد در حال وقوع» می‌نامند، یکی از تأثیرات آن برای چند روز یا حتی هفته‌ها ادامه خواهد داشت. غالباً چنین رویدادهایی، داستان‌های مرتبط دیگری را به وجود می‌آورد. «انتشار» آن به میزان ارزشی است که به موجب آن چیزی به عنوان خبر انتخاب می‌شود زیرا موارد یا رویدادهای مشابه از قبل در اخبار قرار دارند.

به‌خاطر بسیار زیاد بولتن‌های رادیویی در مقایسه با اخبار تلویزیونی یا نسخه‌های مطبوعاتی که وجود دارد، رویدادهای رادیویی معمولاً به روز می‌شوند؛ آن‌ها بخش‌هایی از رویداد فرآیندمدار هستند. از آنجا که هر یک از اخبار رادیو بسیار کوتاه است - کمتر از یک دقیقه، گاهی اوقات کمتر از سی ثانیه - و بولتن‌ها کوتاه هستند، معمولاً پنج دقیقه یا کمتر (به استثنای موارد، به ویژه در رادیو خدمات عمومی)، اخبار رادیو فرصتی برای ارائه زمینه یا پیش‌زمینه هر داستان به جز در کوتاه‌ترین زمان ندارد. و قالب باز رویدادهای خبری رادیو بدان معنی است که پایانی نیز برای آن‌ها وجود ندارد. آن‌ها هر دو در وسط یک رویداد بزرگتر شروع و پایان می‌یابند. این موضوع به طور کلی در بولتن‌های خبری رادیو نیز صادق است. آن‌ها مجموعه‌ای از رویدادهایی که معمولاً بدون ارتباط بین دو رخداد هستند، و این از نظر ساختاری روایتی سنتی نیست. در سال‌های اخیر، استفاده فزاینده از ساختارهای روایی پدیدار شده است. در ادامه «اخبار و روایت رادیویی» مورد بررسی قرار گرفته است.

سبک‌های گفتار در رادیو و نوشتن برای اخبار رسانه‌ها

سبک مخاطبان رادیو منحصر به فرد است. رادیو سخت تلاش می‌کند تا به صورت انفرادی هر یک از مخاطبان را خطاب قرار دهد. مجریان رادیو به گونه‌ای صحبت می‌کنند که گویی با یک نفر صحبت می‌کنند و این شیوه آموزش آن‌هاست. گفتار رادیویی تلاش می‌کند تا تخیل تعامل شخصی و کلامی، تخیل مشارکت و پاسخ را ایجاد کند، حتی اگر اساساً یک رسانه یک سویه باشد، رادیو می‌بایست شیوه و سبک مکالمه یا تلفنی را کنار بگذارد. نحوه صحبت فردی با مخاطبان در یک سالن یا اتاق کنفرانس، جایی که آن‌ها به عنوان گروهی که می‌توانند مقابلشان ببینند، مخاطبان‌شان و کاملاً متفاوت از نحوه صحبت یک «دی جی رادیو»^۱ در اواخر شب با مخاطبان‌شان است. سخنرانان در یک جلسه یا در یک سخنرانی عمومی تمایل دارند که صدای خود را کمی بلند کنند؛ حتی اگر تقویت شود (و تقویت خود یک دستگاه کاملاً مصنوعی است) و با دقت و شفاف صحبت کنند. اغلب آن‌ها از روی یادداشت‌ها صحبت می‌کنند.

از طرف دیگر، گفتار رادیویی به نظر می‌رسد طبیعی، گفتگویی و خودجوش باشد؛ حتی اگر در واقع متن باشد. چالش نوشتن زیاد برای رادیو این است که باید به گونه‌ای نوشته شود که با صدای بلند خوانده شود و مانند گفتاری خودجوش به نظر برسد. انواع متنوعی از قالب‌های گفتاری در رادیو وجود دارد - از جمله نمایش رادیویی که با اخبار کاملاً متمایز است، تا حدی به این دلیل که سعی می‌شود کم و بیش این سخنرانی از روی یک متن خوانده شود. دلیل آن تأکید بر این است که این گفتاری عینی است، نه نظرات گوینده خبر. این بخشی از ادعای حقیقت است که اخبار می‌گوید. اما حتی در بولتن‌های خبری نیز انواع مختلفی از شیوه بیان وجود دارد که کمتر رسمی و نهادی هستند، در گزارش‌های میدانی، واقعیت شرکت‌کنندگان و شاهدان عینی رویدادها مثال‌هایی در این زمینه است.

گفتگوی یکی از رمزگان یا نشانه‌های رادیو است. موسیقی، جلوه‌های صوتی و از موارد دیگر هستند، اما کلمات، گفتار و زبان، اساسی‌ترین رمزگان را تشکیل

می‌دهند. حتی در یک ایستگاه موسیقی، موسیقی در کنار رویدادهای گفتاری، مانند بولتن‌های خبری، اما شامل تبلیغات، آب و هوا و گفتگوی برنامه تنظیم می‌شود. گفتگو بخشی از روشی است که رادیوها خودشان را به بازار مخاطبان عرضه می‌کنند، به تعبیری بخشی از برند تجاری آن‌هاست. اگر رادیو را روشن کنید و برای حرکت از ایستگاه به ایستگاه دیگر از تیونر و البته نه از پیش تنظیم شده استفاده کنید، متوجه خواهید شد که نه تنها موسیقی بلکه نحوه «گفتگوی» هر ایستگاه با شما چیزی در این باره خواهد گفت. بین ایستگاه‌هایی که ممکن است موسیقی یکسانی پخش کنند اما در بخش‌های مختلف صنعت وجود دارد، قطعاً تفاوت‌هایی وجود دارد. «صدا»، نحوه صحبت گوینده‌ها با شنوندگان و پیوند دادن موارد مختلف، در ایستگاه‌های اجتماعی که گویندگان داوطلب هستند، کاملاً متفاوت است از صدای شبکه‌ای که بخشی از سازمان ملی پخش عمومی است که گویندگان در آن ساختار آموزش دیده‌اند. ایستگاه‌های محبوب موسیقی به سختی می‌تواند موسیقی‌ای که پخش می‌کنند را از رقبا تمیز و تفکیک دهند. اما اهمیت مجریان و نحوه صدای آن‌ها را می‌توان از طریق راه‌اندازی ایستگاه جدید در مورد «شکار غیرقانونی» شخصیت‌های موفق دیگر ایستگاه‌ها ارزیابی کرد.

جدول ۲، افتتاحیه اخبار J Triple

متن خبر	صدا و نظرات
<p>عدالت برای خانواده مقتول دیوید ویلسون و گروه‌های سبز از تغییرات بزرگ در قوانین محیط زیست می‌ترسند. بخش خبری Triple J News. سلام، من تونی کانولی هستم.</p>	<p>شروع اخبار با یک نسخه قابل تشخیص (آرم یا موسیقی) اما دستکاری شده الکترونیکی از موضوع شناخته شده ABC Radio News شروع می‌شود. گوینده خبر صدای مرد جوان استرالیایی است. تیتراها قبل از اعلان و معرفی، سلام و احوال‌پرسی و شناسایی خود ایستگاه هستند. ترکیبی از ساختارهای رسمی و سلام غیررسمی. بسیار کندتر از همتایان تجاری صحبت می‌کند. محتوای عنوان‌های اصلی برای علاقه‌مندی مخاطبان هدف انتخاب شده است.</p>

سبک زبان، واژگان و لهجه در گفتگوهای رادیویی همه از بخش‌های مهم برنامه‌ها و تثبیت موقعیت رادیویی هستند؛ و این بیشتر اتفاق می‌افتد زیرا ایستگاه‌های رادیویی بخش‌های خاصی از مخاطبان را هدف قرار می‌دهند. بدیهی است که شیوه‌های مختلف گفتگو در انواع مختلف برنامه‌ها و همچنین در انواع مختلف ایستگاه‌های رادیویی فراخوانده می‌شوند.

اخبار رادیو معمولاً حالت متمایزی از گفتار دارند. حتی در ایستگاه‌های رادیویی موسیقی که مخاطب آن افراد مثلاً ۱۴ تا ۲۹ ساله است، اخبار به طور کلی رسمی‌تر نوشته و ارائه می‌شوند و با دقت بیشتری نسبت به انواع دیگر گفتگوها در آن ایستگاه منتشر می‌شوند، گرچه این تغییر می‌کند. شیوه اجرای گوینده ممکن است در مقایسه با یک گوینده اخبار در ایستگاه‌های رادیویی خدمات عمومی دوستانه و آرام باشد. اما او معمولاً همچنان سعی در ارائه اقتدار و واقعیت‌هایی دارد که شنندگان از اخبار انتظار دارند.

نمونه‌های جدول ۲ و ۳ از ایستگاه‌های رادیویی سیدنی گرفته شده است، اما معادل آن در اکثر بازارهای رادیویی کلان‌شهری توسعه یافته وجود دارد. اولین مقایسه بین معرفی بولتن خبری صبح در دو ایستگاه موسیقی جوانان است که یکی توسط ABC (خدمات عمومی)، Triple J (جدول ۲) اداره می‌شود. مورد تجاری دیگر (Triple M؛ جدول ۳).

جدول ۳، افتتاحیه اخبار Triple M

متن خبر	صدا و نظرات
<p>شانزده درجه در Triple M. Kylie Baxter در حال بررسی عناوین سه گانه در ۱۲ است. (۱) کارگران کم درآمد هفته‌ای دوازده دلار دستمزد دارند... بیش از یک میلیون کارگر در نیوساوت ولز پول نقد اضافی مورد تأیید کمیسیون روابط صنعتی ایالتی را دریافت می‌کنند. این تصمیمی مشابه فدرال را از چند ماه قبل دنبال می‌کند، اما فدراسیون کارفرمایان از این موضوع خوشحال نیست و می‌گوید که این کار متوقف خواهد شد. شرکت‌ها کارمندان اضافی را به کار می‌گیرند و در صورت گران شدن هزینه‌ها آن‌ها را مجبور به اخراج می‌کنند.</p>	<p>ایستگاه Triple M «نیش، تلنگر و یا ضربه» و موسیقی است که مانند بوق‌ها کد Morse را نشان می‌دهد. صدای زن جوان، با لهجه استرالیایی استاندارد. توجه داشته باشید که با آب و هوا آغاز می‌شود. گوینده خبر خود را معرفی می‌کند اما از کلمه «خبر» یا کلمات احوالپرسی استفاده نمی‌کند. صدای لایه‌ای (گوینده با موسیقی مقدماتی صحبت می‌کند) و سرعت تحویل بلندگو ایجاد می‌کند، احساس فوریت و بی‌واسطه بودن گوینده واقعاً نفس نمی‌کشد تا اولین توقف کامل (درج شده در متن). داستان و واژگان داستان را با بولتن UE2 در زیر مقایسه کنید: بیشتر محاوره‌ای.</p>
<p>(۲) حماسه بی پایان فیل کولز با عضو درگیر IOC که تلاش می‌کند سر خود را بالاتر از آب نگه دارد، نوبت دیگری گرفت... ادعاهای جدید با گزارش برگزارکنندگان بازی‌های المپیک آتلانتا مبنی بر اینکه کولز یکی از شش عضو IOC بود، که در سال ۱۹۹۶ دو یا چند همراه در سفر به آتلانتا گرفت.</p>	<p>داستان دوم: یک قسمت دیگر در یک... پایان ناپذیر... حماسه</p>
	<p>اهمیت ورزش برای شنوندگان: شبکه ورزشی Triple M</p>

این نظرات منعکس می‌کند مخاطب هدف و آنچه را که به نظر او علاقه‌مند است. این مخاطب جوان که در درجه اول به موسیقی عامه‌پسند علاقه‌مند است و به اخبار علاقه‌مند نیست، طولانی و رسمی بودن نوع بولتن ارائه شده در ایستگاه‌های جدی گفتگو را نمی‌پسندد. شبکه دیگری که برای مخاطبان جوان (۱۴ تا ۲۹ سال) طراحی شده است، شبکه Nova FM، فرآیند «جاسازی» اخبار در صدای کلی ایستگاه را یک قدم جلوتر از Triple M برداشته است.

یک موسیقی با سرعت، ریتم پایدار به طور مداوم زیر بولتن‌ها بازی می‌کند، که بسیار کوتاه (دو تا سه دقیقه) هستند، تقریباً به طور کامل از رونوشت خوانده می‌شوند و همیشه با آب و هوا و (اگر هنگام صبحانه یا زمان رانندگی باشد) به روزرسانی می‌شوند. بولتن Triple .M درست پس از شناسایی «نیش یا ضربه آهنگ» (سریع و مشخص صدا که به طور مکرر برای شناسایی ایستگاه استفاده می‌شود) سریعاً پشت سر هم دو مرتبه نام ایستگاه را تکرار می‌کند. مهم است که شنوندگان مجاز به فراموش کردن نباشند ایستگاهی که در حال گوش دادن هستند، زیرا وقتی دفترچه رتبه‌بندی را پر می‌کنند باید آن را شناسایی کنند.

جدول ۴. افتتاحیه خبر UE۲

متن خبر	صدا و نظرات
'۲UE ۹۵۴ News ...	پیپ‌های زمان انفجار موسیقی شاد مانند بیش از بوق‌های فوری مانند کد مورس... شناسایی ایستگاه با صدای معتبر و عمیق مردانه از طریق بوق و موسیقی انجام می‌شود...
Sandy ساعت نه است. صبح بخیر، من Alhousie هشتم...	بوق‌های کد مانند مورس در زیر صدای پخته گوینده زن و تحصیل کرده استرالیایی ادامه می‌یابد. به زمان (جنبه ساختار) می‌دهد و به شنونده (مخاطبان مستقیم) به طور رسمی خوش آمد می‌گوید
به بیش از یک میلیون نفر از کم‌درآمدترین کارگران ایالت افزایش حقوق بین ده تا دوازده دلار در هفته تعلق می‌گیرد. جزئیات از ایان کراون.	پاس به خبرنگار مرد. او گزارش صوتی خود را با سرعت بالایی بیان می‌کند. این کار با انتساب - چه کسی مسئول است - به عنوان شواهدی از وضعیت واقعی آن آغاز می‌شود.
کمیسیون روابط صنعتی NSW، دوازده دلار افزایش حقوق برای برای کارگرانی اعطا کرده است که کمتر از ۵۱۰ دلار در هفته درآمد دارند	صدای کروین (Craven's voice)

گفتار بولتن Triple J ترکیبی از الزامات تجاری و عمومی را منعکس می‌کند، که شاید با تغییر شکل تحریف شده اما قابل تشخیص موضوع خبری ABC، 'Majestic Fanfare' نشان داده شود. این یک بولتن بسیار سنتی در ساختار خود است، قبل از اینکه گوینده ایستگاه و خودش را معرفی کند،

با عناوین آغاز می‌شود. سپس با یک احوال‌پرسی و با گفتن «سلامی»، کاملاً راحت‌تر از هر ایستگاه دیگری که از آن برای خنثی کردن «ضعف» مخاطب و یا به تعبیری برای تحت تأثیر قرار دادن مخاطب استفاده می‌کند تا با «اخبار» ارتباط برقرار کند. رویدادهای انتخاب شده برای عنوان بولتن به وضوح اولویت‌های فرض شده مخاطبان Triple J را منعکس می‌کند. تیتراژ اول رویداد پایان یک رویداد را نشان می‌دهد: یک مجرم به دست عدالت سپرده شد - تقریباً این نوع تنها در پایان اخبار شنیده می‌شود.

مقایسه دوم بین یک ایستگاه گفتگوی تجاری، UE۲ (جدول ۴) و یک ایستگاه گفتگوی ABC، ۲BL ۷۰۲ (اکنون ABC سیدنی ۷۰۲ نامیده می‌شود؛ جدول ۵)، نشان می‌دهد که مخاطبان هر دو بسیار قدیمی‌تر از دو ایستگاه اول (۴۵ ساله) هستند و بالاتر و خصوصیات رسمی بیشتری از خود نشان می‌دهند. ایستگاه تجاری یک رویداد محلی را به عنوان لید خود انتخاب می‌کند در حالی که ایستگاه خدمات عمومی اخبار بین‌المللی را انتخاب می‌کند و این یک نمونه معمول از اولویت‌بندی متفاوت اخبار در بخش‌های مختلف صنعت است. ارزش‌های خبری و اعتقادی درباره مخاطبان چنین تصمیماتی را تحریک می‌کنند، به این دلیل که رویدادهای به اصطلاح «جیبی»^۱ و رویدادهای محلی هر دو «نتیجه» و «نزدیکی» ارزش‌های خبری را نشان می‌دهند. از طرف دیگر پخش‌کنندگان خدمات عمومی مانند ABC یا BBC اولویت‌های خبری مختلفی را اتخاذ می‌کنند که قرار است مطابق با شبکه‌ها و ایستگاه‌ها اخبار پخش شود (مقایسه ۲BL ۷۰۲ با بولتن Triple J؛ هر دو ایستگاه‌های ABC هستند).

متن خبر	صدا و اظهار و نظر
<p>اخبار و اطلاعات لحظه به لحظه... شما و ۲BBL ۷۰۲.</p>	<p>شناسایی موسیقی و ایستگاه، از جمله فرکانس روی باند AM. صدای خانم فرهیخته استرالیایی... سیگنال شبیه کد مورس به مرور زمان سیگنال‌های پیپ‌ها به موسیقی متصل می‌شود.... سپس موسیقی "Majestic Fanfare" در زمینه خبر ABC.</p>
<p>شکست گفتگوهای صلح در مورد کوزوو... آغاز مسالمت آمیز روز رای گیری در اندونزی... و یک دادگاه عاقبت قتل یک پسر دو ساله صبح بخیر. اخبار ABC با جان هال. گفتگوها بین فرماندهان نظامی ناتو و یوگسلاوی در شمال مقدونیه به هم خورد و باعث شد متحدین اعلام کند بمباران خود را تشدید می‌کند تا زمانی که بلغراد تسلیم شود.</p>	<p>صدای مرد فرهیخته استرالیایی در پشت موضوع قرار می‌گیرد (اما نه بیش از آن). قبل از احوال‌پرسی، شناسایی ABC News و معرفی گوینده با عناوین آغاز می‌شود. بدون تماس تلفنی</p>

بولتن ۲BBL، ۷۰۲ روشی سنتی «جدی» را نشان می‌دهد. این بولتن و بولتن خبری Triple J تنها کسانی هستند که پیش از معرفی گوینده خبر، خود را با عنوان‌ها شروع می‌کنند. گوینده خبر، برخلاف معرفی جایگاه و موقعیت فردی خود در ایستگاه‌های تجاری، سررویس خبری ABC را معرفی می‌کند. سرفصل‌ها را به شنوندگان توصیه می‌کنند.

اولییتی که به اخبار خارج از کشور داده می‌شود، مشخصه پخش عمومی ملی است و در تقابل مستقیم با اولویت‌های رادیو تجاری است که بر این باور است که شنوندگان می‌خواهند رخدادهایی درباره خود (درباره «ما») بشنوند، نه درباره آنچه در دوردست‌ها در حال رخ دادن است. (درباره «آنها») ... از سویی ایستگاه‌های رادیویی خدمات عمومی به عنوان بخشی از کارکردها و وظایف خود این وظیفه را دارند که به شهروندی آگاه و فرهیخته مساعدت کنند. زمینه خبری Majestic Fanfare، ABC یکی از شناخته‌شده‌ترین قطعات موسیقی در استرالیا است. به همین ترتیب، سهم بسیار مهمی در «مارکینگ یا برندینگ»

اخبار رادیو ABC دارد. این امر به معنای اقتدار، بی‌طرفی و دقت مرتبط با اخبار ABC است.

در میان چهار بولتن، تفاوت در ساخت داستان، حتی از بخش‌های کوتاه ارائه شده، کاملاً مشهود است. رویداد UE۲ بسیار نزدیک‌تر به هرم وارونه است. این کار با یک جمله خلاصه اصلی یا لید، که با گوینده خبر شروع می‌شود و سپس خبرنگار جزئیات مرتبط با آن خبر را ارائه می‌دهد. بولتن Triple M برای معرفی هر یک از رویدادهای خود از یک عنوان تمسخرآمیز مانند عنوان استفاده می‌کند (کارگران کم درآمد به جای یک جمله خلاصه، هفته‌ای دوازده دلار افزایش حقوق دارند).

اما هر یک از رویدادهای TripleM مانند یک مینی روایت است که در تضاد آن قرار دارد. در اولین مورد فدراسیون کارفرمایان تهدید به از دست دادن شغل می‌کند. قسمت دوم به عنوان یک اپیزود دیگر... پایان ناپذیر معرفی می‌شود، یک داستان طولانی از دستاوردهای قهرمانانه یا حماسه، در حالی که سومین روز رسانی، یک رویداد فرآیندمدار است. «پایان ناپذیر» اصطلاح کلیدی است: هیچ یک از این رویدادها وضوح ندارند. اخبار ABC ساختار متفاوتی دارد که در جمله ابتدایی داستان هم خلاصه و هم روایت را ارائه می‌دهد. این نه تنها آنچه را که اتفاق افتاده است خلاصه می‌کند (مذاکرات متوقف شده و پیوسته می‌گوید که عملیات بمباران خود را تشدید می‌کند) بلکه یک رابطه علی بین این دو رویداد («وادار به اعلام اتحاد») فراهم می‌کند، بنابراین یک زنجیره روایی ایجاد می‌کند.

اخبار و روایت رادیو

پیشتر استدلال شد که یکی از دلایل توسعه هرم وارونه در تولید اخبار، افزایش عینیت و بی‌طرفی به عنوان ارزش‌های اصلی در ایدئولوژی حرفه‌ای روزنامه‌نگاری بود. لید، افراد، حوادث و مکان‌های اساسی برای درک داستان را معرفی و یا به تعبیری شناسایی می‌کند. تأکید بر واقعیت دارد؛ یعنی بر مواردی تأکید می‌شود که به عنوان «حقایق» ارائه می‌شوند و این‌ها نیز به نوبه خود با انتساب پشتیبانی می‌شوند: چه کسی و چه کسی چه گفت.

روایت‌ها در رویدادهای خبری از این طریق اصراری بر شناسایی و انتساب

ندارند و این تفاوت اساسی بین اشکال تخیلی رادیو (یا تلویزیون) و ژانر خبری است. تفاوت دیگر نقش گویندگان رویدادهای خبری است: گوینده خبر و «واقعیت»؛ یعنی صدای خبرنگار و شرکت کنندگان در رخداد. برای مدت طولانی (تا اوایل دهه ۱۹۶۰ در مورد ABC) پخش کننده‌های خدمات عمومی در برابر استفاده از هر صدایی غیر از گوینده خبر (معمولاً ناشناس) در اخبار مقاومت می‌کردند. تهدید برای عینی‌بودن اخباری که واقعیت نشان دهنده آن است، پذیرفتن آنچه در اصطلاح روایی راویان دیژنسیس (زودگذر) هستند، صدای افرادی است که بخشی از رخداد هستند. استفاده از بسته یا «بسته بندی» که در اخبار تلویزیون نیز استفاده می‌شود، جنبه‌ای از کاربرد روایت در اخبار رادیو است. انگیزه دادن برای شنوندگان برای ادامه گوش دادن با استفاده از طنازی در لید مورد دیگری است که باعث ایجاد معنا می‌شود. اصطلاح «بسته» قبلاً به عنوان عناصر مختلف صوتی تعریف شده است: روزنامه‌نگار، «تحت تأثیر قرار دادن» صداهای (گویندگان) دیگر و «واقعیت»: صداهای (گویندگان) دیگر یا صدای صحنه یا داستان صدای «دیژنسیک»^۱ بسته یا بسته‌بندی نیز اصطلاحاتی است که برای تکنیک «بسته بندی» داستان‌های مختلف با هم در ارتباط با یکدیگر یا ارائه جنبه‌های مختلف همان داستان به عنوان «بسته بندی» استفاده می‌شود که نشان دهنده نسخه نهایی داستان تا به امروز است.

این حالت روایی می‌تواند بسیار به روایت کلاسیک نزدیک شود و روابط علت و معلولی یا حتی شکلی از راه حل را ارائه دهد. و این برای اخبار مشکل سازتر است، زیرا قرائت‌های توضیحی از داستان را ارائه می‌دهد؛ چیزی که قرار نیست به مخاطب پیشنهاد شود بلکه باید آن را براساس «حقایق واقعی» بسازد.

نتیجه‌گیری پژوهش

شیوه‌های روایت رویداد به معنای کلاسیک «هالیوود» هنوز در اخبار رادیو نسبتاً نادر است، بخشی از آن به دلیل محدودیت‌های به موقع یا در لحظه است. البته این شیوه روایت هنوز در گزارش‌های روزانه در رادیو، معمولاً چه

۱ (Diegetic Sound): صدای دیژنسیک هر صدایی است که از دنیای داستان (یا روایت) یک فیلم سرچشمه می‌گیرد، که در مطالعات فیلم به آن دیژنسیس گفته می‌شود. صدای دیژنسیک می‌تواند شامل همه چیز باشد، از صدای شخصیت‌ها گرفته تا صدای اشیاء یا موسیقی از رادیو یا ساز - هر آنچه در دنیای داستان وجود دارد.

به صورت گزارش و چه با استفاده از مصاحبه دیده می‌شوند. البته ظهور و ارایه خبر به صورت «سرگرمی اطلاعات» در رسانه های خبری، بولتن های خبری رادیویی را نیز به تدریج به این سمت سوق پیدا کرده است. همچنان که در مثال‌ها اشاره شد. با هدایت بولتن با اخبار مربوط به وضعیت هوا یا ترافیک در شیفت صبحگاهی در ایستگاه‌های تجاری با هدف جمعیت شناختی مخاطبان جوان‌تر.

با این حال، از نظر نحوه استفاده رادیو توسط مخاطبان، درک و علاقه ممکن است با استفاده از تکنیک‌های داستانی مانند «طنازی» در لید و استفاده از راویان «دیژسیس»^۱ (به عنوان بخشی از رخداد) در رخداد‌های خبری بهتر باشد، حداقل در گزارش‌های واقع‌گرایانه، اگر نه در شخصیت خبرنگار.

اولویت اختصاص داده شده توسط رادیو تجاری به حفظ و علاقه مخاطب به توضیح بیشتر تأکید در اخبار رادیویی تجاری بر تکنیک‌ها و ساختارهای روایت کمک می‌کند. پیوند قسمت‌ها در یک بسته یا بسته‌بندی می‌تواند مشکل‌سازتر باشد و آن خطر در ایجاد روایت‌های شبه رویدادی و جعلی است. از همین رو به دلیل تمایل این بسته به چارچوب توضیحات و نتیجه‌گیری صریح‌تر از روایت‌های خبری موضوعی استاندارد است. آن‌ها بدون آغاز و بدون پایان و پایان باز و اپیزودیک باقی می‌مانند. همچنین آن‌ها لزوماً بر انتقادی که به هرم وارونه وارد می‌شود، غلبه نمی‌کنند، زیرا این نمی‌تواند «وزن احساسات یا ظرافت» را منتقل کند. این یک کنایه برای رادیو است، صمیمی‌ترین رسانه، رسانه‌ای که هنوز هم در میان رسانه‌های جمعی بی‌نظیر است. به این معنا که قادر است بین گوینده و شنونده ایجاد شود، یکی از دلایلی که مصاحبه می‌تواند در این رسانه بسیار قدرتمند باشد. ریکتسون، ارزش «آزادی وام گرفتن تکنیک‌های داستانی» را «حفظ ایمان» با مخاطبان یعنی وفادار بودن به حقیقت توصیف می‌کند. همان‌طور که وی اذعان می‌کند مسئله این است که وقتی شیوه‌های داستانی، داستان وام گرفته می‌شود، مخاطب نمی‌تواند بداند مطمئناً به آن‌ها حقیقت گفته می‌شود. اعتماد همه آنچه هست که

۱ (Diegetic)؛ نوعی داستان‌سرایی داستانی است که نمای درونی از جهانی را ارائه می‌دهد که در آن: جزئیات مربوط به خود جهان و تجربیات شخصیت‌های آن به وضوح از طریق روایت آشکار می‌شود. برخلاف نمایش داستان روایت یا بازگو می‌شود. در دیژسیس، راوی داستان را روایت می‌کند. راوی اعمال (و گاهی افکار) شخصیت‌ها را به خوانندگان یا مخاطبان ارائه می‌دهد. عناصر دیژتیک بخشی از جهان داستانی هستند (بخشی از داستان)، در مقابل عناصر غیر دیژتیک که عناصر سبکی از نحوه روایت داستان توسط راوی هستند. (بخشی از داستان‌سرایی)

وجود دارد. به دلایل عمده تاریخی و فرهنگی، رادیو از اعتماد مخاطب تا حدی برخوردار است که فیلم و تلویزیون از آن برخوردار نیست (اگرچه این برخلاف ژانرهای دیگر لزوماً از نوع اخبار نیست). اخبار به عنوان ژانر رادیویی برای حفظ مخاطب باید حداقل برخی از فنون داستان‌نویسی را به کار گیرد. نه تنها حفظ مخاطب بلکه اعتماد آن‌ها به داشتن روایان معتبر و موثق، چالش روزنامه نگاری رادیویی است.

پی‌نوشت‌ها

۱ یک قطعه موسیقی کوتاه است که توسط آهنگساز انگلیسی چارلز ویلیامز در سال ۱۹۳۵ نوشته شده است. بیشتر به عنوان زمینه پخش اخبار ABC در استرالیا شناخته می‌شود.

۲ این اثر برگردان فارسی مقاله Radio news and interviews است. این مقاله در سال ۲۰۰۵ در دانشگاه کمبریج منتشر شده است. این مقاله توسط (Dunn, Anne) به نگارش درآمده است.

منابع

Dunn, Anne .(2005) ."Radio news and interviews",Chapter 15, Narrative and Media, Cambridge university press.

Hüllen , Peter & Karg ,Thorsten. (2013).Manual for Radio Journalists, DW Akademie Berlinete.