ژورنالیزم پوهنځی

د راديويي خپرونو توليد

پوهنوال دوکتور ماستر واحدي

پلورل منع دی

۱۳۹۵

د راديويي خپرونو توليد

Production of Radio Programs

پوهنوال دوکتور ماستر واحدي
۱۳۹۵

Shaikh Zayed Unversity, Khost, Journalism Faculty

Afghanic

Associate Prof Dr Master Wahidi

Production of Radio Programs

Funded by

Konrad Adenauer Stiftung

ISBN 978-9936-620-34-6

Not for Sale

2016

د راديويي خپرونو توليد

پوهنوال دوكتور ماستر واحدي

Afghanic

Pashto PDF
2016

Shaikh Zayed University, Khost, Journalism Faculty

ژورنالیزم پوهنځی

Funded by
Konrad Adenauer Stiftung (KAS)

Production of Radio Programs

Associate Prof Dr Master Wahidi

Download: www.ecampus-afghanistan.org

بسم الله الرحمن الرحيم

د راديويي خپرونو توليد

پوهنوال دوکتور ماسټر واحدي

لومړی چاپ

دغه کتاب په پي ډي ايف فارمټ کې په مله سي ډي کې هم لوستلی شئ:

د کتاب نوم	د راديويي خپرونو توليد
ليکوال	پوهنوال دوکتور ماسټر واحدي
خپرندوی	شيخ زايد پوهنتون، ژورناليزم پوهنځی، خوست
وېب پاڼه	www.szu.edu.af
د چاپ کال	۱۳۹۵، لومړی چاپ
چاپ شمېر	۱۰۰۰
مسلسل نمبر	۲۲۸
ډاونلوډ	www.ecampus-afghanistan.org
چاپ ځای	سهر مطبعه، کابل، افغانستان

دا کتاب د کانراد اډناور بنسټ (KAS) لخوا تمويل شوی دی.
اداري او تخنيکي چارې يې په آلمان کې د افغانيک لخوا ترسره شوي دي.
د کتاب د محتوا او ليکنې مسئوليت د کتاب په ليکوال او اړونده پوهنځي پورې اړه لري. مرسته کوونکي او تطبيق کوونکي ټولنې په دې اړه مسؤليت نه لري.

د تدريسي کتابونو د چاپولو لپاره له موږ سره اړيکه ونيسئ:
ډاکتر يحيی وردک، د لوړو زده کړو وزارت، کابل
تېليفون ٠٧٥٦٠١٤٦٤٠
ايمېل textbooks@afghanic.de

د چاپ ټول حقوق له مؤلف سره خوندي دي.

ای اس بي ان ۹۷۸-۹۹۳۶-۶۲۰-۳۴-۶

د لوړو زده کړو وزارت پیغام

د بشر د تاریخ په مختلفو دورو کې کتاب د علم او پوهې په لاسته راوړلو، ساتلو او خپرولو کې ډیر مهم رول لوبولی دی. درسي کتاب د نصاب اساسي برخه جوړوي چې د زده کړې د کیفیت په لوړولو کې مهم ارزښت لري. له همدې امله د نړیوالو پیژندل شویو معیارونو، د وخت د غوښتنو او د ټولنې د اړتیاوو په نظر کې نیولو سره باید نوي درسي مواد او کتابونه د محصلینو لپاره برابر او چاپ شي.

له ښاغلو استادانو او لیکوالانو څخه د زړه له کومې مننه کوم چې دوامداره زیار یې ایستلی او د کلونو په اوږدو کې یې په خپلو اړوندو څانگو کې درسي کتابونه تألیف او ژباړلي دي، خپل ملي پور یې اداء کړی دی او د پوهې موتور یې په حرکت راوستی دی. له نورو ښاغلو استادانو او پوهانو څخه هم په درنښت غوښتنه کوم تر څو په خپلو اړوندو برخو کې نوي درسي کتابونه او درسي مواد برابر او چاپ کړي، چې له چاپ وروسته د گرانو محصلینو په واک کې ورکړل شي او د زده کړو د کیفیت په لوړولو او د علمي پروسې په پرمختگ کې یې نېک گام اخیستی وي.

د لوړو زده کړو وزارت دا خپله دنده بولي چې د گرانو محصلینو د علمي سطحې د لوړولو لپاره د علومو په مختلفو رشتو کې معیاري او نوي درسي مواد برابر او چاپ کړي.

په پای کې له کانراد ادناور بنسټ (KAS) او زموږ همکار ډاکتر یحیی وردک څخه مننه کوم چې د دی کتاب د خپرولو لپاره یې زمینه برابره کړېده.

هیله منده یم چې نوموړې گټوره پروسه دوام وکړي او پراختیا ومومي تر څو په نیږدې راتلونکې کې د هر درسي مضمون لپاره لږ تر لږه یو معیاري درسي کتاب ولرو.

په درنښت

پوهنوال دوکتور فریده مومند

د لوړو زده کړو وزیره

کابل، ۱۳۹۵

د درسي کتابونو چاپول

قدرمنو استادانو او ګرانو محصلينو!

د افغانستان په پوهنتونونو کې د درسي کتابونو کموالی او نشتوالی له لويو ستونزو څخه ګڼل کېږي. يو زيات شمير استادان او محصلين نويو معلوماتو ته لاس رسی نه لري، په زاړه ميتود تدريس کوي او له هغو کتابونو او چپترونو څخه ګټه اخلي چې زاړه دي او په بازار کې په ټيټ کيفيت فوتوکاپي کېږي.

تر اوسه پورې موږ د ننګرهار، خوست، کندهار، هرات، بلخ، کاپيسا، کابل،کابل طبي پوهنتون او کابل پولي تخنيک پوهنتون لپاره ۲۲۸ عنوانه مختلف درسي کتابونه د طب، ساينس، انجنيري، اقتصاد، ژورناليزم او زراعت پوهنځيو (۹٦ طبي د آلمان د علمي همکاريو ټولنې DAAD، ۱۰۰ طبي سره له ۲۰ غير طبي د افغان ماشومانو لپاره د جرمني کمېټې Kinderhilfe-Afghanistan، ۴ غير طبي د آلماني او افغاني پوهنتونونو ټولنې DAUG، ۲ غير طبي په مزار شريف کې د آلمان جمهوري فدرال جنرال کنسولګري، ۱ کتاب د Afghanistan-Schulen، ۱ د سلواک ايډ او ۳ نور کتابونه د کانراد ادناور بنسټ) په مالي مرسته چاپ کړي دي.

د يادونې وړ ده، چې نوموړي چاپ شوي کتابونه د هېواد ټولو اړونده پوهنځيو ته په وړيا توګه وېشل شوي دي. ټول چاپ شوي کتابونه له www.afghanistan-ecampus.org ويب پاڼې څخه ډاونلوډ کولای شئ.

دا کړنې په داسې حال کې تر سره کېږي چې د افغانستان د لوړو زده کړو وزارت د (۲۰۱۰ - ۲۰۱۴) کلونو په ملي ستراتيژيک پلان کې راغلي دي چې:

"د لوړو زده کړو او د ښوونې د ښه کيفيت او زده کوونکو ته د نويو، کره او علمي معلوماتو د برابرولو لپاره اړينه ده چې په دري او پښتو ژبو د درسي کتابونو د ليکلو فرصت برابر شي د تعليمي نصاب د ريفورم لپاره له انګريزي ژبې څخه دري او پښتو ژبو ته د کتابونو او درسي موادو ژباړل اړين دي، له دې امکاناتو څخه پرته د پوهنتونونو محصلين او استادان نشي کولای عصري، نويو، تازه او کره معلوماتو ته لاس رسی پيدا کړي."

موږ غواړو چې د درسي کتابونو په برابرولو سره د هيواد له پوهنتونونو سره مرسته وکړو او د چپټر او لکچر نوټ دوران ته د پای ټکی کېږدو. د دې لپاره دا اړينه ده چې د لوړو زده کړو د موسساتو لپاره هر کال څه نا څه ۱۰۰ عنوانه درسي کتابونه چاپ شي.

له ټولو محترمو استادانو څخه هيله کوو، چې په خپلو مسلکي برخو کې نوي کتابونه وليکي، وژباړي او يا هم خپل پخواني ليکل شوي کتابونه، لکچر نوټونه او چپټرونه ايډېټ او د چاپ لپاره تيار کړي، زمونږ په واک کې يې راکړي چې په ښه کيفيت چاپ او وروسته يې د اړوند پوهنځيو، استادانو او محصلينو په واک کې ورکړو. همدارنګه د ياد شويو ټکو په اړوند خپل وړانديزونه او نظريات له مونږ سره شريک کړي، تر څو په ګډه پدې برخه کې اغيزمن ګامونه پورته کړو.

د مؤلفينو او خپروونکو له خوا پوره زيار ايستل شوی دی، ترڅو د کتابونو محتويات د نړيوالو علمي معيارونو په اساس برابر شي، خو بيا هم کيدای شي د کتاب په محتوی کې ځينې تيروتنې او ستونزې وليدل شي، نو له درنو لوستونکو څخه هيله مند يو تر څو خپل نظريات او نيوکې مؤلف او يا مونږ ته په ليکلې بڼه راوليږي، تر څو په راتلونکي چاپ کې اصلاح شي.

له کانراد ادناور بنسټ (KAS) څخه ډېره مننه کوو چې د دغه کتاب د چاپ لګښت يې ورکړی دی.

په ځانګړې توګه د جي آی زيت (GIZ) له دفتر او CIM (Center for International Migration & Development) څخه، چې زما لپاره يې په تېرو اوو کلونو کې په افغانستان کې د کار امکانات برابر کړي دي، هم د زړه له کومې مننه کوم.

د لوړو زده کړو له وزيرې پوهنوال دوکتور فريده مومند، علمي معين پوهنوال محمد عثمان بابري، مالي او اداري سرپرست معين احمد طارق صديقی، د ننګرهار پوهنتون د پوهنځيو رييسانو او استادانو څخه مننه کوم چې د کتابونو د چاپ لړۍ يې هڅولې او مرسته يې ورسره کړې ده. د دغه کتاب له مؤلف څخه ډېر منندوی يم او ستاينه يې کوم، چې خپل د کلونو-کلونو زيار يې په وړيا توګه ګرانو محصلينو ته وړاندې کړ.

همدارنګه د دفتر له همکارانو هر يو حکمت الله عزيز، احمد فهيم حبيبي او فضل الرحيم څخه هم مننه کوم چې د کتابونو د چاپ په برخه کې يې نه ستړې کيدونکې هلې ځلې کړې دي.

ډاکتر يحيی وردک، د لوړو زده کړو وزارت سلاکار

کابل، دسمبر ۲۰۱۶

د دفتر ټيليفون: ۰۷۵۶۰۱۴۶۴۰

ايميل: textbooks@afghanic.de

تقريظ

د راډيو پروګرامونو توليد د نوموړي اثر نوم دی، چې پوهندوی دوکتور ماستر واحدي د شيخ زايد پوهنتون د راډيوتلويزيون د څانګې استاد او هم د دې پوهنځي رئيس دی. نوموړی اثر د خپلو خبرو، سريزې، فهرست او سرچينو په لرلو سره په لسو فصلونو کې ليکلی دی.

محترم واحدي د نوموړي اثر په تدوين او برابرولو کې نه ستړې کيدونکې هلې ځلې کړې دي او په داسې شرايطو کې چې د خپل وطن ځوان نسل د درسي مسايلو او لاسته راوړنو لپاره تږي دي برابر کړی دی.

په نوموړي اثر کې ډېره منظمه فصل بندي، روان عبارتونه، د استحکام او پوخوالي په حد کې مطالب شته. پر دې اساس نوموړی د دې درون کار له عهدې څخه په بريا سره راوتلی دی. د دې په څوا کې نوموړی کتاب د کابل پوهنتون او شيخ زايد پوهنتون د دری علمي صلاحيت لرونکو استادانو لخوا تحليل او ارزيابي شوی دی.

ما د نوموړي اثر د مطالعې په لړ کې دا وموندله چې نوموړي په موضوع باندې بې پرې قضاوت کړی دی او محترم واحدی يې د پوهنوال علمي رتبې د ترفيع لپاره مستحق ګڼلی دی. زه هم په خپل وار سره د نوموړو استادانو نظريات تائيدوم او نوموړی د پوهنوال علمي رتبې ته د ارتقاع مستحق ګڼم. او وړانديز کوم چې نوموړی اثر د ډېر ژر چاپ شي، چې د شيخ زايد پوهنتون د ژورناليزم پوهنځي د محصلانو او نورو مينه والو د استفادې وړ وګرځي.

محترم واحدي ته تر دې لا زياتې برياوې د هېواد د ادبي او فرهنګي مثمرو کارونو په سرته رسولو کې د لوی خدای ج څخه غواړم.

په درنښت

پوهاند ګل محمد جنتزی

د رياضي او فزيک ډيپارتمنت آمر

تعليم او تربيې پوهنځی

تقريظ

اثر علمی محترم پوهندوی دوکتور ماستر واحدی تحت عنوان (د راډيويي پروگرامونو توليد) عنوان اثری است که محترم پوهندوی دوکتور ماستر واحدی استاد دیپارتمنت رادیوتلویزیون پوهنځی ژورنالیزم پوهنتون شیخ زاید خوست ان را به حیث کتاب درسی جهت ترفیع به رتبه علمی پوهنوالی تألیف کرده است.

این اثر در بر گیرنده پیشگفتار، مقدمه، ده فصل، فهرست و منابع می باشد.

فصل اول: اهمیت و تاریخچه رادیو، منشاء و چگونگی پیدایش آن به قدر کافی مواد مفید فراهم آورده است.

فصل دوم: مقدمه، رول رادیو، سرعت، رادیو تعلیم می دهد، رادیو درخدمت مردم، ازادی بیان و دیگر عناوین به تحلیل و بررسي گرفته شده است.

فصل سوم: ستدیوهای رادیو، انواع ستدیوها، مایکروفون، انواع مایکروفون ها، وسایل که برای تولید پروگرام ها و ثبت ضروری است و دیگر موضوعات است که مؤلف در این اثر پربهای خویش به شیوه های جدید تألیف به بررسی گرفته است، که از عهده این کار گرانبها به خوبی بر امده است.

فصل چهارم: بخش تخنیکی، شکل و ساختمان ستدیو، وسایل که در بخش ثبت پروگرام به کار برده میشود، انواع فیته ها، ثبت بالای نوارهای الکترونیکی به خوبی تحلیل و تشریح گردیده است.

فصل پنجم: مقدمه، تولید پروگرام های رادیو، هدف پروگرام ها، تحقیق راجع به پروگرام ها، ساختن و نشر برنامه ها، انواع برنامه ها و بخش تخنیکی ان به خوبی توضیح و تشریح گردیده است.

فصل ششم: مقدمه، گویندگی، فن خطابه، خبرها، ترتیب، تدوین و ویراستاری ان، بیانیه ها، میزگرد، رادیو در خدمت مردم به قدر کافی مواد مثمر جمع اوری شده است.

فصل هفتم: مقدمه، مصاحبه را چطور انجام دهیم، مصاحبه رادیویی، مصاحبه تلویزیونی، میتود مصاحبه، انواع مصاحبه ها، ثبت مصاحبه، گرم ساختن مصاحبه، سرد ساختن مصاحبه، پرسش ها ستون فقرات مصاحبه می باشد، در باره منابع مختلف معلومات کافی ارائیه گردیده است.

فصل هشتم: مقدمه، خبر چیست، انواع خبرها، رول ژورنالیست، بی طرفی، تهیه نمودن خبرها، تحقیق، گرفتن گزارش، خوبی خبرهای رادیو، واقعیت بینی و دیگر مواد ضروری راجع به خبرها اورده شده، که در بخش اموزش محصلان و دیگر علاقه مندان بدون شک مؤثر خواهد بود.

فصل نهم: مقدمه، تبصره مسلکی چیست، تبصره مسلکي چطور انجام می شود، هدف و وظایف تبصره، نویسنده تبصره، چهار گام اساسی، تفاوت ان با دیگر انواع، تبصره بالای خبرهای، تبصره بالای سپورت، موضوعات تبصره به وضع بسیار خوب تحلیل و بررسی گردیده است.

تقریظ

اثر علمي محترم پوهندوی دوکتور ماستر واحدي تحت عنوان (راډيويي پروګرامونو توليد) که جهت ترفیع به رتبه پوهنوالی تالیف وتدوین شده است، مواد مطالعه وبررسی قرار گرفت. این اثر محتوای یک پیش گفتار، مقدمه، ده فصل وفهرست وماخذ می باشد. رساله متذکره کتاب درسی است

فصل نخست: آن راجع به اهمیت وتاریخچه راډیو ، منشا وچگونگی پیدایش آن بقدر کافی مورد مفیدی فراهم اورده است.

فصل دوم: مقدمه کتاب رول راډیو در اجتماع ، مقدمه ، خصوصیات راډیو ، سرعت، راډیو تعلیم میدهد ، راډیو در خدمت مردم ، آزادی بیان بخوبی وروشنی انداخته شده است.

فصل سوم: مقدمه، ستوډیو راډیو، انواع ستوډیوها ، وسایل که در راډیو به آن ضرورت است ، مایکروفون ، انواع مایکروفون ، ثبت کردن، در راډیو، انواع ثبت کردن، انواع فیته ها، در انواع ثبت عوامل مختلف، وظایف نطاق، در مرحله تولید، وکار کنان فنی آن اثار فراوان و ارزشمندی در ساحات مختلف دارد که مطالعه آن برای دانشجویان از نگاه کسب مفاهیم علمی، تربیتی ارتقای سطح دانش مفید بس بزرگی دارد.

فصل چهارم: مقدمه ،اثر تولید برنامه های راډیویی ، هدف پروگرام تحقیق ، راجع به پروگرام، انتخاب وسیله ، طراحی پروگرام ، نقات تخنیکی پروگرام، براورد مالی وفنی ، پروگرام راډیو از کجا اغاز گردد ، انواع پروگرام ، تولید از نگاه جای ، پروگرام های، مرکب، پروگرام ها مذهبی، پروگرام ها تفریحی ، ورزشی مورد زیاد جا بجا شده است که برای تهیه کننده برنامه ها مفید بس بزرگی دارد.

فصل پنجم: فن نطاقی ، مقدمه ، شرکت نشراتی امریکا به نطاق شرایطی ذیل راگذشته است ، آن خصوصیات که از یک نطاق خورد نطاقان کلان می سازد، بیانیه ها، فن خطابه ، محدودیت پروگرام ، خبرها تدوین واصلاح آن ، میز گرد و مصاحبه ، تبصره ، خلاصه اخبار ، جمله اخبار، جمله راډیویی به قدر کافی مواد مفید تشریح و توضیح شده است.

فصل ششم: کتاب، مصاحبه را چطور انجام دهیم، مقدمه، مصاحبه میدانی ، مصاحبه راډیویی مصاحبه خبری ، مصاحبه معلوماتی ، مصاحبه رسمی، مصاحبه مذاکراتی، مصاحبه شخصی و مصاحبه ساختاری یا منظم ، مصاحبه نیمه منظم وبا نیمه ساختاری ، نقاط میتودی در احرای مصاحبه و دیگر انواع مصاحبه به تفصیل توضیح گردیده است .

فصل هفتم:مقدمه، خبر چیست، مناسب بودن، تاثیر، نزدیکی، مباحثه، شهرت ، انواع خبرها ، بی طرفی وتوازن ، تهیه کننده خبر ، منابع ، ساده گی، سنجش، خلاصه، کوشش های مشترک، تاز گی، فاصله، کش مکش، گذارش دادن ، تمرکز و دیگر مواد خبری جا بجا شده است . که برای دانشجویان پوهنتون شیخ زاید وسایر خواننده گان ارمغان خوبی شده تقدیم داشته اند .

فصل هشتم: مقدمه، تبصره مسلکی چیست؟ تبصره مسلکی چطور انجام میشود، هدف و وظایف تبصره، نویسینده تبصره، چهار گام اساسی، تفاوت، آن با دیگر (انواع)، تبصره بالای خبرها، تبصره بالای سپورت، موضوعات تبصره ودیگر نوع تبصره به وضع خوب توذیع وتحلیل گردیده است.

فصل نهم: مقدمه، گذارش چطور نوشته میشود، یک گذارش خوب کوتا، روشن وثقه میباشد، تهیه نمودن گذارش، هرم معکوس، شکل الماس، نقل قول، تصحیح گزارش، گزارش رادیویی، گزارش تلویزیونی، خبرها په خط آنلاین ودیگر مواد قابل خواندنی همه جانبه تحلیل و توضیح گردیده است.

فصل دهم: مقدمه، نگاه کوتا به امواج صوتی ورادیویی، امواج صوتی و رادیویی چیست؟ صوت و امواج، امواج فرستنده، امواج الکترو مقناطیسی، طول امواج فریکونسی، محدوده امواج، انواع امواج رادیویی ودیگر انواع آن به صورت همه جانبه توضیح و تحلیل گردیده است.

محترم پوهندوی دوکتور ماستر واحدی در تهیه این کتاب سودمند درسی، همه معیارهای علمی رابه درستی رعایت کرده؛ از عهده تکمیل این کار ابتکاری علمی تالیفی به وجه احسن به در شده است؛ بنا بر آن موصوف به این اثر تالیفی و ابتکاری و در عین حال مواد ضرورت دیپارتمنت، سزاوار ترفیع به رتبه علمی پوهنوال می باشد، ضمناً چاپ آن من حیث لکچر نوټ درسی سفارش میشود.

پوهنوال میرعزیز احمد فانوس
آمر دیپارتمنت مطبوعات
پوهنځی ژورنالیزم کابل

تقريظ

اثر علمي محترم پوهندوی دوکتور ماستر واحدي تحت عنوان (راډيويي پروګرامونو توليد) که جهت ترفيع به رتبه پوهنوال تاليف وتدوين شده است، مواد مطالعه وبررسی قرار گرفت. اين اثر محتوای يک پيش گفتار، مقدمه، ده فصل وفهرست وماخذ می باشد. رساله متذکره کتاب درسی است

فصل نخست: آن راجع به اهميت وتاريخچه راډيو ، منشا وچگونگی پيدايش آن بقدر کافی مورد مفيدی فراهم اورده است.

فصل دوم: مقدمه کتاب رول راډيو در اجتماع ، مقدمه ، خصوصيات راډيو ، سرعت، راډيو تعليم ميدهد ، راډيو در خدمت مردم ، ازادی بيان بخوبی وروشنی انداخته شده است.

فصل سوم: مقدمه، ستوديو راډيو، انواع ستوديوها ، وسايل که در راډيو به آن ضرورت است ، مايکروفون ، انواع مايکروفون ، ثبت کردن، در راډيو، انواع ثبت کردن، انواع فيته ها، در انواع ثبت عوامل مختلف، وظايف نطاق، در مرحله توليد، وکار کنان فنی آن اثار فراوان و ارزشمندی در ساحات مختلف دارد که مطالعه آن برای دانشجويان از نگاه کسب مفاهيم علمی، تربيتی ارتقای سطح دانش مفديت بس بزرگی دارد.

فصل چهارم: مقدمه ،اثر توليد برنامه های راډيويی ، هدف پروګرام تحقيق ، راجع به پروګرام، انتخاب وسيله ، طراحی پروګرام ، نقات تخنيکی پروګرام، براورد مالی وفنی ، پروګرام راډيو از کجا اغاز گردد ، انواع پروګرام ، توليد از نگاه جای ، پروګرام های، مرکب، پروګرام ها مذهبی، پروګرام ها تفريحی ، ورزشی مورد زياد جا بجا شده است که برای تهيه کننده برنامه ها مفديت بس بزرگی دارد.

فصل پنجم: فن نطاقی ، مقدمه ، شرکت نشراتی امريکا به نطاق شرايطی ذيل راگذشته است ، آن خصوصيات که از يک نطاق خورد نطاقان کلان می سازد، بيانيه ها، فن خطابه ، محدوديت پروګرام ، خبرها تدوين واصلاح آن ، ميز گرد و مصاحبه ، تبصره ، خلاصه اخبار ، جمله اخبار، جمله راډيويی به قدر کافی مواد مفيد تشريح و توضيح شده است.

فصل ششم: کتاب، مصاحبه را چطور انجام دهيم، مقدمه، مصاحبه ميدانی ، مصاحبه راديويی مصاحبه خبری ، مصاحبه معلوماتی ، مصاحبه رسمی، مصاحبه مذاکراتی، مصاحبه شخصی و مصاحبه ساختاری يا منظم ، مصاحبه نيمه منظم وبا نيمه ساختاری ، نقاط ميتودی در احرای مصاحبه و ديگر انواع مصاحبه به تفصيل توضيح گرديده است .

فصل هفتم:مقدمه، خبر چيست، مناسب بودن، تاثير، نزديکی، مباحثه، شهرت ، انواع خبرها ، بی طرفی وتوازن ، تهيه کننده خبر ، منابع ، ساده گی، سنجش، خلاصه، کوشش های مشترک، تازه گی، فاصله، کش مکش، گذازش دادن ، تمرکز و ديگر مواد خبری جا بجا شده است . که برای دانشجويان پوهنتون شيخ زايد وساير خواننده گان ارمغان خوبی شده تقديم داشته اند .

فصل هشتم: مقدمه، تبصره مسلکی چيست؟ تبصره مسلکی چطور انجام ميشود، هدف و وظايف تبصره، نويسنده تبصره، چهار گام اساسی، تفاوت، آن با ديگر (انواع)، تبصره بالای خبرها، تبصره بالای سپورت، موضوعات تبصره وديگر نوع تبصره به وضع خوب توذيع وتحليل گرديده است.

فصل نهم: مقدمه، گذارش چطور نوشته ميشود، يک گذارش خوب کوتا، روشن وثقه ميباشد، تهيه نمودن گذارش، هرم معکوس، شکل الماس، نقل قول، تصحيح گزارش، گزارش راديويی، گزارش تلويزيونی، خبرها په خط انلاين وديگر مواد قابل خواندنی همه جانبه تحليل و توضيح گرديده است.

فصل دهم: مقدمه، نگاه کوتا به امواج صوتی وراديويی، امواج صوتی و راديويی چيست؟ صوت و امواج، امواج فرستنده، امواج الکترو مقناطيسی، طول امواج فريکونسی، محدوده امواج، انواع امواج راديويی وديگر انواع آن به صورت همه جانبه توذضيح و تحليل گرديده است.

محترم پوهندوی دوکتور ماستر واحدی در تهيه اين کتاب سودمند درسی، همه معيارهای علمی رابه درستی رعايت کرده؛ از عهده تکميل اين کار ابتکاری علمی تاليفی به وجه احسن به در شده است؛ بنا بر آن موصوف به اين اثر تاليفی و ابتکاری ود عين حال مواد ضرورت ديپارتمنت، سزاوار ترفيع به رتبه علمی پوهنوال می باشد، ضمناً چاپ آن من حيث لکچر نوټ درسی سفارش ميشود.

پوهندوی ذبيح الله حيدری

فصل دهم: مقدمه، نگاه کوتاه به امواج رادیویی، امواج رادیویی و صوتی چیست؟، امواج رادیویی، صوت و امواج، امواج فرستنده، امواج الکترومقناطیسی، ضرورت پیدا نمودن طول موج، مدولاسیون، انتن و دیگر مطالب را به برسی گرفته است و مطالب بس مفیدی را تحقیق و تألیف نموده است، که برای محصلان و علاقه مندان خیلی مفید و مثمر است.

چون این کتاب به حیث مرجع درسی تألیف گردیده است، طبق اصول علمی کتاب های درسی، در پایان هر فصل ان موضوعات مربوط به متن تحلیل و تفسیر گردیده است.

این اثر با آنهمه موضوعات ارزشمند که دارد سزاوار آن است، که هر چه زودتر به زیوری چاپ اراسته شود، تا مورد استفاده محصلان و سایر علاقه مندان قرار گیرد و از جانب دیگر رهنمود باشد برای محققان که در آینده می خواهند به تهیه و تألیف اثر بپردازند.

من این کتاب درسی را که به معیارهای تحقیقی و علمی تألیف گردیده است؛ جهت ترفیع به رتبه علمی پوهنوال کاملاً مناسب و کافی می دانم و از خداوند متعال استدعا دارم که در این گونه کارهای علمی موفقیت های بیشتری نصیب شان گردد.

پوهنوال محمد وحید غروال

رئیس پوهنځی ژورنالیزم پوهنتون کابل

لومړی فصل

د راډیوپیدایښت او ارزښت

سریزه ۱
لنډه تاریخچه ٤
د راډیویي کارکوونکو ځانګړنې ۹
د راډیویي خپرونو حق ۱۱
د راډیو ځیني نور قواعد په لاندې ډول دي: ۱۷
اوریدونکي ۱۸
د اوریدونکو اختلاف ۲۰
له راډیو څخه زده کړه ۲۱
په اوریدونکو باندې د راډیو تأثیر څرنګه اندازه کیږي ۲۲
د مخامخ کیدو یا تقابل د اندازه کولو طریقه ۲۲
د راډیو تشکیلات ۲۳
هغه مرکزونه چې خپرونو ته زیات ارزښت ورکوي ۲٤
په هراړخیزه ډله ییزه وسیله باندې د راډیو بدلېدل ۲٦
لنډیز ۳۰
تمریني پوښتنې ۳۱
مأخذونه ۳۱

دویم فصل

په ټولنه کې د راډیو رول

سریزه ۳۳
د راډیو ځانګړنې ۳٤
په راډیو کې تصویر جوړونه ۳۵

چټکتیا ۳۷
په راډیو کې ساده والی ۳۸
راډیو تعلیم ورکوي: ۳۹
د خلکو خوځښت ۴۰
راډیو او ټولنه.. ۴۲
راډیو او د ټولنې وګړي: ۴۴
په راډیو کې د بیان ازادي.. ۴۵
ویل (خبرې اترې) ۴۶
اغېزناک غږونه ۴۷
موسیقي ۴۹
په سوله کې د راډیو رول Role of Radio in Peace.. ۴۹
جنګ او راډیو Radio and War.. ۵۰
د راډیو او ورځپاڼې پرتله Comparison of Radio and Newspaper ۵۲
د راډیو او تلویزون پرتله Comparison of Radio vs. Television............ ۵۸
د لاندې ځانګړنو پر بنسټ د راډیو او تلویزیون پرتله ۵۹
د راډیو او فلم پرتله Comparison of Radio vs. Film.. ۶۲
لنډیز ۶۶
تمریني پوښتنې ۶۷
مأخذونه ۶۷

دریم فصل

راډیويي سټوډیو

سریزه.. ۶۹
د راډیو پروګرامونو تخنیکي اړخونه.. ۷۰
د سټوډیو جوړښت.. ۷۳

د سټوډيوګانو ډولونه ۷۷
د نطاقانو سټوډيو ۷۸
د پروګرامونو د ثبت او توليد سټوډيو ۷۸
د کنټرول خونه ۷۸
هغه وسائل، چې پر هغې کې د راډيويي پروګرامونو په توليد کې کار اخيستل کيږي..... ۷۹
مايکروفون ۷۹
د راډيو مايکروفون بايد د لاندينو شرايطو لرونکی وي ۸۰
د مايکروفون ډولونه ۸۰
په راډيو کې ثبت کول........ ۸۶
مقناطيسي فيته ۸۹
د فيتې طول او عرض ۸۹
د ثبت په وخت کې د فيتې سرعت او حرکت........ ۹۰
په فلمونو باندې د اواز ثبت........ ۹۰
په مقناطيسي طريقه د اواز ثبت........ ۹۰
د رڼا په طريقه د اواز ثبت........ ۹۱
په فلم کې اواز د نور په واسطه په دريو طريقو ثبتيږي ۹۱
په سټوډيو کې د موجودو عواملو د اړيکو بررسي ۹۳
د: په سټوډيو کې د توليد په مرحله کې د مختلفو عواملو دندې ۹۷
د راډيو فني کارکوونکي........ ۹۷
لنډيز ۹۸
تمريني پوښتنې ۹۹
مأخذونه ۹۹

خلورم فصل

د راډيويي خپرونو توليد

سريزه ۱۰۰
د راډيويي خپرونو توليد ۱۰۱
د خپرونې موخه (ايډيا او موضوع).. ۱۰۲
د خپرونې په اړه څېړنه ۱۰۶
د وسيلې غوره کول ۱۰۶
د خپرونې طرح... ۱۰۷
د خپرونې په جوړونه کې تخنيکي ټکي ۱۰۹
فني او مالي براورد ۱۱۰
تمرين او تياری... ۱۱۰
ثبت او اجراء ۱۱۱
کنټرول او بيا اوريدنه.. ۱۱۲
د پروګرام جوړيدل او خپريدل ۱۱٤
د راډيو پروګرام له کومه ځايه پيل شي؟ ۱۱٤
د راډيويي پروګرامونو ډولونه Kinds of Radios Programs ۱۱۵
تفريحي پروګرامEntertainment Programs ۱۱۵
ښوونيز پروګرام Education Programs ۱۱۵
معلوماتي پروګرام Information Programs.. ۱۱٦
مذهبي پروګرام Religious Programs... ۱۱٦
راډيويي خپرونې.. ۱۱۷
ژوندۍ خپرونه ۱۱۸
توليدي خپرونه ۱۱۹
توليد د ځای له نظره ۱۱۹
د سټوډيو په داخل کې توليد ۱۱۹
د سټوډيو نه بهر توليد... ۱۱۹

توليد د موضوع له نظره ۱۲۰
راډيويي ساده خپرونې ۱۲۱
راډيويي مرکبې خپرونې ۱۲۲
ساده مجله يي خپرونې ۱۲۲
مرکبې مجله يي خپرونې ۱۲۲
د راډيويي خپرونو د جوړونې قالبونه (چوکاټونه) ۱۲۳
د راډيويي خپرونې د توليد مراحل ۱۲۳
د يوې راډيويي خپرونې مخکې توليد ۱۲۳
د څه وخت فکتور ۱۲۵
د راډيو پروډيوسر څوک دی؟ ۱۲۸
د توليد مرحله ۱۳۲
ځانگړي پروګرامونه ۱۳۷
راډيو ډرام ۱۴۷
ورځنۍ خپرونې ۱۵۲
اعلانات ۱۵۶
د ور په يادونې اعلان ۱۶۱
تربيوي اعلان ۱۶۲
د عمل اعلان ۱۶۲
لنډيز ۱۶۵
تمريني پوښتنې ۱۶۶
مأخذونه ۱۶۶

پنځم فصل

دوياندويۍ فن

سريزه ۱۶۸

د خطابې فن ۱۶۹
د امريکا ملي نشراتي شرکت يو وياند ته لاندې شرايط ايشي دي ۱۷۶
هغه ځانګړنې چې له يو وياند څخه لوی وياند جوړوي ۱۷۷
خبرونه او د هغې ترتيب او اصلاح ۱۷۹
اخباري جمله ۱۸۶
راډيويي جمله ۱۸۶
د هوا حالت ۱۹۲
بيانيې ۱۹۳
وينا ۱۹۵
يووالی ۱۹۶
وينا بايد ساده او د فهم وړ وي ۱۹۶
عمومي ويناوې ۱۹۸
علمي ويناوې ۱۹۸
ګردی مېز، بحث (وينا) ۱۹۹
راډيو د خلکو په خدمت کې ۲۰۰
راډيويي حرفه ۲۰۲
د با تجربه اشخاصوسپارښتنې ۲۰۵
لنډيز ۲۰۷
تمريني پوښتنې ۲۰۸
مأخذونه ۲۰۸

شپږم فصل

مرکه څنګه وکړو؟

سريزه ۲۱۰
مرکه ۲۱۲

ميداني مرکه ٢١٣
راډيويي مرکه (Radio Interview) ٢١٤
د مرکې ډولونه ٢١٤
Zخبري مرکه ٢١٥
معلوماتي مرکه ٢١٥
غير رسمي مرکه ٢١٥
مذاکراتي مرکه ٢١٦
شخصي مرکه ٢١٦
د مرکې ميتود ٢١٦
د مرکې د اطلاعاتو د ثبت وسايل ٢٢١
د مرکې وسايل هم د پوښتنليکونو په څير په دوه ډوله دي ٢٢٢
د مرکې د ميتود ډولونه ٢٢٢
ساختار لرونکي يا منظمې مرکې ٢٢٣
نيمه نا منظمه مرکه ٢٢٣
نيمه ساختار لرونکي يا نيمه منظمه مرکه ٢٢٥
د مرکې په ميتود کې اجرايي کتنې ٢٢٥
د هر ډول مرکې لړۍ ٢٢٧
د مرکې د ميتود نيمګړتياوې ٢٣٠
په مرکه کې د پام وړ ټکي ٢٣١
مرکې ٢٣٤
بنسټيزې لارې چارې ٢٣٩
پوښتنې د مرکې د ملا تير دی ٢٤٠
په سمه توګه ترلاسه کول ٢٤٢
خبري سرچينې Source of News ٢٤٣

له خبري سرچينې څخه د ګټې اخيستنې اړتيا ٢٤٣
لاسوند (مستند کول) ٢٤٤
له سرچينې د ګټې اخيستنې لارې چارې ٢٤٥
د سرچينو ډولونه ٢٤٧
په سرچينه څنګه اعتبار کولی شو؟ ٢٥١
د ورځپاڼې سرچينې ٢٥١
پر سرچينه اعتبار ٢٥٣
د سرچينې راښکون ٢٥٣
د سرچينې ځواک ٢٥٣
د سرچينې د اعتبار په اړه څېړنې ٢٥٣
د ډله ييزو اړيکو د وسايلو پېژندنه ٢٥٥
وړيا سرچينې او مخبر ٢٥٥
دولتي او نا دولتي سرچينې ٢٥٧
خبري اژانسونه ٢٦٤
لنډيز ٢٦٦
تمريني پوښتنې ٢٦٧
مأخذونه ٢٦٧

اووم فصل

خبرونه څه ته وايي ؟

سريزه ٢٦٨
خبرونه څه شی دی؟ ٢٦٩
مناسب والی ٢٧٠
اغيز ٢٧٠
نږدې والی ٢٧١

مباحثه ۲۷۱
مشهوروالی ۲۷۱
بهير ۲۷۱
غير معمولي والی ۲۷۲
د خبرونو ډولونه ۲۷۳
د ژورناليست رول ۲۷۵
بې پريوالی او توازن ۲۷۷
د خبرونو برابرونکي ۲۷۹
د رپوټ اخيستل ۲۸۳
مشاهده ۲۸۶
څېړنه ۲۸۸
سرچينې ۲۹۰
د راډيويي خبرونو ښېګڼې Values of Radio News ۲۹۲
ريښتينولي Truth and Accuracy ۲۹۳
رپوټ ورکول ۲۹۹
Focus يا تمرکز ۳۰۰
لنډيز ۳۰۳
تمريني پوښتنې ۳۰٤
مأخذونه ۳۰٤

اتم فصل

مسلکي تبصرې څنګه کيږي؟

سريزه ۳۰٦
تبصره څه ته وايي؟ ۳۰۹
د تبصرې موخې او دندې ۳۱۱

تبصره ليکونکی ۳۱۳
ځلوربنسټيز ګامونه.. ۳۱۶
ربښتيا، حالت او پروسه.. ۳۱۸
سيمانتيکه مبارزه ۳۱۹
له نورو ډولونو سره يې توپير او ورته والې.. ۳۲۰
د تبصري ډولونه ۳۲۱
د تبصری د ليکلوپه اړه طلايی دساتير ۳۲۷
په خبرونو تبصره ۳۳۱
د تبصرې برخې ۳۳۲
د تبصرې موضوعات.. ۳۳٤
په روانو چارو د تبصرې پروګرام ۳۳٤
په سپورټ تبصره ۳۳٤
لنډيز ۳۳٤
تمريني پوښتنې ۳۳۵
مأخذونه ۳۳۶

نهم فصل

رپوټ څنګه ليکل کيږي؟

سريزه.. ۳۳۷
يو ښه رپوټ لنډ، روښانه او کره وي.. ۳٤۰
سرټکي Lead.. ۳٤۱
د رپوټ جوړښت ۳٤۳
نسبت ورکول Attribution.. ۳٤۸
نقل قول يا لنډې ځرګندونې Sound bits.. ۳٤۹

شميرې ۳۵۰
د رپوټ تصحيح ۳۵۱
روغتيا، علم او چاپيريال ۳۵۲
پوليس او محکمه ۳۵٤
سپورټ ۳۵٦
د راډيويي يا تلويزوني رپوټ ليکنه ۳۵۹
راډيويي رپوټ ۳٦۲
د رپوټ تيارول ۳٦۲
نيوز ريل ۳٦۳
نيوز ريل تيارول ۳٦۳
غږ ۳٦۳
راډيويي او تلويزوني خبرونه ۳٦٦
انلاين يا پرليکه خبرونه ۳٦۷
انلاين story يا کيسو بڼې او ډولونه ۳٦۸
انلاين ليکنه ۳٦۹
لنډيز ۳۷۰
تمريني پوښتنې ۳۷۱
مأخذونه ۳۷۱

لسم فصل

راډيويي او صوتي څپو ته لنډه کتنه

سريزه ۳۷۲
راډيويي او صوتي څپې څه شی دی؟ ۳۷۷
راډيويي څپې ۳۷۸
غږ او څپه ۳۷۹

د غبرېزو څپو ځانګړنې ۳۸۱
د څپو محدوده (Wave Range) ۳۸۳
د راډيويي څپو ډولونه ۳۸۵
لېږدېدونکې څپې ۳۸۷
الکترومقناطيسي څپې ۳۸۹
د راډيو د انتن لپاره د برق د توليد څرنګوالی ۳۹۰
د فريکونسي د څپې طول ۳۹۱
الکترومقناطيسيِڅپې او د هغې د خپرېدو سرعت ۳۹۳
د ژورناليستانو لپاره د فريکونسي او طول څپې د پيدا کيدو اړتيا ۳۹۳
د څپو تصنيف ۳۹٤
د څپو د خپرېدو لارې ۳۹۷
بانډ (BAND) ۳۹۸
ماجوليشن (Modulation) مخلوطه کوونکي ۳۹۸
د FM بڼه والی پر AM باندې ۳۹۹
د ماجوليشن ضريب (Modulation Degree (M ٤۰۰
راډيويي څپې څنګه موندل کيږي؟ ٤۰۱
د ترانسمېټر تعريف ٤۰۱
راډيو ټرانسمېټر ٤۰۱
فرستندې (لېږدونکي) ٤۰۳
پرازيټ ٤۰٤
د پرازيټ ډولونه ٤۰٤
راډيويي مقرارت (Radio Regulation) ٤۰٦
د نړۍ تقسيم بندي وېش په مختلفو برخو (د راډيو له نظره) ٤۰٦
راډيو څه شی دی؟ ٤۰۸

راډيويي چينل ٤١٠
لوډسپيکر څه شی دی؟ ٤١٢
د لوډسپيکر ډولونه ٤١٢
د آډيومنيتور او لوډسپيکر ترمنځ توپير څه دی؟ ٤١٣
د راډيو په سيستم کې د حجم واحد اندازه اخيتسونکي ٤١٣
د سيګنال اندازه اخيستونکی ٤١٤
د سيګنال د قلعه (يا څوکی) اندازه اخيستونکي ٤١٤
د حجم د واحد اندازه اخيستونکي ٤١٥
د بصري سطحې نه زياتره اندازه اخيستونکي ٤١٥
ماجوليشن ٤١٥
راډيويي انتنونه ٤١٨
په ديجيتال سيستم کې د ماجوليشن ډولونه ٤١٩
د راډيو په تخنيک کې دديجيتال سيستم نه داستفادې څرنګوالی ٤١٩
لګول او ګلول ٤٢٠
د اواز لوړول او ټيټول ٤٢١
د ثبت حجم Record volume ٤٢١
د اوسنی عملی پايدار ساتل ٤٢١
د ثبت شوي اواز اخيري يا وروستی برخې ته تلل ٤٢٢
د ثبت موقعيت ٤٢٢
د ثبت حالت ٤٢٢
په يوه ترک کې له منځ وړل ٤٢٢
د ټولي فيتې يعنې کيسټ پاکول ٤٢٣
له يو ځای څخه بل ځای ته د يو (ترک) انتقال ٤٢٣
د (ترک) يوه مسير ته نوم ورکول ٤٢٣

لنډیز ٤٢٤
تمرین پوښتنې.. ٤٢٥
مأخذونه ٤٢٥
پایله ٤٢٧
مأخذونه ٤٢٩

سريزه

پوهان په دې باور دي، چې ډله ييزې اړيکې د داسې قدرت لرونکي دي ، چې کولای شي د لومړي ځل له پاره نوی نسل د انساني ژوند په تاريخ کې رامنځ ته کړی، داسې نسل، چې له مخکينيو نسلونو سره خورا زيات توپير لري ، د نويو اړيکو په فضاء کې ډوب دی چې حتی خپل وزګار وخت يې هم هغې ته وقف کړی دی . ډله ييزې اړيکې عبارت دي له برداشتونو ، عقايدو او د اطلاعاتو رسول د ډله ييزو وسايلو پواسطه او د دغو اطلاعاتو پيداکول د يو تعداد زياتو انسانانو په واسطه په يوه واحد وخت کې دی . لازار سفلو دومرتن په دې اړه زياتوي : (د ډله ييزو اړيکو ځانګړتيا د هغې د نفوذ عظمت دی.) نو په دې اساس راډيو يوه د اړيکو وسيله ده چې د ټولنې د ژوند د مسايلو په پر مخ وړلو کې رغنده رول لري. په دې برخه کې تخنيکي امکانات او د خپرونو د جوړونې د عملي کار طريقه په مجموع کې د دغې وسيلې د قدرت او توانايي پايه يعنې بنسټ تشکيلوي يا په بل عبارت د تخنيکي وسايلو زيات بنسټونه د راډيو د کار په زمينه کې د صوتونو مجموعه دی چې د ځانګړي قواعدو پر اساس نوموړې وسيلې ته ورکړل شوې او په نهايت کې يوه راډيويي خپرونه جوړوي . بايد د راډيويي خپرونو د جوړونې باالقوه امکانات په مختلفو لارو برملا کړو . د يوې راډيويي خپرونې توليدونکی د دغو امکاناتو، لارو، اصولو په پېژندلو سره به قادر وي تر څو مؤثر پيغام خپلو اورېدونکو ته ورسوي . همدا ډول د يوې راډيويي خپرونې توليدوونکی په دې باندې قادر وي ، چې د خپلې خپرونې اورېدونکي داسې خپل ځانته راوکاږي ، چې خپل مخکې افکار يو خواته پرېږدي او دا به هغه وخت ورته مسير وي ، چې د راډيو ديجيتال تخنيکي وسايلو د استعمال او څرنګوالي سره بلدتيا ولري او هغه درست وکارولی شي.

دا اثر درسي ممد دی، په لسو فصلونو کې برابر شوی او د دې له پاره مو دغه عنوان غوره کړ، چې تقریباً دا شپږ یا اووه کاله کیږي، چې د ژورنالیزم پوهنځي په تحصیلي نصاب کې ځای لري او په دې اړه تر اوسه هم کوم چاپي کتاب ، چې درسي ممد وي وجود نه لري او د لکچر نوټ او تدریس له پاره مو د کابل پوهنتون او نورو پوهنتونونو د استادانو د لکچر نوټونو له موادو څخه ګټه پورته کوله او په دې وروستیو کې زیات شمیر ځوانو استادانو او لیکوالانو مختلف ډوله رسالې او کتابونه چاپ کړي دي ، چې په هغو کې زیات څه د راډیو پروګرامونو یا خپرونو له پاره موندل کیږي ولې بیا هم داسې ممد کتابونه نه دي ، نو ځکه ما هڅه وکړه ، چې په دې برخه کې دوه خدمتونه سرته ورسوم. لومړی دا چې په په پښتو ژبه یو داسې ممد کتاب ولرو، او بله دا چېعلمي اثر به شي. تر حده زیاته هڅه شوې، چې هغه مواد دلته ځای پر ځای کړو ، چې د ورځني تدریس له پاره په درد خوري د مختلفو اثارو ، لکچرنوټونو او کتابونو څخه مې ګټه پورته کړې ده. د دې اثر په لومړي فصل کې د راډیو پیدایښت او ارزښت ته ځای ورکړل شوی دی ، په دوهم فصل کې راډیو په ټولنه کې څه رول لوبوي؟ په دریم فصل کې د راډیو سټوډیوګانې او تخنیکي وسایلو ته ځای ورکړل شوی دی. په څلورم فصل کې د راډیویي خپرونو یا پروګرامونو تولید پوره بحث شوی دی. په پنځم فصل کې د ویاندویي فن توضیح شوی او په شپږم فصل کې مرکه څنګه وکړو په تفصیل سره بیان شوی دی او په اووم فصل کې خبرونه څه شي ته وایي ؟ او په اتم فصل کې رپوټ څنګه ولیکو ؟ او نهم فصل کې تبصره څه ته وایي تر عنوان لاندې موضوعات څېړل شوي، د دې اثر په لسم فصل کې راډیویي او صوتي څپو ته لنډه کتنه شوې ده.

لومړی فصل

د راډیوپیدایښت او ارزښت

ټولې رسنۍ او بیا په ځانګړې توګه راډیو چې نن سبا یې خپل رول په غریبو او وروسته پاتې هېوادونو کې تر هر څه زیات ادا کړي او ادا کوي یې ، نه یوازې په وروسته پاتې هېوادونو کې بلکې په پرمختللو هېوادونو کې هم د یوې مهمې او تبلیغي وسیلې په توګه ورڅخه کار اخیستل کېږي . په غریبو او وروسته پاتې هېوادونو کې دغه وسیله تر نورو لکه تلویزیون ، انټرنیټ ، ویبپاڼو او فیسبوک څخه ډېره اغېزمنه ده ، دا ځکه چې لاس رسی ورته اسان دی ، روزانه سرعت یې هر چېرته چې وغواړي کولی شي له هغې څخه ګټه اخلي . او بله دا چې راډیو نه یوازې دا چې یوه تبلیغي وسیله ده بلکې د تعلیم او زده کړې له پاره خورا ډېره ګټوره رسنۍ ده.

د راډیو کارکوونکي باید د ښو اخلاقو خاوندان وي او د خپلې ټولنې د خلکو او د پوهې او سویې سره سم په ټولو برخو کې مختلفې خپرونې جوړې کړي او خلکو ته عامه پوهاوی او د زده کړې تعلیمي پروګرامونه ، تفریحي پروګرامونه ، ورزشي ، صحي ، اخلي او پخلي ، ادبي او د ځوانانو له پاره ذهني خپرونې او داسې نورې ورته چمتو شي .

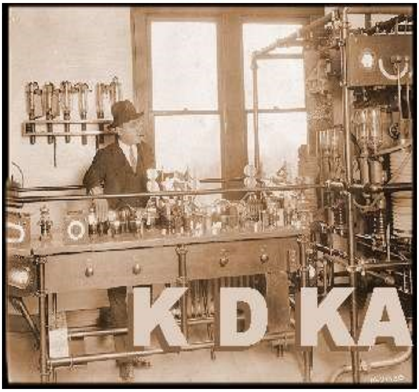
په دې فصل کې مو د راډیو کارکوونکو وړ صفتونه ، او د راډیو خپرونو حق ، اورېدونکي ، د اورېدونکو اختلاف ، له راډیو څخه زده کړه ، په اورېدونکو باندې د راډیو تاثیر څرنګه اندازه کېږي، د مخامخ کېدو یا تقابل د اندازه کولو طریقه ، پروګرامونه څنګه جوړېږي ، د راډیویي تشکیلاتو جدول، او د هغه مرکزونه چې خبرونو ته زیات ارزښت ورکوي ، راډیو او د هغې بدلیدل په هر اړخیزه ډله ییزه

وسیله، د راډیو ځانګړنې ، په راډیو کې تصویر جوړونه ، چټکتیا ، په راډیو کې ساده والی ، راډیو تعلیم ورکوي ، فردي تحرکات ، راډیو او ټولنه ، ، راډیو او د ټولنې افراد ، په راډیو کې د بیان ازادي ، ویل ، خبرې اترې ، صوتي افکټونه ، موسیقي ، ته ځای ورکړ شوی دی.

دا ټول توکي البته د دوی له پاره په دې برخه کې ځای پر ځای شوي چې په عملي زده کړه کې موږ ورسره په داسې پروسه کې هره ورځ مخ کېږو او د راډیو په اړه چې هر څومره معلومات مو چېرته د کوم کلیوال په لیکنه لیدلي هغه مو د هر چمن څخه سمن په توګه راټول کړي او په دې برخه کې ځای ورکړی ، هیله من یم چې د راډیو مسلک محصلانو له پاره ګټور تمام شي او په دې برخه کې به نورې هڅې هم وکړو .

لنډه تاریخچه

له ډېرې پخوا زمانې څخه د خلکو هیله دا وه، چې له یوې لرې فاصلې څخه د یو بل سره مفاهمه او خبرې اترې وکړي خو د ساینس د پرمختګ څخه مخکې انسانانو ددې لپاره چې په خپل ذهن کې موجود معلومات خپل مقاصد او موخې نورو خلکو ته ورسوي نو د اورلګېدو څخه به یې ګټه اخیستله، هغه داسې وه چې د یوه جګ غره یا غونډۍ په سر به یې اور بل کړ، چې



3http://www.hammondmuseumofradio.org/kdka.html

غونډۍ او غر به له هرې خوا ښکاره کيده او خلک به پوهيدل چې کومه مهمه پېښه يا خبره ده خپل ځانونه به يې هلته ورسول څو د نومړي پېښې څخه ځانونه خبر کړي دا ددوی په منځ کې ذري يا شفر وه. د وخت په تيريدو سره دا دنده بيا په سيمه کې چستو او چټکو خلکو سر ته رسوله او يو او بل به يې د ورپېښنو شويو پېښنو څخه خبرول چې نومړو کسانو ته به جارچيان ويل کيدل او د هيواد په ځينو سيمو کې اوس هم همدا کار شته چې د کليو او سميو د خلکو له خوا ځيني کسان استخداميدل او هغوی ته يې د ځمکې په دريو فصلونو کې غنم، جوار او وريځې او نور څه چې کرل کيدل هغوی ته به يې ورکول چې د مسلي په نوم يادېږي. هغوی په زياتره مراسمو کې دنده لري چې خپل او خپلوان د ودونو، مړی او نورو پېښنو څخه خبر کړي او زنانه يې د ښځو خدمت کوی، چې اوس لپاره په زياترو سيمو کې دا کار کم شوی ځکه چې تيلفون او مبايل يعنې ټيکنالوژي دا ستونزې تر ډېره حده حل کړي دي. د خبر د رسولو لپاره به يې له چستو او تېزو کسانو څخه کار اخيست ترڅو خبر ژر انتقال شي د همدې هلو او ځلو په نتيجه کې وه چې د لومړي ځل لپاره يو عالم (الکساندر گراهم بل) په دې بريالی شو ، چې په ١٨٧٥ زيږديز کال کې د ساعت فنر اواز د سيم په واسطه يوې فاصلې ته ورسوي. په ١٩٠١ زيږديز کال کې

http://www.oldmagazinearticles.com/1920s_Christian_Radio_Sermons#.VllxRNIrLIU 2 عکس

(ګوګليمو مارکوني) د (س) حرف اواز پرته له سيم څخه د اوقيانوس بلى خوا ته ورسوي.
په ۱۹۰۹ زيږديز کال کې د آمريکا د بيرغ د خړولو خبر د (رابرټ اى پيري) په واسطه نړۍ ته خپور شو. په ۱۹۱۳ زيږديز کال کې د انسان آواز د ۳ ميله فاصلې ته ورسوو او بى سيم يې په راډيو تيلفون باندې بدل کړ. (ډاکټردي فارست) په ۱۹۰٦ زيږديز کال کې د هوا څخه د تشو بوشکو په واسطه دا ازمايښت کاوه چې تر څو معلومه کړي چې دا بوشکې يا تيبونه څرنګه آواز انتقالوي. ډاکټر کارنرډيک يوه تقويه کونکي دستګاه د (۷۵) واټ په قوت سره په خپل ګاراژ کې نصب کړي وه چې د ۱۹۱۰ زيږديز کال څخه يې د بيانيو او موسيقي پارچو په خپرولو لاس پورى کړ.
په ۱۹۱۲ زيږديز کال کې د آمريکا کانګرس د تجارت وزارت ته دنده وسپارله څو هغه کسان چې غواړي په خصوصي ډول د راډيو خپرونې وکړي اجازه ليک ورکړي او د تجارتي مرکزونو لپاره اوږد موج تعين کړي تر څو د ټکى په ټکې عسکري مخابراتو ترمنځ کومه مداخله رامنځ ته نه شي. د ډاکټر (کارنرد) راډيو يي مرکز په ۲ نومبر ۱۹۲۰ د لومړي ځل لپاره د آمريکا د متحده ايالاتو د ټولټاکنو نتايج د يو تعداد مينوالو غوږونو ته ورسوه کومو چې په خپلو کورنو کې غوږ کى راډيوګانې درلودى.
د (پټسبرګ پوست) ورځپاڼې د ټولټاکنو په اړوند انتخابات د تلګرام په واسطه د نوموړي مرکز يوې سټډيو ته استول.په ۱۹۱۹ زيږديز کال کې د (ويس کانسن) پوهنتون يوه خپرونيز مرکز درلود، چې نرخ نوا او د هوا حالات به يې د اوريدونکو غوږونو ته ورسول.

په ۱۹۲۱ او ۱۹۲۳ کلونو کې راډيويي مرکزونه د ورزشي خبرونو د خپرولو شاهدان ول. وروسته به يې مختلفې پېښې د خلکو غوږونو ته رسولې. په پای کې راډيويي مرکزونو د خبرونو خپرولو ته زياته پاملرنه واړوله. په ۱۹۲۲ زيږديز کال کې آمريکا د ۳ راډيويي مرکزونو لرونکي وه ولې يو کال وروسته نوموړی تعداد ۵۵۰ ته ورسيد. د غوږکې لرونکو راډيوگانو تعداد په ۱۹۲۰ کال کې شپږسوه زرو (۶۰۰۰۰۰) ته ورسيده. په ۱۹۲۴ زيږديز کال کې د لومړي ځل لپاره د يونايټډپرس اژانس د آمريکا د متحده ايالاتو د جمهور رئيس د انتخاب خبر د راډيو په واسطه دولس (۱۲) ميلونو خلکو ته ورساوه.

له دې تاريخ وروسته د راډيو او ورځپاڼې ترمنځ شديدې سيالۍ زور واخيست. څرنگه چې د اسوشيټيډپريس اژانس د آمريکا د متحده ايالاتو د (اوريگن) د ايالات ورځپاڼو څخه يې يوه سل ډالره ۱۰۰ جريمه کړه، چې ولې يې د هغې خبر راډيو ته ورکړی ولی ډېر وخت لا نه وو تېر شوی چې ځانگړي اژانس د راډيويي خپرونو لپاره (د ترانس پرس) په نوم تآسيس شوه.

په ۱۹۳۸ زيږديز کال کې د (مونيخ) کنفرانس دا ثابته کړه، چې خلک غواړي چې هم راډيو ته غوږ شي او هم ورځپاڼې ولولي ولی راډيو د سرعت له نظره ورځپاڼې ته توپير لري. په ۱۹۴۱ زيږديز کال کې کله چې جاپانيانو په (پرل هاربر) باندې حمله وکړه خلکو راډيو د خپل کورني ژوند حياتي جز وشميرله او له هغې تاريخ څخه را پدې خوا يې زيات ارزښت لاسته راوړ.

په ۱۹۲٦ زیږدیز کال کې ملي شرکت اېن.بي.سي (N.B.C). په ۱۹۲۷ زیږدیز کال کې د کولمبیا خپرونیز شرکت سي.بي.اېس (C.B.S) په فعالیت پیل وکړ، لومړنی یې د (۱۲۷) او دوهم یې د ۹۷ خپرونیزو شرکتونو مالکان ول.

د (میوچل) خپرونیز شرکت په همدې کال د وړووکی مرکز په توګه د موادو د برابرولو لپاره منځ ته راغی. په ۱۹۴۵ زیږدیز کال کې د آمریکا د متحده ایالاتو د ای.بي.سي (A.B.C) نشراتي شرکت منځ ته راغی او له هغې تاریخ څخه راپدې خوا ددغو شبکو ترمنځ سیالی زور واخیست.

لکه څنګه چې راډیو پر اوریدونکو باندې تاثیر لري اوریدونکي هم د راډیو لپاره موثر دي او تر (۷۰۰۰۰) اویازره میلونو نه زیات د یو میلیون ساعتونو څخه زیات په اونې کې راډیو ته غوږ نیسي. حتی وایي چې د راډیو خپرونې د اوریدونکو مستقیم انعکاس دی او د خپرونو ډولونه یې د اوریدونکو د هیلو زیږنده ده.

هر هغه څه چې خلک د راډیو حرفې ته جلب کوی نه یواځی پاملرنه ده چې ټول خلک دې خپرونیزې وسیلې ته ورواړوي بلکې راډیو یو ډیر له عوایدو ډک کار هم برابروي لکه څرنګه چې نن ورځ د نیویارک په ښار کې ۱۰ کسان وجود لري چې یو یا دوه ساعته د راډیو له صفحو موسیقي معرفي کوي او یا خپلې تبصرې خپروي او هر یو په کال کې له پنځوس زره زیات ډالر معاش اخلي او دا یې د (دسک جاکې) په نوم یادول. همدا سبب دی چې دراډیو په مختلفو مرکزونو کې په آمریکا کې دوه څلویښت زره (۴۲۰۰۰) کسان کار کوي. باید زیاته کړو، چې زیاتره پروګرامونه په دغو مرکزونو کې مخکې تر مخکې ثبت شوي دي نو د هر مرکز د کارکونکو تعداد حداقل تقلیل شوی دی. نن ورځ کار کول په یوه راډیو یي مرکز کې دا غواړي څو

یو کس څو دندې سرته ورسوي: مثلاً یو کس هم انانس ورکوي او هم کنترول کارونه پرمخ وړي او هم میلمنو ته د ښه راغلاست دنده سرته رسوي (۱:۱).

د راډیويي کارکوونکو ځانګړنې

د راډیو په کار کې هغه کسان بریالی کیږي چې د اتکا وړ وي، د نورو سره په خوښې کار وکړي او زیاته انرژي ولري. هغه صفتونه چې د راډیو په کارکونکو کې باید موجود نه وي عبارت دي له: داستقرار نه لرل، نامطلوب عادات، خپل سري، شهرت غوښتنه، دنیا او دولت ته تمایل، ستړی کیدونکی شخصیت، د وړتیا او تجربې نه لرل، مسلسل غیرحاضري کول، د هدایاتو او اوامرو نه سرغړول په ځانګړې ډول د پالیسی نه مراعت کول. لنډه دا چې څه په راډیو کې او څه په اداري برخه کې د خپلې دندې سره مینه حتمي او لازمي ده.

1) د اجتماعي علومو په اړه بنسټیز مالومات، طتبیقات، روحیات، ادبیات، تاریخ، حکومت او یا یوه بهرنۍ ژوندۍ ژبه.

2) د تجارت په اړه مالومات، اعلانات، خرڅلاو او روزنامه نګاري.

3) د خطابې سره سروکار او نړدیوالی، سینما او تمثیل.

4) د تخنیکي وسأیلو په اړه مالومات او دهغو په استعمال او دندو باندې پوهیدل.

5) د راډیو د خپرونو په اهمیت باندې له ژورنالیستیک نظره پوهیدل، له اقتصادي او اجتماعي نظره پوهیدل د قانون اساسات او د نوموړی مسلک تاریخ، د یوه راډیويي مرکز تشیکیلات، او دهغو د کارکونکو دندې او دراډیو یي خپرونو فلسفه د عامه ګټو پر اساس.

6) د راډیو یي پروګرامونو په اړه د پراخ نظر لرل.

7) په یوه تعلیمي راډیو کې د دندې د سرته رسولو پروخت کې د مالوماتو لرل، د تعلیمي سویې د تکنیک په اړه مالومات لرل.
8) د راډیو په رشته کې د علمي تجربې لرل.

د راډیو شاګرد باید تل په یاد ولري چې دده روزنه په ښوونځي کې هغه ددندې لپاره نه اماده کوي بلکې دغه تربیه زمونږ راتلونکي لپاره په درد خوري. یا په بل عبارت دهغه د تربیې موخه داده، چې د هغه ژوند له ثمر څخه برخمند کوي نه دا چې په یوه خاصه دنده کې ورته کاملاً ممد وګرځي. هغه باید وپوهیږي چې هغه وخت د یو انسان ژوند غني کیږي کله، چې د متقابل احساس لرونکی او د یوې دندې دسرته رسولو او ټولنې ته د مرستې جوګه شي.

په راډیو تلویزیون کې ټول کارکونکي احساس کوي چې د ټولنی پرمقابل کې وجایْب لري او دانسانانو فکر او وخت ته ارزښت ورکوي. کولی شي د خلکو پیسې غلا کړي او هغه کولی شي، چې نورې پیسې پیدا کړي کولی شي یو کس زخمي کړي او هغه بیا جوړیږي خو لیکن که دهغه وخت ضایع کړی نه تاسې او نه هغه یې راګرځولی شي فلهذا هر څوک چې د راډیويي خپرونو لپاره درخواست ورکوي او یا په دې دنده مشغول کیږي، ډیرګران مسوؤلیت پر غاړه اخلي. په ۱۹۵۸ زیږدیز کال کې کله چې (ایرک سورایډ) ته د یوه بهرني سیاسي مبصر په توګه جایْزه ورکول کیده او په دې مناسبت د راډیو، تلویزیون بهترین شخصیتونه راټول شوي ول، مشارالیه داسې اظهارات درلودل:

تاسې نن شپه د نړۍ ډیرې مقتدرې ښځې او سړي ملاحظه کوی. سره له دې اقتدارهچې لریې اړینه نده چې هغوی تر ټولو مستعد یا هوښیار دي هغه قوت، چې

سترګې او غوږونه دې ته اړ باسي چې د نړۍ ډېر ستر قوت دی. دغه قوت دې، چې افکار او هر هغه څه چې يو هيواد په هغه باندې فکر کوي متاثر کوي. فکر مه کوی، چې دغه اشخاص د راډيو او تلويزيون په رشته کې له خپل قدرت څخه بې خبره دي. سره له دې، کله چې يوازې وي او د هغه اعتماد په هکله چې پردوی باندې شوی فکر وکړی، خپل ځان خجالت او شرمنده ګوري. دغه تازه صنعت په ټول سرعت او توان سره نشو انځور کولی او دهغې کارکوونکي ټول بشر دی. موږ ستاسې فکر ته احتياج لرو او له تاسې څخه د معمولي احصايې په برخه کې بلی او نه غواړو بلکې هيله لرو، چې خپل افکار موږ ته راکړی. موږ پوهيږو، چې څه بايد وکړو، زموږ دنده د خلکو تفريح ده او په دې ساحه کې بريالي يو. زموږ دنده د مالوماتو ورکول دي او په دې برخه کې ډېره لويه لاره پرمخ کې لرو. زموږ دنده الهام ورکول دي او په دې لاره کې مو يو قدم هم ندې ايښی، زموږ سره مرسته وکړی څو هغه لاره پيدا کړو او په عالي سويه خپلې دندې پرمخ بوځو او دا به هغه طلايي جايزه وي چې طلا به يې هيڅکله هم توره نه شي(٦:٢).

د راډيويي خپرونو حق

آمريکا، چې د راډيو او تلويزيون په برخه کې په نړۍ کې ترټولو مخکې ده هر آمريکايي چې د کافي سرمايې لرونکی دی د مخابراتو کميسون (اف،سی،سی) (F.C.C) ته مراجعه کوي او جوازليک ترلاسه کوي د جوازليک شرايط يې دادي: چې مراجعه کوونکی د خپلې راډيويي مرکز ځای او دنده توضيح کوی او په عين حال کې خپل فني تجهيزات او وسايل هم معرفي کوي که د کميسون د مشخصاتو سره سمون ولري نو ورته جوازليک ورکول کيږي. د قانون مطابق، يو شخص ديوې

راډیویي او تلویزیوني شبکې څخه زیاتې نشي درلودلی البته دا په یوه سیمه کې ورستي او نهایي تعداد د راډیویي مرکزونو د یوه شخص لپاره په څو سیمو کې له اوو (۷) څخه تجاوز نه کوي.

د مخابراتو کمیسون د هر مرکز لپاره د راډیو څپې د هغې قوت او فریکونسي تعینوي څو د نورو خپرونیزو مرکزونو سره مداخله ونه کړي.

د راډیو هر مالک پوهیږي چې ملکیت یې یوازې منحصر دی په ځمکه او دهغه تعمیراتي موادو او د راډیو پر تجهیزاتو پوري. هغه آواز چې له راډیو څخه پورته کیږي عام ملکیت دی نو فلهذا ددغې آواز په نوعیت کې باید خپل مسؤولیت په نظر کې ونیسي.

د مخابراتو کمیسون حق لري دهغو مخالفتونو په هکله، چې دراډیو مرکزونو، دراډیو د قانون او یا خپل لیک له بیان څخه یې ولري نو ورته جزآ ورکول کیږي ولی د راډیو د نشراتو دسانسور حق نه لري. دراډیو تلویزیون ټول کارکونکي د بیان د آزادې دحق لرلو مالکان دي.

هرهغه څه، چې د مخابراتو کمیسون زیار باسي دراډیو د پروگرامونو د توازن ساتل دي. نوموړی کمیسون د (آبي کتاب) په نوم خپرونه کې دغه توازن د لاندې اجرآتو لاندي گڼي:

1) د عامه مسایلو په اړه بحث د مناقشې وړ.
2) د وخت ورکول هغو خپرونو ته چې څوک د هغې د خپرونو لپاره پیسې نه ورکوي.
3) ځیني محلي ژوندې خپرونې.

4) د راډيو مرکز جوازليک په هرو دريو کالونو کې يو ځل تجديد کيږي او هغه مرکزونه چې د خپلو راډيوګانو د پروګرامونو توازن يا موازنه حفظ نه کړي د جوازليک څخه محروميږي.

د وضع شويو مقرارتو له مخې دراډيو هر مرکز بايد لاندې مقرارت په نظر کې ولري:

1) په سياسي مسايلو کې په ځانګړي توګه د ټول ټاکنو پر وخت کې کله چې بد الفاظ وي او کوم ځانګړي قواعد وجود نه لري. په راډيو کې بد الفاظ هغه کليمات ګڼل کيږي چې په عادي اجتماع کې د ښځو او سړيو لپاره بايد پکار ونه وړل شي.

2) ګمراه کونکی او غلط اعلان په راډيو کې ممنوع دي. دا ځکه، چې دراډيو لپاره ډېر زيات مشکل دی چې د څو اعلانونو له منځ څخه چې هره ورځ يې خپروي د هغې غلط يا ګمراه کونکې وپيژني، فلهذا هر مرکز ترووروستې ورځې پورې زيار باسي چې د هر اعلان په هکله د خپل کارکونکي تجارب او مشاهدات د تطبيق وړ وګرځوي او پرې نږدې چې د يو شخص اعلان بل شخص ته په ضرر تمام شي.

3) د مؤلف حقوق: لکه څنګه چې په ورځپاڼو کې محفوظ دي په راډيو کې هم حفظ کيږي او دغه تصنيف د موسيقی د تصنيف او کمپوزونو په باره کې يو شان صدق کوي په دې شرط چې د تصنيف ليکونکي او يا کمپوزيتور په دې اړه مخکې اقدام کړی وي او راډيويي مرکز ته يې اطلاع ورکړي وي. ترتبيت له دې قراره دی چې د اثر خاوند اړونده ادارې ته درخواست استولی د يو مقدار پيسو په ورکولو سره دغه حق يې اته ويشت کلونو (۲۸) پورې د خپل ځان ته محفوظ کړی وي. او که نوموړی وخت پای ته رسيدلی وي او خوښه يې وي دغه حق تجديد کيږي.

4) د افرادو ځانګړي حقوق او دهغوی د کورنۍ حقوق د راډيوګانو سره محفوظ دي يعنې هيڅ يوې راډيو ته اجازه نه ورکول کيږي چې د اشخاصو کورنې خصوصيات او جزْييات خپاره کړي سره لدې چې د نظر وړ شخص يوه مهمه او رسمي دنده هم ولري او په انتخاباتو لپاره نامزاد وي.

هر څوک حق لري چې دراډيويي خپرونو حق ولري او ځينې وجايب هم په غاړه اخلي چې دا وجايب د يو ډول دسپلين مستلزم دي، چې پخپله شخص يې په خپل ځان وضع اوتحميل کوي.

1) اساسي معيار دادی چې هر کار کوونکی د خپل ځان سره قضاوت وکړي چې ايا د خبرونو موضوع د مختلفو نقطو نظره د خپريدو وړ دی. که يو څو حزبي نوماندو ته وخت ورکوي او يا يې خرڅوي بايد د نورو خزبونونوماندو ته هم همدومره وخت ورکړي يا يې ورباندې خرڅ کړي.

2) راډيويي مرکز کولی شي لکه د يوې ورځپاڼې په شان تبصره او يا هم سرمقاله ولري ولی اساسي شرط دادې چې د خپرونې په پيل کې بايد وويل شي چې دغه تبصره يا سرمقاله پخپله د راډيو دی دا ځکه چې مالومه ده چې تبصره يا سرمقاله د ليکونکي د خبرونو او نظرياتو څخه مرکب دی بايد پوه شي چې دغه نظريات پخپله د راډيو دی نو په دې باره کې فکر وکړي او خپله عکس العمل د هغې په برابر کې د ليک يا مکتوب په بڼه راډيو ته ور واستوي.

3) په متنازع مسايْلو کې هم راډيو مکلفه ده چې د متنازع طرفينو ته حق او مساوي وخت ورکړي. په ځينو مواردو کې راډيو څو تنه اهل خبره رادعوت کوي څو د يوه ميز په شا وخوا کې سره کيني. د طرفينو په مورد کې يو مسله بحث کړي او

هر یو خپل دلایل سره ووایي. البته په داسې مسآیلو کې قضاوت پخپله اوریدونکو ته پریښودل کیږي.

4) د حرمت اتک او بد ویل. څرنگه چې په ورځپاڼو کې ممنوع دی او قانون د هغې مرتکبینو ته سزا ورکوي په راډیو کې هم همداشان دی یوازې توپیر یې دراډیو او ورځپاڼې په منځ کې دادې چې په چاپ کولو او خپرولو د کلماتو کې دی، د حرمت اتک او بد ویلو په اړه په راډیو کې یوازې د کلماتو اوریدل د څو کسانو له خوا کافي دي.

5) بد کلمات لکه څرنگه چې په ورځپاڼو کې ممنوع دي په راډیو کې هم پکار نه وړل کیږي. دغه کلمات ادارت او یا راډیویي مرکز تر پوښتنې لاندې راولي.

په آمریکا کې د نوموړو اصولو د صحیح عملي کولو لپاره دوه اوصول نامې موجودې دي ولی د هغوی د تطبیق شرط دادې چې باید هر راډیویي مرکز خپل شامليدو او یا قبلیدو په اړوند موسسې ته کتباً اطلاع ورکړي. یو دهغو څخه دراډیوتلویزیون د کارکونکو انجمن دی. په نوموړي موسسه کې اشتراک حتمي او الازمي نه دی سره لدې د هغې لګول شوي قواعد چې په حقیقت کې د راډیو د کارکونکو وجایب تشکیلوي په خلص ډول په لاندې ډول دي:

1. خبرونه: خبرونه باید واقعي، منصفانه، پرته له تعصب نه متوازن وي او د خبر لوستونکې او د خبر سرچینې باید د اتکا او اعتبار وړوي.

نا خوښو جزیاتو او د لوستونکو په منځ د شک او گمان د ایجادولو څخه ډډه وشي.
که خبرونه او تبصرې په ډراماتیک صورت عرضه یعنې وړاندې کیږي باید نوموړي موضوع د خپرونې په پیل کې ښکاره شي.

2. سرمقاله: سرمقالې باید د څو صلاحیت لرونکو اشخاصو یا فرقو د نظریاتو لرونکي وي.

3. عامه مسایل: باید دا ډول پروګرامونه تر همدې عنوان لاندې اعلان شي او هغه اشخاص یا ګروپونه چې په دې کې برخه اخلي د مسوولیت لرونکې وي او د دوو مختلفو نقطه نظرونو ته باید مساوي فرصت ورکړل شي.

4. سیاسي پروګرامونونه: دا هم باید په پیل کې په صراحت سره اعلان شي څو خلک وپوهیږي.

- پروګرامونه باید ډېر متوازن وي او ډېر وسیع مسایلو سره سروکار ولري.
- د معارف او کلتور په برخه کې د صلاحیت لرونکو ګروپونو له همکارۍ څخه استفاده وشي.
- اعلانات: د راډیو مرکزونو ته اجازه نه شته چې د لاندې شیانو په هکله اعلان وکړي:

قوي الکولي مواد، فالبیني، غیب ویل، هغه مواد چې د ښځو او نرانو د مختلط جمعي صحبت لپاره نامناسب وي، د کم قیمت شیانو اعلان چې په دایمي توګه استعمالیږي.

- د خپرونې محتویات: دراډیو پر ټولو پروګرامونو کې د بې ځایه هیجان څخه مخنیوی وشي او کوښښ دې وشي ترڅو مناسبو اجتماعي مفکورو ته احترام وشي.
- د راډیو کارکونکي د څو ګروپونو ترفشار لاندې وي. د سارې په توګه دیني او مذهبي ګروپونه چې د ځینو کلمو او صحنو مخالف دي چې په نمایش نامو کې

پکار وړل کيږي، او يا دا چې نوموړي گروپونه نيوکه کوي چې ددوی استازو ته کافي وخت نه ورکول کيږي.
طبي گروپونه وېره لري چې طبي ضد مواد په راډيو کې اعلان کيږي او يا دا چې راډيو خلکو ته غلطې طبي لارښوونې عرضه کوي. په دې ترتيب هغوی د راډيو کارکونکي ترفشار لاندې راولي. تعليمي او فرهنگي گروپونه احساس کوي چې د خپرونو معيار تنزيل شوی او د راډيو په کارکونکو فشار راولي(٩:٦).

د راډيو ځيني نور قواعد په لاندې ډول دي:

1. د راډيو کارکونکي د خلکو د اعتراضونو او فشارونو په مقابل کې نه حمايه کيږي. څو تنه په عين انتخاباتو کې د سيالی پر اساس د خپرونو جوازليک اخيستلی شي.
2. د وخت قيمت په راډيو کې حکومت نه تعينوي ولې قاعدتاً د سياسي اعلاناتو نرخ د تجارتي اعلاناتو څخه زيات وي.
3. راډيوگانې بايد ټول مشتريان په مساوي توگه قبول کړي. ولی د خپرونو کارکونکي اړ ندي چې هر اعلان او هر پروگرام ومني يعنې دا قاعده د تحميل معنی نلري.
4. که يو راډيويي مرکز په خپلو عملياتو کې خسارمند کيږي نو نه حکومت او نه کومه بله سرچينه ورسره مرسته کوي.

د راډيويي خپرونو حق يو ډول ځانگړې برتري ده دا په دې معنی چې د راډيو کارکونکي پوهيږي چې دنده يې د هغو کسانو د مصروفيت په ډول نه ده چې د تيلو په ټانگ کې کارکوي. دراډيو مالکان په خپل فعاليت کې محدوديتونه لري وليکن

عملاً د خپلو امورو په پرمخ وړلو کې کومه مانع نهويني په ځانګړي ډول د پروګرامونو د طرحې په رشته کې د راډيو زياتره کارکونکي د زياتې ګټې د لاسته راوړلو لپاره زياته پاملرنه کوي-نظر د عامه ګټو د لاسته راوړلو لپاره يعنې خپلو شخصي ګټو ته لومړيتوب ورکوي. ولې حقيقت دادې څو چې يو راډيويي مرکز د مالي استقرار لرونکي نه وي نشي کولی چې داسې پروګرامونه وړاندې کړي چې د ټولو خلکو د پام او محبوبيت وړ وګرځي (۷:۱۰).

اوريدونکي

اوريدنکي يو پراخ او جامع لغت دی او بايد چې هغه د څو ډوله اوريدونکو نه مرکب وګڼو چې نظر هر راډيويي مرکزته توپير لري. حتی د عين ګروپ افراد د وخت او سوابقو په بنسټ يو دبل څخه توپير کوي د سارې په توګه اوريدونکی د خپل نظر وړ پروګرامونه تر ناوخته پوري اوري او يا دا چې په هغې وخت کې په کار کې مصروف دی او يا که رخصتې ورځ وي او يا د شپې ناوخته شي، نو هيڅ يې نه اوري. د ۱۹۲۰ زيزدېږ کال د وسط څخه راپدې خوا د اوريدونکو په هکله زيات تحقيقات منځ ته راغلي او د هغوی د هيلو، موندنو، عاداتو، او ماهيْت په اړه يې په سلګونه مقالې ليکل شوي دي.

دا چې زياتره مقالې او راپورونه د غلطيو لرونکي ول کله نا کله د شخصي اعراضو په اثر ليکل شوي دي او موضوعات يې د موسساتو او اشخاصو په ګټه تاکيد کړی دی، سره له دې ځيني متغيير شرايط او ژرتيريدونکي چې د تحقيق اساس په دې ساحه کې تشکيلوي په بر کې نيولی دي.

يو د هغو علتونو څخه چې دغه راپور وروسته له ترتیب څخه د اشتباه وړګرځوي دادې چې اوریدونکي او همدارنګه پروګرامونه تل د تغییر په حال کې وي نو له دې کبله د یوې عمومي قاعدې وضع کول په دې برخه کې د خطر نه خالي نه وي. سره له دې چې اوریدونکو د ملا تیر متوسطه طبقه تشکیلوي او ددې طبقې افراد د اجتماعې او اقتصادي موفقیت له نظره پخپله په وسط کې قرار لري او د مالي قدرت له نظره خپل ذوق په مختلف ترتیب په لوړه سویه تآمینوي د سارې په توګه په کلپونو کې برخه اخلي، محفلونو او مجامع ته ځي، کتاب لولي، تیاتر ته ځي او د ګلف لوبې کوي، د ټولنې فقیره طبقه علي العموم له راډیو څخه محرومه ده او یا هم راډیو لري ولې کارنه کوي یېخرابه دي او یا دا چې د نارحتې له نظره په دوام داره توګه راډیو ته غوږ نه نیسي- البته دغه طبقه د اعلاناتو لپاره هم ګټوره نده ډېر اړین توکي خریداري کوي او بیا چې هر څومره د یوې طبقې عایدات ټیټ وي نو په هماغه اندازه ددوامداره اوریدو امکان یې کم وي، اوریدونکي دراډیو خپل وخت د کتاب، ورزشي کلپ او فرهنګي فعالیتونو لپاره نه وقف کوي بلکې دهغه لپاره راډیو یواځینی سرچینه د خبرو، اطلاعاتو او تفریح ده.

د هغه د ملکیت سمبول او رمز په حساب کې راځي او داړیکو یواځینې حلقه ده د لویې نړۍ ترمنځ او همدارنګه د نړدې چاپیریال څخه د فرار وسیله شمیرل کیږي. د تلویزیون له اختراع څخه وروسته د راډیو اوریدلو ډېر زیات توپیر وکړ څرنګه چې نن د راډیو یوه ربع اوریدنوکي په موټر کې د خپلې خوښې پروګرامونه اوري. پخوا وخت کې داسې رواج وه چې اوریدنونکي اکثریت د فامیل غړو تشکیلوه او په یوه

خونه کې به ناست وو او راډیو به ورته د هغوی د راټولیدو وسیله وه، ولی اوس راډیو په فردي ذوق پورې اړه لري.

په آمریکا کې ۳۱ فیصده خلک راډیوګانې د ناستې په خونه کې او ۳۰ فیصده د خوب په خونه کې چې زیاتره یې د اطفالو په خونو کې او ۲۱ فیصده په پخلنځی (اشپزخانه) کې او ۱۳ فیصده په موټرو کې اوري (۷:۷).

د اوریدونکو اختلاف

اوریدونکي د سن، جنسیت او جغرافیایي، اقتصادي او اجتماعي نظریو له مخې یو د بل څخه توپیر لري. د سن له نظره هغه اطفال چې په کور کې یوازې راډیو لري له اوه کلنی څخه د راډیو په اوریدلو لاس پورې کوي. نوي رسیدلي د ۱٦ او ۱۹ کلونو په منځ کې، چې هم راډیو او هم تلویزیون لري نظر غټانو ته دوه نیم چنده خپل وخت د راډیو په اوریدلو مصرفوي. یواځنې وخت چې د ۱٦ کلنی له عمر څخه ښکته اطفال له لویانو څخه زیاته راډیو اوري. په دې ورستیو کې د نویو رسیدلو ځوانانو نظریات د موسیقی په اوریدلو کې نسبت والدینو ته کاملاً توپیر لري. له جنسی نظره د هلکانو، ښځو، نرانو او انجنو په منځ کې هم اختلاف لیدل کیږي. څرنګه چې هلکان ورزشي پروګارمونه، سړیان اخبار، او ښځې د ښځو خپرونې او انجونې زیاتره د موسیقی خپرونې اوري. ښځې په حقیقت کې د راډیو بهترینې اوریدونکې ګڼل کیږي او هر څومره چې زړیږي هماغومره راډیو زیاته اوري. سړي له ۲۰ څخه تر ۴۰ کلنې پورې راډیو کمه اوري ولی تر هغې وروسته زیاتره وخت په دې ترتیب تیروي.

د وخت، موقعيت او د جغرافيايي له نظره هره سيمه تغير کوي. په راډيو کې هم په دې اساس د پروګرام وخت تغير مومي همدارنګه په ځينو سيمو کې يو ډول په زړه پوري موسيقي وی او ځيني پروګرامونه د اصلاح او ښوالي لپاره د هغې ځای پيداوار وي چې د موقعيت له نظره تغير مومي. هغه خلک چې د دغه ډول پروګرام د طرحې مسوؤل وي بايد په دې اړه هم له مالوماتو او هم له فکر څخه کار واخلي. د بشر د اجتماعي او اقتصادي وضع له نظره اختلاف ډېر مهم دی. هر څومره چې د يو شخص اقتصادي او اجتماعي موقعيت ښه وي په هماغه اندازه د عالي کلتور لرونکي کيدلی شي.

دغه موقعيت اساساً د شخص په تعليم او تربيه باندې متکي دی. هر هغه چا چې زيات تحصيلات کړي وي زياتره عالي موسيقي، کلتوري پروګرامونو او ډرامو ته غوږ نيسي. البته يو تعداد ددغو اشخاصو څخه، چې لوړې زده کړې يې خپل نهايي حد ته رسيدلي وی هماغومره مصروف وي چې د راډيو اوريدلو لپاره هيڅ وخت نه لري او يا ډېر کم ورته غوږ نيسي.

له راډيو څخه زده کړه

د راډيو مرکزونه که له يوه طرفه پيسې پيدا کوي نو له بل طرف د ټولنې لپاره له فرهنګي نظره خدمتونه وړاندې کوي. څرنګه چې بهترينې سمفونې ګانې بالټونه او د ډرامونه اوريدونکو ته عرضه کوي د هغوی د سويې په لوړلو کې خدمت کوي.

البته د نوموړی خدمت اندازه د هر راډيويي مرکز د نوعيت له نظره توپير کوي څرنګه چې د تعليمي راډيويي مرکزونو کې متنوع يا هررنګه پروګرامونه دي پداسې حال کې چې په تجارتي راډيويي مرکزونو کې زياتره وخت اعلانونو نيولي وي. له دې سره

سره انکار نه شو کولی چې، راډیویي مرکزونه هم په دې لته کې دي څو خپل اوریدونکي تل له ورځنیو پیښو څخه خبر کړي. له راډيو او تلويزيون په درسې صنفونو کې په دې ورستیو کې زیات انکشاف کړی دی. څرنګه چې په ۱۹۵۱ زیزدیږ کال کې نیم میلیون شاه گردانو له اول صنف څخه تر پوهنتون پورې له دغې وسیلې څخه په آمریکا کې ګټه اخیستي ده (۱۲:۷).

په اوریدونکو باندې د راډیو تأثیر څرنګه اندازه کیږي

د آمریکا په متحده ایالاتو کې زیات موسسات موجود دي، چې د راډيو او تلويزيون تأثير پر اوريدونکو او نندارچياتو باندې اندازه کوي، چې د هغې مهم يې ار.بي (R.B) دی. دغه مؤسسات د معمول په ډول پوښتنې يو تعداد د خاصو (معينو) کورنيو ته د بيلګې په ډول زر کورنې دمتوسطې طبقې ته استوي او په دغو پوښتنو کې د په زړه پوري خپرونو نومونه او دهغو د اوريدلو د ساعتونو پوښتنې کوي. ورسته له هغې د هرې پوښتنې ځواب لاسته راوړي او هرې خپرونې ته شميره ورکوي، چې دغې عمليې ته ريتنګ وايي. هغه مصارف، چې په دغې لار کې صورت نيسي په اوسط ډول تر پنځه ميلون ډالرو لوړيږي، چې البته دغه مبلغ چې آمريکايان هر کال د چنجيو د مصرف لپاره مصرفوي.

د راډيو تعليمي مرکز د اوريدونکو او ننداريانو په مورد کې زيات تبليغات کوي دهغې پوښتنې عبارت دي له: د اوريدونکو تعداد څو ته لوړيږي؟ هغوی له کومو کسانو څخه مرکب دي؟ څرنګه مخامخ کيږي او د مخامخ کيدو ډيره ښه طريقه يې کومه ده؟

د مخامخ کيدو يا تقابل د اندازه کولو طريقه

د معمول په ډول مخامخ کيدل په دريو طريقو اندازه کوي:

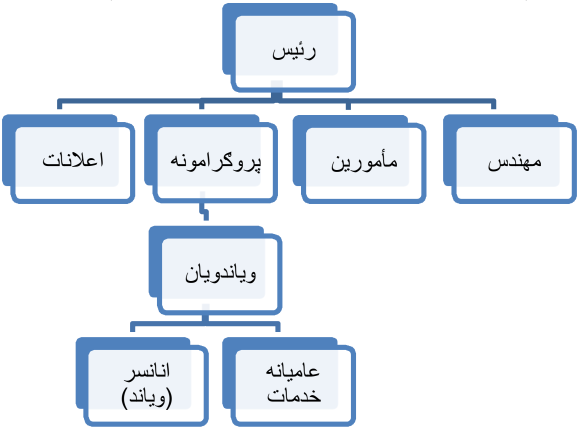
1) پيژندګلوي طريقه: په دغې طريقه کې اوريدونکي د يوه پروګرام د اوريدلو په وخت کې تر سوال لاندې راځي تر څو خپل نظريات د خپروني د کيفيت او وخت په اړه اظهار کړي.

2) په ياد راوستو طريقه: په دغې طريقه کې د اوريدونکو څخه پوښتل کيږي څو د هغو پروګرامونو په اړه چې په تېر نيږدې وخت کې يې اوريدلي خپل نظريات اظهار کړي.

3) د لومړيتوب طريقه: په دغې طريقه کې د پروګرام د مرجع په اړه پوښتل کيږي. د مالوماتو د لاسته راوړلو وسيله د اوربدونکو د مخامخ کيدو په اړه عبارت ده: تيليفون، ورځپانه، پسته، شخصي مرکې او تخنيکي وسايل.

د راډيو تشکيلات

د راډيو د هر مرکز تشکيل نظر هغو موخو ته، چې لري توپير کوي. همدارنګه د راډيو اندازه د هغې د مالک او رئيس نظر پدې موضوع کې شريک دی.



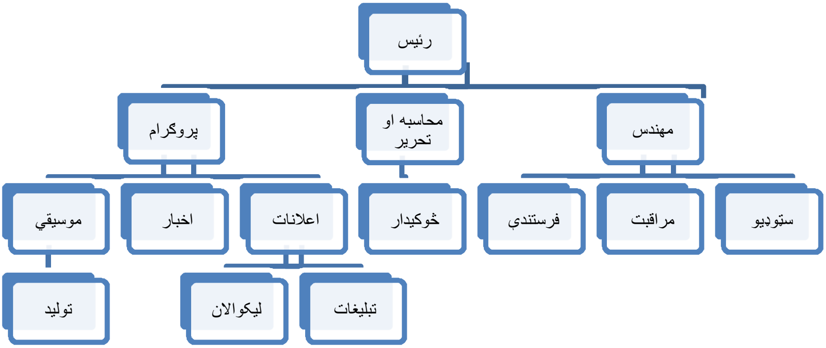
هغه مرکزونه چې خپرونو ته زيات ارزښت ورکوي

هغه درجه چې د راډيو يو مرکز يې عامه ګټو ته ورکوي د هغې د تشکيلاتو نه مالوميږي. هغه راډيوګانې، چې عامه ګټې زياتې په نظر کې نيسي خپل ټول وخت نه خرڅوي پداسې حال کې چې د راډيو تجارتي مرکزونه خپله زياتره پاملرنه د وخت خرڅولو ته وقف کوي. د پروګرامونو توليد له دې نظره، چې ژوندی خپريږي يا ثبت کيږي دا هم د راډيو پر تشکيلاتو باندې تاميږي او يو متنازع فيه موضوع ده.

د راډيو د تشکيلاتو مخکښ د (ليوس) په نوم څو کاله مخکې بيان کړي وه، چې بايد د راډيو په مرکزونو کې د پروګرامونو شعبه بايد پر ټولو شعباتو باندې ترجيح ورکړل شي په خاص ډول د اعلاناتو شعبه دا ځکه، چې د پروګرامونو يواځينې نمايش دې، چې راډيو يې خلکو ته وړاندې کوي. د (سارجنت) د ګرافيک پر اساس، چې يو راډيويي مرکز، چې هغه وخت د اويا (۷۰) مسکلي غړو لرنکي وه نن ورځ کولی شي په درې (۳) غړو سره اداره کړي، چې البته په دې جمله کې ارتېستان ندي شامل. همدارنګه يو رئيس د اوه (۷) اداري غړو، محاسبه او تحرير، دوه اداره کوونکي او توليدکوونکي د پروګرامونو د اداره کوونکي په شمول، پنځه مهندسان د حفظ او مراقبت د مهندس په شمول، څلور انانسران، دوه ويناندويان، او د اعلاناتو دوه ليکوالان او دعامه خدماتو موظف، د موسيقي کتابدار يعنې د ارشيف والا، چې د ترافيک کار هم پرمخ بيايي، څلور پلورنکي د خرڅلاو د مدير په شمول، د بازار د خدماتو پورې اړوندو مطالبو د خرڅلاو او اشتهاراتو د مطالعې لپاره درې نفره او يو يا دوه نفره مستخدمين کافي دي(۱۲:۴).

د ساجنټ ګرافیکي جدول د یوه راډیويي مرکز تشکیلدې کنفرانس داسې یوه طرحه وړاندې کړه، چې دهغې په اساس به د ۱۴۰ په اوږدوالي موج یا څپه د ۳۷۲ لیږدونکو دستګاه کې اچول کیږي، چې دغه پریکړې د دوهم نړیوالې جګړې په سبب ترسره نه شول.

له بل پلوه د راډیو تجارت هغه وخت سرعت واخیست کله، چې ارزانه لیږدونکي دستګاوې تولید شوې او دا ددې سبب شوې، چې نوموړي جریان په خپل وار سره د یوې راډیو یې دستګاه قیمت راټیټ کړي او همدارنګه پلورونکي او اخیستونکي یې راجلب کړل، چې البته دغه تولید په ۱۹۳۰ کال کې شروع شوي وه په دې ترتیب نویو راډیويي دستګاه ګانو په جوړیدو سره د زړو دستګاوو ځایونه یې ونیول، چې په دې تولید کې د نورونه ډېر د آمریکا متحده ایالاتو ډېره ونډه درلوده او په ۱۹۳۳ کال کې دې هیواد په سلو کې ٦٢ هغو راډیوګانو په ځای، چې له موډ څخه لویدلي وې نوي راډیوګانې وړاندې کولې، چې په دې وخت کې د هیواد په پایتخت کې د راډیو د خرڅلاو لوی نندارتونونه جوړ شول.



په هراړخيزه دله ييزه وسيله باندې د راډيو بدلېدل

1) که څه هم راډيو لومړی د يوې تفريحي وسيلې په توګه منځ ته راغلې وه او خلکو هم راډيو صرف يوه تفريحي اله ګڼله ليکن کله چې د آمريکا په متحده ايالاتو کې د نومبر په دويمه په ۱۹۲۰ زيږديز کال کې د KDKA يوې راډيويي ستيشن يو ريپورټ خپور کړ، چې د جمهوريت پلوه ګوند يو تن، چې وارن جي هارډينګ (Waren G. Harding) نوميږي غواړي، چې د جمهوري رياست ته ځان کانديد کړي نو له دې خبرې سره سم راډيو د يوې سياسي وسيلې په توګه وړاندې شوه. د يادونې وړ ده، چې KDKA راډيويي ستيشن په هغه وخت کې په پيتسبرګ ښار کې وه او دې راډيويي دستګاه د وستينګ هوس اليکترانيک اند منيفاکچرينګ (Westing House Electric and Manufacturing) شرکت پورې تعلق درلوده.

همدارنګه په ۱۹۲۱ زيږديز کال د جون په مياشت کې په هونوکن (Honoken) نومې ځای کې د RCA راډيويي دستګاه له لارې د بوکس مسابقې خپرې شوې، چې

له دې وروسته راډیو د سپورت نړۍ ته هم مخه کړه او د تفریح او سیاست څخه وروسته د لوبو خپریدل یې هم پیل کړل.

خبرونو او سیاسي خپرونو هم دراډیو په هر اړخیز کیدو کې پراخه ونډه درلوده هردینګ د آمریکا د متحده ایالاتو لومړی جمهور رئیس وه، چې د ۱۹۲۴ کال د جون د میاشتې په ۲۱ کې په سنټ لوییز کې په راډیو کې خپله بیانیه ورکړه او بیا د ۱۹۲۴ کال څخه وروسته د آمریکا ددوه سیاسي ګوندونو د خپلو تبلیغاتو لپاره، چې دراډیو خپرونې واخیستې او ۱۹۲۸ کال په انتخاباتو کې راډیو د سیاسي سیالیو په یوې وسیلې بدله شوه دا ځکه، چې له هغو ۲ میلونه ډالرو څخه، چې د جمهوریت پلوه ګوند لخوا د انتخاباتي سیالیو لپاره اختصاص شوي وې ۴۳۰ زره یې راډیو ته ورکړل شوی همدارنګه د دموکراتانو ګوند ٦٥٠ زره ډالره په راډیویي تبلیغاتو مصرف کړل، چې په دې حساب راډیو د ۱۹۲۸ کال د ټول مصرف لسمه برخه یې یواځې له انتخاباتي سیالیو څخه تر لاسه کړي وه.

د آمریکا په متحده ایالاتو کې د راډیو د اخیستونکو یا اخذو تعداد ورځ په ورځ زیاتیده، چې لاندینې رقمونه د سریع او تېز رشد په وجه په خلکو کې د غوښتنو په تناسب منځ ته راغلي وه.

په ۱۹۲۱ کال کې ۵۰۰۰۰ زره، د ۱۹۲۲ کال د فبروري په میاشت کې ٦۰۰زره، په ۱۹۲۵ کال کې څلورمیلونه، په ۱۹۲۷ کال کې ۵،٦ میلونه او بلاخره په ۱۹۲۹ کال کې ۱۰ میلونو ته ورسیدل.

د راډيو پرمختګ په اروپا کې سست او ورو وه او له ۱۹۲۱ کال څخه راپديخوا منظمې ليږدونکې خپرونې په نوموړې قاره کې رامنځ ته شوې او په ۱۹۲۵ کال کې يواځې د اروپا ۱۹ هيوادونو راډيوګانې درلودې.

د انګلستان په خلکو کې راډيو له ۱۹۲۴ څخه وروسته پرمختګ وکړ، چې د راډيو او اخذو تعداد له ۳۳۰زره څخه يو ميلون ته د همدې کال په اږدو کې پراخه شوې او په ۱۹۲۹ کال کې دغه تعداد ۳ ميلونو ته ورسيد.

په ۱۹۲۲مو کلونو کې د جاز موسيقي او يا هغه موسيقي، چې عام خلکو به اوريدله او طنزلونکي وړې پارچې په خپرونو کې راڅرګنديدې.

په انګلستان کې په ۱۹۲۳ کال کې د انګلستان د تياتر مديرانوو د موسيقي پوهانو، هنرمندانو، او داسې نورو د خپلو ځانونو دفاع په نامه يوه کميټه د بې بې سي په وړاندې جوړه کړه او BBC مجبوره شوه، چې له دوې سره خبرې وکړي او توافق ته سره ورسيږي نو په دې اساس مطبوعاتو هم له دې سره په توافق ورسيدل، چې راډيو د خبرو محدوديتونه تحميل کړي.

بل کوم شې، چې د انګلستان په راډيو او مطبوعاتو کې لوی بدلون رامنځ ته کړ هغه دا وه، چې د ۱۹۲٦ کال کې د مې له ۳ څخه تر ۱۲ پورې عمومي اعتصاب رامنځ شو نوموړی اعتصاب مطبوعاتو ته هم سرايت يا موخه وکړه او بلاخره BBC ته دا فرصت په لاس ورغې، چې خپل استقلال د دولت په وړاندې ننداريې ته کيږدي.

په ۱۹۲۵ کال کې راډيو د انګلستان سياست ته داخله شوه همدارنګه د آمريکا د متحده ايالاتو په څير د ۱۹۲۸ کال انتخابتي سياليو ته يې لاره پيدا کړه اوولس د

لومړي ځل لپاره دا خبره ومنله، چې راډيو د خلکو په سياسي ژوند باندې لوی تاثير اچوي.

که څه هم راډيو ډېرې لوې لاسته راوړنې درلودې ليکن بيا هم د بې سيم تلگراف په نامه يادېدله، چې وروسته بيا په ۱۹۳۰ کال کې له بې سيم تلگراف څخه د راډيو په نامه ياده شوه خو بيا هم فرانسويانو تر ډېره وخته پورې له لومړنې کلمې يعنې بې سيم تلگراف څخه کار اخيسته.

له بل پلوه د راډيو د تخنيک په برخه کې ورځ په ورځ بدلونونه راتلل راډيوگانو ځان ته سټډيوگانې، ميکروفونونه او اخيستونکي دستگاوې جوړې کړې او دغه کار ورځ په ورځ پراخيده همدارنگه له دې سره سم د اورېدونکو تعداد هم زياتيده او راډيو ديوې پراخې اطلاعتي او تبليغاتي وسيلې په توگه پرمخ روانه وه، چې بلاخره يې ځانته په نړيواله کچه پراختيا ورکړه.

راډيو له اماتوري يا غير مسلکي حالت څخه ووتله او ځانته يې د يوېې حرفې شکل اختيار کړ، چې دغه حرکت د لومړي ځل لپاره دهغه د ليږدونکوي سازمان لخوا پيل شو.

2) دولتونو د راډيو يي څپو د توزيع لپاره کنفرانسونه جوړ کړل او د راډيو په کار کې يې ځانونه شريک کړل. په دې کنفرانسونو کې کولای شو، چې د پراگ د کنفرانس يادونه وکړو، چې په ۱۹۲۹ زيږديز کال کې د ۲۷ هيوادونو په منځ کې جوړه شوه له دې څخه وروسته يو بل کنفرانس د لوسن په نامه د ۱۹۳۳ زيږديز کال د مې او جون په مياشتو کې جوړ شو همدارنگه دريم کنفرانس وه، چې د منترو کنفرانس وه، چې په دې کنفرانس کې ۳۱ هيوادونو برخه درلوده.

په آمريکا کې د اخيستونکي دستګاه لوي توليد کونکي د جنرال الکتريک RCA او فرکسون ول. په انګلستان کې د (Electric and Musical Industry) کمپنۍ په هالنډ کې فليپس په المان کې تلفوتکن وه، چې دغه څلور هيوادونو په ۱۹۳۵ کال کې په سلو کې ۸۸٪ د نړۍ د راډيويي سامان الاتو د صادراتو په برخه کې فعاليت کولو، چې په دوې کې بيا هر يو يعنې (هالنډ ۳۴٪ او آمريکا ۳۰٪ ونډه درلوده).
د راډيو د سامان الاتو توليد او تجارت په خلکو کې د کار د پيداښت نوي زمينه برابره کړه نوي حرفې رامنځ ته شوې د مثال په توګه لکه د راډيو مستريتوب، چې په دې سره هغه راډيوګانې، چې يو ځل استعمال شوي وې بيا ترميميدې(۸ :۱۷).

لنډيز

انسان د خپل پيدايښت له لومړيو څخه د ځان له پاره د ښه ژوند او په ژوند کې د ژوند کولو له پاره د اسانو لارو په لټه کې و او تل به يې نوښتونه کول . په لومړيو کې انسان د ژوند د بقا له پاره هڅې کولې او لومړني وسايل د دوی چې د ښکار کولو له پاره کارول هغه غشي او ليندۍ وې او يا هم نېزې وې . دې وسايلو د دوی د ژوند له بسنه نه کوله او نږدې هم پسې وړاندې تګ يې غوښته او تر ټولو مهم کار ورته د يوې ګډې ژبې موندل وو ، په دې هم بريالي شول او خپلې هڅې يې ګړندۍ کړې ، نښې او علامې يې اختراع کړې ، په ډېرو باندې يې کيندنې وکړې ، په لرګيو يې هم همدا ډول کيندنې وکړې . او هرې نقشې او رسم ځانته معنی او مفهوم درلود.
کلونه ، کلونه وروسته يې د الفبا حروف جوړ کړل او پېړۍ ، پېړۍ وروسته د ليکلو په لټه کې شول او تر دې وروسته يې د چاپ ماشين اختراع کړ . او دا مرحله هلته

مدرن شوه چې الماني گوتنبرگ د چاپ ماشين اختراع کړ او دا مرحله دومره گړندۍ شوه چې مختلف ډوله د چاپ ماشينونه د نړۍ په مختلفو هېوادونو کې رامنځ ته شول او بلاخره يې داسې نابغه وسيله چې نه يې کاغذ ته اړتيا وه او نه يې ليکلو ته هغه راډيو وه .

راډيو د مختلفو پوهانو اختراعگانې وې ، چې د انسان اړيکې يې دومره اسانې کړې چې ټوله نړۍ يې په يوه وړوکي کلي بدله کړه او ورپسې جوخت تلويزيون اختراع شو ، چې دې وسيلې بيا نورې ټولې وسيلې تر شا پرېښودې . علم ، فن او تيکنالوژي خپلې وروستۍ مرحلې ته ورسيده او نننۍ نړۍ د اړيکو او رسنيو په ډکر کې هر ډول اسانتياوې لري .

تمريني پوښتنې

۱- د وخت ساينس پوهانو د راډيو اختراع ته څه اړتيا ليده؟

۲- د راډيو پيدايښت له پيله تر پايه، د کومو وتلو پوهانو په هڅه څومره موده ونيوه؟

۳- لومړنۍ راډيويي دستگاوې څه ډول وې؟

مأخذونه

۱- اندره، پيرالبرتودسک ژان. (۱۳۸۰). تاريخچه راديو تلويزيون، انتشارات سروش چاپ دوم تهران.

۲- حليم صفيه، . (۱۳۹۱). راډيو ژورناليزم. مومند خپرندويه ټولنه جلال آباد.

۳- حيدری، زبيح الله. (۱۳۹۰). کاربرد ژانرهای اطلاعی در راديو، مطبعه عازم کابل.

۴- حبیب، لیلی. (۱۳۹۰). تولید برنامه های رادیو. پوهنتون بلخ، ډیپارټمنټ رادیو تلویزیون.

۵- غروال، محمد وحید. (۱۳۷۳). تولید برنامه های رادیو. لیکچرنوټ درسی، پوهنتون کابل.

٦- نوشین، ناهید. (۱۳۸۸). تاریخ رادیو تلویزیون جهان. انتشارات فرهنگ پل باغ عمومی، یوسفی مارکیټ، کابل.

۷- واله، عبدالحق. (۱۳۴٦). رادیو تلویزیون. مطبعه دولتی کابل، نمبر مسلسل (۴۱).

دویم فصل
په ټولنه کې د راډیو رول

سریزه

راډیو له اقتصادي پلوه د یوه هېواد له پاره د یوې داسې تلویزیوني شبکې جوړول، چې په ټول هېواد کې خپرونې ولري فکر وکړو نو ډېر زیات لګښت ته اړتیا لري او هم د یوې سر تاسري ورځپاڼې تاسیس کول هم له ستونزو څخه خالي نه ده .

لیکن یوه سر تاسري شبکه په یوه هېواد کې په اسانۍ سره کولای شي، چې د اړیکو ښه وسیله وګرځي. نن سبا د نړۍ په زیاتو هېوادونو کې د راډیو له لارې زده کړې ورکول کیږي د ساري په توګه د استرالیا د فضایي سازمان ښوونځی فعالیت کوي، (OPEN UNIVERSITY) او انګلستان کې (CCHOOL OF AIR) چې له دې لارې محصلانو ته زده کړې ورکوي.

په راډیو سربیره تلویزیون هم په دې برخه کې ډېر پراخه فعالیت کوي او په میلیونه محصلان تربیه کوي. راډیو د افکارو د خپرولو بهترینه وسیله ده. کیدای شي دغه افکار راډیکال یا نوي عقاید او افکار وي، چې د ټولنې د فرهنګي بدلون له پاره مصرف کیږي . راډیو خلکو ته قوت ورکوي او د خپلې عملیې په واسطه کولای شي، چې په ټولنه کې یوه ښاري دیموکراسي پرته له تعصب څخه راولي . په دې فصل کې د دې اثر په دې برخه کې مختلفو توکو ته ځای ورکړی شوی، چې عبارت دي :

راډیو تعلیم ورکوي، فردي تحرکات، راډیو او ټولنه، راډیو او د ټولنې افراد، په راډیو کې د بیان ازادي، ویل خبرې اترې، صوتي افکټونه، موسیقي، جګړهاو راډیو، په

سوله کې د راډيو رول، بالاخره راډيو د افرادو د يو ځای کيدو مهمه وسيله ده، چې د غم او ښادي په مراسمو کې له يو او بل سره راټول شي او خپلې خواخوږي او خوښي سره شريکې کړي .

د راډيو ځانګړنې

له لومړيو ورځو څخه چې د بيسيم ازمايښتونه تر سره شول او له دې لارې راډيو وکولی شول چې په نړيواله کچه د يوې ارتباطي وسيلې په حيث پرمختګ وکړي.
د راډيو لنډې څپې د نړۍ لويه وچه يواځې د يوې ثانيې په څوومه برخه کې له يو بل سره نښلوي او د همدې څپو په ذريعه اوس هيوادونه له يو بل سره اړيکې ټينګوي.
همدارنګه په سپوږمکې کې د راډيويی څپو په خپرولو سره انسان په دې قادر شو،چې د خپل قدم نقش د ځمکې په څلورمه حصه باندې وګوري. راډيو د نړيوالو لپاره دا زمينه برابره کړه تر څو هغوې چې لوستل نه شي کولی لوستل زده کړي، هغوی چې نشي کولی چې يو بل وګوري په دې باندې وتوانيدل، چې له يو بل سره اړيکه ټينګه کړي. راډيو په جګړه کې د پراخې استفادې وړوګرځيده او راډيو و کولی شول چې د هوايي لارو د کنټرول د ټکسي موټرو د لارښودنې او د خلکو د ساعتيري او بوختيا لپاره د استفادې وړ وګرځي.
راډيو، چې د راپور يوه ساده وسيله وه چې دې ته يې زمينه مساعده کړه څو مبائل ټيليفون رامنځ ته شي او هم د راډيويي خپرونو خپروونکو په هره دقيقه کې په زرګونو

ويناوې ددې لپاره خپروي څو خلک او ټولنه اصلاح شي، پوهه ترلاسه کړي او بوخت پاتې شي او د ټولنې د روغتيا لپاره خپرونې هم له دې لارې ترسره کړي.
د راډيو د ښيګڼو په هکله، چې هر څومره ووايو بيا هم لږ دي. راډيو اوس حرمت او ډار کوم چې کلونه مخکې يې درلود له لاسه ورکړې او د علم او اړيکې په يوې وسيله بدله شوي ده او ددغې وسيلې د لا ښه استعمال لپاره بايد سمه ليکنه او همدارنګه عنعنوي او شفاهي ليکنې تر سره کړو او په دې باندې غور وکړو چې څرنګه د مارکونې نړۍ د ګوتمبرګ له نړۍ څخه چې کلونه مخکې يې له مارکوني څخه ژوند کاوه توپير لري.
تلويزون چې په ژوندې ډول خپرونې وړاندې کوی. برسېره پر دې نورې ډلييزې رسنې لکه ورځپاڼې، سينما، تياتر، ويديو او انټرنت، سي ډي ګانو په موجوديت کې ډېرهستونزمنه وه چې په دغه سيالې کې راډيو بريالۍ شي نو ځکه مونږ بايد ددې وسيلې ښه والی او اجرائي فعاليتونه دواړه تر بحث لاندې ونيسو(۸:۱).

په راډيو کې تصوير جوړونه

راډيو يوه غير نظري وسيله ده خو بيا هم ددې قدرت لري، چې خلک تحريک کړي او د آواز په واسطه تصورات د اوريدونکو په ذهن کې جوړ کړي.
دا ځکه کوم آواز، چې له لوډسپيکر څخه راوځي او داوريدونکو غوږونو ته رسيږي دا يو ساده پروسه نه ده بلکه غوږ د هغو فزيولوژي دندو په لرلو سره آواز د انسان مغزو ته انتقالوي او د ماغ په خپل نوبت سره دغه آواز په وړو وړو سمبولونو بدلوي او وروسته بيا مغز هغه درک کوي دلته هغه څه، چې اوريدل شوي دي تصور کيږي او

په ذهن کې شکل نيسي دا پروسه ځکه تر سره کيږي، چې غوږ د انسان د پنځه گونو خواسو څخه يو ده او دا مستقيماً له اعصابو سره اړيکه لري.
په راډيو کې تصوير جوړونه نسبت تلويزون ته، چې تصويرونه يې د شکل او د تلويزون د اندازې د محدوديت سره مخامخ دي خلاص لاس لري.
د راډيو ليکوال د هغو محدوديتونو سره، چې تلويزون د خپرونې جوړونکی د تصويرونو په وجه ورسره مخامخ دې آزاد دې او هر هغه څه چې يې غوښتلي وي د موسيقي او د آواز د افکټ په واسطه مجسم او انتخابوي.
داسې هم کولای شي، چې مناسب ويوکي د تصوير او د خپلو مقاصدو لپاره راولي مثلاً که چېرته د يوې راډيويي ډرامې يا پروگرام ښودل مطلب وي چې د گرمي حرارت تصوير شي نو په داسې حالاتو کې دا امکان لري، چې کرکټر يوه داسې جمله استعمال کړي، چې اوريدونکي يې تصوير په خپل ذهن کې جوړ کړي لکه دا لمر نن څومره ډېر تېز دی، اف څنگه بده گرمي ده دا خولې گوره څومره ډېرې خولې راڅخه بهيږي. د پاسني متن په لوستلو سره د راډيو اوريدونکي صحنه تصوير کوي، چې گرمي ده.
همدارنگه د يو تېز او شديد طوفان او يا د يو ښار ورانيدل...او داسې نور. دغه ډول صحنې کيدای شي، چې په راډيو کې ډېر ښه تصوير شي. همدارنگه په دې هکله د مکتب يو زده کوونکی وايي، چې زه راډيويي ډرامې نسبت د تلويزيون ډرامو ته ډېرې اورم او خوښيږي مې دا ځکه هلته مناظرې او د صحنو انعکاس ډېر ښه وي(۱: ۹).

چټکتيا

د راډيو په ښيګڼو کې يوه هم دهغې سرعت دی. له راډيو څخه د معلوماتو په وړاندې کولو کې دې ته اړتيا نشته، چې د يو ويډيويي فلم اوږده لاره ترسره کړي يا دا چې دهغې د طبع کولو لپاره مطبعې ته انتظار وباسو. د راډيو راپورټران کولای شي، چې د نړۍ له يوې برخې څخه راډيو ته رپوټ ورکړي او دده رپوټ په ټوله نړۍ کې په همغه لحظه کې واوريدل شي او هم اوريدونکي کولای شي، چې له راډيو سره بدون د وخت له ضايعه کولو تماس ونيسي خپلې غوښتنې او احساسات ټولې نړۍ ته وړاندې کړي.

د راډيو يوه بله ښيګڼه داده، چې مستقيمې يا ژوندې خپرونې د اړتيا په وخت کې خپلو اوريدونکو ته وړاندې کوي مثلاً د ورزشي لوبو او دهغوې نتايج، کنسرتونه، د هيواد د جشن مراسم او داسې نورې پيښې، چې هر چېرته ترسره شي په هغه وخت کې نشريږي البته دغه پاسني سهوليتونه نه يواځې د راډيو له لارې بلکې د تلويزون تصوير هم دغه کار ترسره کولای شي او تلويزون د صوت يا آواز څخه پرته تصوير هم انتقالوي، چې دې کار جغرافيوي فاصله له منځه وړې ده او له نړۍ څخه يې يو نړيوال کلې جوړه کړي ده.

راډيو د خپل سرعت او د کار د ډول په سبب سرحد نه قبلوي راډيو مرزونه پرته له کومې مانع څخه قطع کوي راډيويي څپې له غرونو او بحرونو څخه الوځي او خلک د مختلفو فرهنګونو سره اشنا کوي او ددوې ترمنځ اړيکه ټينګوي او ددنيا هغو خلکو ته، چې په تياره کې د اختناق نه ډک ژوند تيروي، د رڼا او آزادۍ آواز وررسوي.

راډيو د هغو خلکو سره هم همکاره ده، چې د اقتصادي ستونزو له کبله تلويزون او د نالوستی له کبله ورځپاڼې نه شي لوستلی.

په راډيو کې ساده والی

راډيو د هغو وسائلو له جملې څخه ده، چې هر چېرته د استعمال وړده دغه اسانتيا نه يواځې دا چې اوريدونکو ته ميسر ده بلکه د راډيو کارکوونکو ته هم د خبرونو په جوړولو او د رپوټونو په ثبتولو کې شته يعنې يو راډيويي ژورنالېست کولای شي له يو ميکروفون يا له ټيپ ريکارډر سره د يوې پېښې رپوټ چمتو کړي ليکن په نورو رسنيو کې دا اسانتيا نشته مثلاً دغه کار په تلويزون کې يو گروپ کارکونکو ته له يو گڼ شمېر وسايلو لکه کمره، د نور اوچونې وسايل، د آواز د ثبتولو لپاره ځانگړي وسايل او داسې نور.

له بل پلوه راډيو يوه داسې وسيله ده، چې له هغې څخه کولای شو، چې هر چېرته لکه کور، موټر، دفتر، د موټرونو تم ځای، په پټيو کې او داسې نورو ځايونو کې گټه واخلو. همدارنگه ځينې خلکو راډيو ته د ورځپاڼې څخه پرته شخص نوم ورکړې دې، چې لوستي او نالوستي خلک يې کيدای شي، چې مخاطبان وي.

له اقتصادي پلوه د يو هيواد لپاره ديو داسې تلويزوني شبکې جوړول، چې په ټول هيواد کې خپرونې وکړي فکر وکړو نو ډېر زيات لگښت ته اړتيا لري او هم يوه سرتاسري ورځپاڼې جوړول هم د مشکلاتو څخه خالي نده ليکن يو سرتاسري راډيويي شبکه په هيواد کې په آسانې سره کولای شي چې د اړيکې يوه ښه وسيله وگرځي او د هيواد ټولو خلکو ته نظر ددوې د علاقې، خصوصياتو، ددوې د پوهې د کچې او ددوې په خپله ژبه اړيکه وساتي او دهغوې غوښتنې او عکس العملونه

لاسته راوړي او بل داده، چې راډيويي اخذې ارزانه او د څپو توزيع يې عامو خلکو ته وړيا دي.

راډيو تعليم ورکوي :

څرنګه، چې د ډليزو اړيکو د وسايلو د دندو څخه يوه داده، چې خلکو ته پوهه او تعليم ورکوي نو څرنګه، چې راډيو ددې کورنۍ يوه غړې ده هغه هم د تعليم او زده کړې يوه ښه وسيله ده. په راډيويي خپرونو کې نه يواځې دا چې په غير مستقيم ډول باندې خلکو ته تعليم ورکول کيږي بلکه راډيو خپله د يو ښوونکي په څير هم کولای

http://www.saintlouissun.com/4 عکس

شي، چې خلکو ته مستقيم ډول تعليم ورکړي. د راډيو په تعليم ورکولو کې لومړی زده کړه، چې خلک يې ترلاسه کوي هغه د ژبې تدريس دی ترڅو له دې لارې خلک د ژبې په صحيح استعمال باندې پوه شي. له دې څخه پرته راډيو خلکو ته د علومو زده کړه هم دوی ته او هم ددوی کورنيو کې وړاندې کوي.

راډيو کولای شي، چې تاريخي او سياسي واقعې په ډراماتيک شکل د موسيقي او افکټونو په مرسته اوريدونکو ته داسې وړاندې کړي، چې اوريدونکو ته جالبه يعنې په زړه پوري او موثر تمامه شي راډيو د ډيرو شيانو د ښودلو او تعليم ورکولو ظرفيت لري مګر په ځينو مواردو کې ځيني ډير لوی محدوديتونه لکه د تصوير کمبود د

چارټونو، ګرافونو محدودیت لري لیکن دغه مشکل د راډیو معلم د نوټونو او د راډیو د زده کونکو په ذهن کې پوښتنې یې حل کولای شي.
نن ورځ د راډیو په ذریعه په استرالیا کې یو راډیويي سازمان د فضائي ښوونځي په نامه (School of Air) او په انګلستان کې د خلاص پوهنتون (Open University) په نامه فعالیت کوي، چې له دې لارې محصلینو ته زده کړې ورکول کیږي او هر څوک، چې غواړي تحصیل وکړي دغه سازمان موثر خدمت ورته کوي(۲:۱۰).

د خلکو خوځښت

زمونږ هددف د راډیو له موجودیت څخه څه ده؟ ایا ددې لپاره دې، چې دهغې قدرت ته نمایش ورکړو یا عامه افکار رهنمایي کړو او یا خلک د کارونو د آجرا لپاره چمتو کړو که داسې ده نو باید ووایو، چې دا خو نادره او بې مثاله ده، چې راډیو دغه ډول ټول کارونه ترسره کړي. ایا راډیو قهرمانه ده، چې نورو ته خبرې کوي. ښه ده، چې په دې پوه شو، چې

5 عکس http://apunit.tumblr.com/page/2

پروډیوسر د فردي تحریکاتو د لارې واک او امتیاز په لاس کې لري.

- د خلکو په پوهولو کې د ژورنالیست نقش او رول.
- د خلکو چمتو کول د پوهې د تر لاسه کولو لپاره او دوی ته تعلیم ورکول.

- د اوريدونکو بوخت ساتل او هم د هغوې خندول.
- خلکو ته ډاډ ورکول او د يوه نږدې ملګري په څير زړه ته قوت وربخښل
- اوريدونکي په احساساتو راوستل او په ځينو خبرو سره هغوې ته ټکان ورکول.
- د ژوند د بقا لپارهددې وسيلې څخه پيسې ترلاسه کول.
- په يوې نوي ټولنه کې د تغير لپاره خوځښت راوستل.
- د نويو ارزښتونو منځ ته راوړل د پخوانيو ارزښتونو بېرته راګرځول او د اوسنې وضعيت حفاظت کول.
- د انسان په عقيده او د فکر کولو په طرز کې بدلون راوستل او هغه نوي فکر او عقيدې ته معتقد کول.

دا يواځې په دې معنا ده ده، چې څوک له خپل دين څخه واړوي او بل دين او عقيده خپله کړي. دا هم امکان لري خو دلته ورڅخه هغه عقيده مطلب ده لکه يو شخص دې، چې دې نه غواړي خپل ماشومانو ته د پوليو ضد واکسين څاځکی ورکړي نو دې په راډيو کې يوه ډرامه يا داسې ترتيب شوی سپاټ اوري، چې کوم کس خپل زوی ته واکسين نه ورکوي بلاخره د هغه زوی د فلج يا ګوزڼ په ناروغې اخته کيږي نو په دې وخت کې دا د راډيو اوريدونکي له ځان سره فکر کوي، چې که دې هم دا کار کړی وي نو له داسې بد سرګذشت سره به نه مخ کيدلی نو دې دلته خپل پخوانې عقيده، چې ماشومانو ته بايد د پوليو ضد واکسين ورنکړي بدلوي او نوي عقيده، چې دې بايد خپل ماشوم هرومرو واکسين کړي خپلوي نو دا خپله يو تحريک ده، چې د شخص عقيده يې بدله کړه. اوريدونکو ته دا موقع ورکول، چې خپل د نظر وړشی انتخاب کړي او هم په اوريدونکو کې د صلاحيت او اختيار

روحيه راژوندې كوي. د يوې خپرونې هر چمتو كوونكى بايد په دې خبره پوه وي، چې خپرونه ولې جوړه وي او ولې نشروي. كيداى شي، چې ځينې د خپل ژوند د بقا او خپل كار د دوام لپاره دا كار وكړي ځينې كيداى شي، چې د ويلو لپاره كوم مطلب ولري او دا هم ممكنه ده، چې ځينې دا كار د اطلاع وركولو او يا په خلكو كې د آزادې روحيې د برابرولو لپاره ترسره كړي. د ځينو د برياليي توب معيار كيداى شي، چې ددغو پوښتنو ځواب وي تاسو څه غواړى ووااياست؟ د چا لپاره؟ د څه شي لپاره؟ له دې ټولو څخه دغه كار د چا لپاره ډېر مهم دى. د يو راډيويي سازمان يا ادارې كاميابي د خپرونو په جوړولو او ددغې ارتباطي وسيلې په ارزښت باندې پوهيدل او په دې هم پوهيدل دي، چې راډيو څنگه په ټولنه كې د يو رهبر رول لوبوي.

راډيو او ټولنه

راډيو يوه تغير وركوونكي، سرعت وركوونكي، د خلكو خبرونكي وسله ده او ددې په ذريعه په خلكو كې بدلونونه رامنځ ته كيږي.

https://jonwoodallmediablog.wordpress.com/2013/03/21/reading-responses-audiences-hendys-passive-radio-audience-and-student-radio-listening-across-the-us-and-australia/ **6 عکس**

- راډيو د کار د پرمختګ لپاره د مالونو او خدماتو په هکله خلکو ته اطلاع ورکوي او له مارکېټ سره مرسته کوي، چې څرنګه عرضه او تقاضا ته دوام ورکړي.
- راډيو د يو هوښيار او ځيرک ساتونکي په څير واک او قدرت خاوندانو او عام خلکو ترمنځ د ارتباط وسيله جوړوي.
- راډيو د ټولنې د افرادو د يو ځای کيدو يوه مهمه وسيله ده، چې د غم او ښادې په مراسمو کې او داسې نورو مراسمو کې له يو بل سره راټول شي او خپله خواخوږي له يو بل سره شريکې کړي.
- راډيو نوي هنري او فرهنګي اثار ټولنې ته معرفي کوي.
- راډيو د افکارو د خپرولو يوه بهترينه وسيله ده کيدای شي دغه افکار راډيکال يا نوي عقائد او افکار وي، چې د ټولنې د فرهنګي بدلون لپاره معرفي کيږي.
- راډيو د ټولنې افراد او ګروپونه دې ته هڅوي تر څو د ټولنې د يوې برخې په توګه د خپل ځان د ترقی او پرمختګ لپاره ويناوی وکړي.

- راډيو بيړنيو حالاتو کې شخصي او عامه ګټو ته حرکت ورکوي او هغه له رکود څخه ساتي.

د پاسني دندو څخه ځينې يې يوازې د يوې ټولنې لپاره د تطبيق وړ دي ليکن نور يې يوازې په بحراني حالاتو کې تطبيقيږي (۱۸:۲).

راډيو او د ټولنې وګړي:

a) راډيو هغه وسيله ده، چې نوي او تازه پېښې که هغه په ملي، محلي او يا بين المللي کچه وي خلک ترې خبروي ځو خلک د پېښې په جريان باندې باخبره او د

7http://www.theguardian.com/music/musicblog+media/radio عکس

هغوی د کنجکاوي حس د مشبوع کولو لپاره هغوی ته قناعت ورکړي

b) راډيو د هغو خلکو لپاره، چې زړونه يې تنګ وي يا ټولنه يې د چا د نفوذ لاندې راغلي وي او يا يې د ژوند په پرمختګ کې کومه مانع په مخ کې وي ډاډ ورکوي او ښه افکار وربخښي.

c) راډیو د مشکلاتو د حل کولو لپاره کولای شي، چې مرسته وکړي او په ستونزو کې اخته خلکو ته ښائي مشورې ورکړي او خپل دغه کار په دوه ډوله ترسره کولای شي یو خو داچې راډیو مستقیماً د ستونزو دحل لپاره رول لوبوي او دوهم دا چې د راډیو تعلیمي خپرونې د خلکو د پوهولو لپاره دا کار ترسره کوي ترڅو په خلکو کې اجتماعي مشکلات حل او فصل کړي.

d) راډیو کولای شي، چې د افرادو د تجاربو ته پراخوالی ورکړي او د خلکو علایق د هغو موضوعاتو او حوادثو په هکله تحریک کړي، چې ددوی ژوند ته یو ډول نه یو ډول نږدیوالی لري.

e) راډیو په ټولنه کې د افرادو تعلیمي سویه لوړوي او هغوی دې ته تقویه کوي څو په دې باندې قادر شي، چې خپلو روابطو په هکله له یو بل سره وګوري.

f) راډیو د ټولنې افرادو ته لاربښوونه کوي، چې ټولنیزې کړنې زده او خپل حالت په هغه کې مطرح کړي.

g) د مقالو په خپرولو د راډیویي ناستو په جوړولو او داسې نورو ټولنیزو کړنو لپاره راډیو یوه بهترینه ارتباطي وسیله ده او هم راډیو دخلکو ترمنځ د تجربو د تبدیلی یوه ښه وسیله ده مثلاً (ایا تاسې د شپې خپرونه واریده).

h) راډیو خلکو ته د قوت ورکولو وسیله او د خپل عمل په ذریعه کولای شي، چې په ټولنه کې یوه ښاري دیموکراسي پرته له تعصب څخه پلي کړي.(۳ : ۱۱۳)

په راډیو کې د بیان ازادي

راډیو یوه سمعي وسیله ده هر څه چې په اختیار کې لري دهغه شي په ذریعه خپل پیغام اخیستونکو ته نقلوي په بل عبارت د هغه څه په کمک، چې ژورنالیستان د

خپل پيغام اوريدونکو ته رسوي د ژورنالېزم متخصصينو هغه د درې اصلي عناصرو په نوم ياد کړي، چې عبارت دي له: آواز، ويل او موسيقي ده، چې بيا دې ټولو ته حقيقي اوازونه يا (Actuality Sounds) وايي. نو په دې ترتيب سره د راډيو ټول پروګرامونه له دې آوازونو څخه تشکيل شوي، چې هر يو يې د خپرونې په جوړولو کې ځانته ځانګړی ځای او وخت لري.

ويل (خبرې اترې)

د راډيو د پيغام په وړ اندې کولو کې خبرې مرکزي او اساسي رول لوبوي او د هر پروګرام په محتوا کې (خبرې اترې) شاملې دي. راډيويي خپرونې بايد ځانته ځانګړتياوی ولري، چې د انسان د بيانولو انداز په ټولو کې مهم ده. د انسان آواز کله، چې دراډيو د متن په څير له راډيو څخه خارجيږي ځانته معنا لري او ارزښت پيدا کوي او په دې ترتيب سره، چې دغه خپرونه ځانته دا وختورکوي، چې نسبت نورو شيانو ته ډېر زيات تاثير وارد کړي.

راډيو خپلو اوريدونکو ته اطلاعات په داسې ډول سره وړاندې کوي، چې د وخت له لحاظه بېرته د راګرځيدو امکان يې نشته نو وروسته کومې کلمې چې راځي له هغو سره، چې مخکې تېرې شوي دي، له يو ځاي کيدو څخه وروسته يو مفهوم وړاندې کړي، نو په دې وجه د راډيو د بيان په جوړولو کې بايد اوريدونکي ضرور په نظر کې ونيسو. بل مهم شي چې بايد د راډيو په بيان کې په نظر کې ونيسو هغه سرعت، تون، او د آواز حجم دی.

راډیویي خبرې واضح او صریح وي او په هغو کې باید لنډې جملې، ساده او بسیط عبارتونه په کاریوړل شي. هر مطلب ځان ته د لوستلو یو خاص لحن لري د مثال په ډول یو سیاسي تبصره ځانته یو قسم لحن مګر یو ادبي مطلب ځانته د لوستلو خاص لحن لري. همدارنګه په راډیویي خپرونو کې سرعت د پام وړ فکټور دی.
ډېر زیات سرعت نه دې په کار مطلب دا چې دا ضرور نده، چې یو ویاند باید په راډیو کې په تیزې سره یو مطلب ولولئ، او یا دا چې له حده ډېر سست او بطي وي ځکه اوریدونکي خسته کیږي لیکن د شعرونو په دیکلمه کې په وخت کې نسبتاً لږ سرعت څخه کار اخسیتل کیږي.
خلاصه دا چې هره خپرونه ځانته د لوستلو انداز لري، چې د خپرونې په سکالو او محتوا پوري اړه لري، مثلاً اخبار باید نسبتاً تیز ولوستل شي حال دا چې یوه داسې خپرونه چې هغه روزنیزه وي ورو او بطي لوستل کیږي. بل مهم شی په راډیویي بیان کې داده، چې د لوستلو په وخت کې د آواز حجم دتون د سطحې سره برابر وي.
اغېزناک غږونه
دغه عناصر کولای شي، چې په ټولو خپرونو کې راشي له دغه وسیلې څخه نه یواځې د خپرونو په ښه والي کې بلکې د یوې داسې وسیلې په توګه هم استفاده کیږي، څو اوریدونکي ډېر زیات متاثره کړي. له بل پلوه دغه افکټونه د خپرونو په نښلولو کې هم د پل حیثیت لري.له پورتنیو وظائفو څخه پرته بله کومه دنده، چې افکټ یې ترسره کوي هغه د خپرونې زیګنال ده، چې دا زیګنالونه د خپرونې د امضا (Signature) په نامه هم یادیږي ځکه چې د خپرونې د سرلیک په توګه خپریږي.

همدارنگه افکټ په راډيو کې د خپرونې ښايسته کولو دنده هم په غاړه لري د مثال په ډول په مطبوعاتو کې عناوين د رنگونو او د حروفو د اندازې په مرسته ښايسته کيږي نو په راډيو کې بيا دغه کار افکټ ترسره کوي.په افکټونو کې بيا هر افکټ د يوې خاصې خپرونې لپاره انتخابيږي او خلک دومره له ځان سره آشنا کوي، چې کله افکټ واوري نو د خپرونې په عنوان پوهيږي. په ادبي خپرونو کې له افکټونو څخه د خپرونې د يوې مهمې برخې په توگه کار اخيستل کيږي د مثال په توگه د يو شعر وچ لوستل او د يو شعر ديکلمه کول له بکگرونډ موسيقي سره دوه چنده او له هغه سره ډېر تاثير غورځوي. په راډيويي ډرامو کې دوخت ځای يا د نورو حرکاتو لپاره، چې په ژبه نه ادا کيږي له افکټ څخه گټه اخسيتل کيږي.

بله مهمه خبره داده، چې د هرې خپرونې زيگنال بايد له يو بل سره فرق ولري د مثال په ډول د يوې عادي خپرونې زيگنال د خبري سرويس له زيگنال سره توپير لري ځکه چې د خبري سرويس زيگنال څخه مقصد يواځی د اوريدونکو پام د وخت خبرونو ته اړول دي.

څرنگه چې مخکې مو دا خبره ولوستله، چې افکټونه حقيقي آوازونه دي بايد ووايو، چې افکټونه په عمومي ډول په دوه برخو ويشل شوي دي يو ډول يې داسې دي، چې له حقيقي منابعو څخه ثبت شوي لکه د مرغانو آوازونه، د يوې چاودنې غږ... دوهم ژوندي او هنري افکټونه دي، چې د سټډيو په منځ کې جوړيږي. دا هم دوه ډوله دي يو يې هغه دي چې له اصلي منابعو څخه تر لاسه شوي دي لکه د قدم وهلو آواز، د کاچغې آواز او د کاسو آواز او بل يې مصنوعي آوازونه دي، چې دداسې

آوازونو جوړول په داخل د ستوډيو کې نامکنه دي لکه د اور آواز، چې د يو خاص کاغذ د حرکت څخه د مايکروفون په وړاندې جوړيږي

موسيقي

موسيقي د راډيويي نشراتو نه بيليدونکي برخه ده او د اوريدونکو د جذبولو لپاره يوه ډيره ښه وسيله ده. څرنگه چې په يوه ټولنه کې د مختلفو طبقه خلک ژوند کوي او دا ټول خلک له راډيو څخه د اطلاع د اخيستلو لپاره استفاده نه کوي بلکې په دې خلکو کې اکثره طبقه يې داسې خلک دي، چې له راډيو څخه د يوې تفريحي وسيلې په توگه کار اخلي او دوی غواړي، چې د راډيو په مرسته خپل وخت خوشحاله تېر کړي نو دغه ډول خلک د راډيو څخه د موسيقي د اوريدلو لپاره کار اخلي. له بل پلوه له راډيو څخه د موسيقي خپرول د يو ډول تنوع سبب گرځي او هم سالمې موسيقي خپرول د يوې ټولنې د هنر او فرهنگ د پرمختگ سبب هم گرځي(۴ :۷۸).

په سوله کې د راډيو رول Role of Radio in Peace

په عادي حالاتو کې د راډيو رول په ټولنه کې د زده کړې، بوختيا او لوړو ارزښتونو برابرول وي. دغه مهال راډيو ولسي پوهه لوړوي، هغوی زيار او زده کړې ته هڅوي. خلکو ته د ودې او پرمختگ خبرونه برابروي. راډيو د زده کړې، روغتيا او پاکوالي مسائل سپړي او خلک پخپله د خپلو ستونزو هوارولو ته هڅوي. د سولې په وخت کې راډيو د هر فکر لرونکي طبقې ته پروگرام وړاندې کوي. په هغو کې خبرونه، د روانو چارو پروگرام، د ماشومانو پروگرام، موسيقي، کليوالو لوبو، د ميرمنو ځانگړو طبقو پروگرامونه شامل دي.

جنګ او راډيو Radio and War

د جګړې پر وخت د راډيو رول بلکل بدليږي ځکه هغه وخت ټول خلک راډيو اوري. د جګړې پروخت په راډيو کې بيړني حالت اعلانيږي او خپرونې يې له سره نوي کيږي. راډيو د جګړې پرمهال ملي فکر او ملي جذبو عکاسي کوي. ولس له مايوسی څخه ژغوري او هغوی ته د ځواک د ورکولو دنده ترسره کوي. د جنګ په دوران کې راډيو خپلو خبرونو کې لاندې بدلونونه راوړي(١٦٨:٥).

- په عامه خپرونو کې بدلون
- د جنګ په اړه د نويو خبرونو خپرول
- د ولس د ذهني تيارى لپاره د ترانو برابرول
- خلک نويو حالاتو ته تيارول
- له مايوسی او خپګان څخه د ولس ژغورل
- ددښمن په باره کې پروپاګند
- د بيړني حالات د رامنځته کولو د لارو روزنه

د جګړې په ورځو کې راډيو ته پکار دي، چې په خلکو کې د همت، عزم، او ولولو پيدا کولو لپاره خپل پروګرامونه دوباره ترتيب کړي. د ميرمنو، زده کوونکو، کارګرو، او بزګرو لپاره بيا له سره پروګرامونه برابر کړي. لکه خلکو ته ووايي، چې د بنديزونو پروخت خپل ژوند او کاروبار څه ډول ترتيب کړي. ميرمنې په خپلو کورونو کې څه ډول دندې ترسره کړي. د خطر په وخت څه کول پکار دي. د ماشومانو دخونديتوب لپاره څه کول پکار دي. دا د راډيو ملي دنده ده، چې د جنګ په ورځو کې په خلکو

کې زغم پیدا کړي او له تیت کیدو یې وژغوري ځکه په داسې حالاتو کې هر څوک په دولتي رسنیو باور کوي.

راډیو ته پکار دي دخلکو د خبرولو لپاره د خبرونو ځانګړي ټولګي برابر کړي او وخت پر وخت خلک د جګړې د ډګر له خبرونو خبر کړي. همدارنګه د جګړې پروخت کې هوايي بریدونه کیږي. خلکو ته ښودل کیږي، چې له هوايي بریدونو مخکې د خطر زنګ په اوریدلو سره څه وکړي او څه کول پکار دي. په هغو ورځو کې د راډیو له لارې لومړنیو طبي مرستو لارې وښودل شي نو په دې سره د ګڼو خلکو ژوند ژغورل کیدلی شي. راډیو په هغو ورځو کې خلکو ته ښيي، چې هغوی شپه او ورځ د خپل خوندیتوب لپاره څه کولی شي.

د جګړې پر وخت د راډیو دنده د جنګیالو سرتیرو د هوډ لوړل دي. راډیو په سرتیرو کې یوه نوي ولوله پیدا کوي. هغوی ته د نورو محاذونو خبرونه برابروي. د خلکو له جذبو یې خبروي. که د جګړې پرمهال کوم فوځي له خپل مرکز څخه لیرې وي نو هغه د راتلونکي کړنلارې څخه خبروي. راډیو دیوه فوځي جنرال په څیر په جګړه کې ونډه اخلي، بلکې راډیو تر هغه هم زیات رول ترسره کوي ځکه جنرال د فوځ یوه برخه کنټرولوي حال داچې راډیو دخلکو او اردو له لارښونې سره سره د دښمن د جنګیالو حوصلې له منځه وړي. په دې سربېره په هغو ورځو کې راډیو د خلکو او حکومت ترمنځ د یوې مهمې اړیکې دنده هم ترسره کوي.

د جګړې پرمهال راډیو ددښمن هیواد پروپاګند او افواه له منځه وړي. خپلو خلکو او اردو ته سم معلومات برابروي او د خپلو سرتیرو د بریالیتوبونو په بیانولو سره دخپلو خلکو او سرتیرو هوډ لوړوي هغه په دې ډول تمام خلک ددښن هیواد له پروپاګندا

ځخه خوندي کوي. د جګړې پروخت راډیو دغه ارزښت ته په پام سره هر هیواد له خپلو خلکو غواړي، چې ددښمن هیواد راډیو وانه وري، ځکه هغوی ځوابي پروپاګند کوي او ددښمن هیواد راډیو هم نفساني جنګ ټولې وسیلې استعمالوي(۱۱۴:۶).

د راډیو او ورځپاڼې پرتله Comparison of Radio and Newspaper

ژورنالېزم په اصل کې له چاپي کلمو پیل شوی. ددې لپاره ورځپاڼه د چاپي ژورنالېزم په قطار کې راځي.راډیو په کره او لنډ انداز مهم خبرونه وړاندې کوي یعنې د خبرونو لنډیز ورته ویلی شو. په راډیو کې د کم ارزښت خبرونه نه شي خپریدلی، دا ځکه، چې د خبرونو وخت ډېر کم وي حال داچې په ورځپاڼه کې خبرونه په تفصیل سره خپریږي. د کم ارزښت لرونکي او واړه خبرونه هم پکې خپریږي په هغو کې عادي پیښې، د پرمختګ بدلونونه، د ځو انجمنونو، ادارو او ګوندونو د مشرانو ویناوی او دهغوی د بوختیاو رپوټونه شامل دي.

- راډیو او د وخت پابندي سره لازم او ملزم دي. له خبرونو نیولي د ټوکو تر کالمونو پوري د هر یوه وخت معلوم دی. که په ټاکلي وخت تاسو د راډیو ستن ناوکړی نو پروګرام اوریدلی شی که ناوخته شي نو خبرونه یا خپرونه تیریږي. د راډیویي خپرونو لپاره یواځې داچې تاسو د وخت پابندي کوی بلکې پروګرام ستاسو پام او ذهن هم غواړي. که راډیو ته پام ونکړو نو خبر په ذهن کې د پام د کښناستو پرځای د هوا په ځپو کې ورکیږي. حال دا چې د ورځپاڼې د مطالعې لپاره کوم ټاکلی وخت نه وي، چې کله دې زړه غواړي نو لوستلی یې شی. که لوستونکي یوه وخت مصروف وي نو بل وخت هم هغه لوستلی شي. که په کومه کلمه ونه پوهیږي نو د بل کس ځخه هم پوښتنه کولی شي یا یې په کومه ډکشنري کې کتلی شي.

- راډيويي خپرونى د ژبنيو کلمو لرونکي دي يعنې په ژبه، چې کومه کلمه ويل کيږي اوريدونکي هغه اوري او په هغې کې غږيز اغيز هم پيدا کولى شي ليکن په خبرونو کې له غږيزو او اغيزو ډډه کيږي. په ورځپاڼه کې له خبرونو سره تصوير هم خپريږي، چې د خبر معنويت زياتوي. د تصوير ارزښت ته په پام سره تصويري ژورنالېزم منځ ته راغلى دى. يو چينايي معقوله ده، چې "يوه ښه تصوير د يو زر کلمو لرونکى دى". رنګه ورځپاڼه د فيچرونو ارزښت ډېره وي.

راډيويي پروګرام ځانګړو ډلو ته په پام سره ډلبندي يا ويشل کيږي لکه د بزګرانو، زده کوونکو، ميرمنو، ځوانانو، او نور پروګرامونه. هغه ډول علمي او ادبي پروګرام، چې په ترتيب سره زده کوونکو او د ادب مينوالو لپاره خپريږي په ورځپاڼه کې هم يوه زوروره ډولا ډوله د سرليکنې پرمخ کالم، مضمونونه، سرمقالې او نور وي. په دې سربېره د ميرمنو ګڼه، د زده کوونکو ګڼه، دماشومانو لپاره مخونه او نور شامل دي. د ځانګړو خلکو د ذوق مواد د نورو لوستونکو ذوق پاللى شي.

- د راډيو خپرونې سمدلاسه په هوا کې ورکيږي. که اوريدونکي پام ونه کړي نو بيا د اوريدو چانس نه لري. ليکن د ورځپاڼې په پرتله راډيو ډېره اغيزمنه ده ددې لپاره، چې په يو ځل په لسګونو او کروړونو خلکو ته ځان رسوي په دې سربېره ماهرين په دې اند دى، چې په ليکلو کلمو کې ډېر اغيز وي ځکه چاپ شوي کلمې د وګړو په ذهن کې يو سپيڅلتيا او تقدس لري. دا ښايي د مذهبي کتابونو له امله وي، ځکه مذهبي کتابونه هم چاپي بڼه لري. همدرانګه انسان په چاپ شويو کلمو ژر باور لري. په ليکلو کلمو ښه او اسانه پوهيږي.

هغه یاداشت کولی شي نو ددې لپاره ورځپاڼه د څرګندولو اغیزمنه وسیله ګڼل کیږي، چې دا دعامه نظرونو په جوړولو کې ډېره اغیزمنه ده. راډیو نسبتاً ارزانه ده، ځکه یو ځل تراخیستو وروسته هغه تر ډېره وخته پوري استعمالولی شي. په مارکټونو کې د هرې کمپنې ډول ډول راډیوګانې په مختلفو قیمتونو او ډیزاینونو پیدا کیدی شي او حتی نن سبا په ساعتونو او مبایلونو کې هم راډیوګانې شته او راډیو غریب او د لږو پیسو خاوندان یې هم اخیستلی شي او ورځپاڼه قیمت ده ډېره ارزانه ورځپاڼه د دوو افغانیو کمه نده. د یوې ورځپاڼې میاشتنې لګښت دوه سوه افغانۍ کیږي او دا په یو کال کې زرګونو ته رسیږي نو له دې امله ځیني خلک ورځپاڼه نه اخلي.

د ترانسمتر په راتګ سره د معلوماتو او خپرونو په نړۍ کې یې یو انقلاب رامنځ ته شو. د لومړي ځل لپاره راډیو یوازې په بریښنا لرونکي سیمونو کې اوریدل کیده او دوهم داچې د راډیو پروګرامونه د هیوادونو په سرحدي پولو کې نه احصاریږي. د هوا پر اوږو هر ځای ته رسیږي. ددې لپاره دجګړې پروخت راډیو ددښمن سیمې ته د رسیدو ښه لاره او وسیله ده، چې د هغې لارې اغیزمن پروپاګند کیدلی شي. د جګړې په ورځو کې د راډیو هغو اغیزو ته په کتو سره هر هیواد، ددښمن هیواد د راډیو له اوریدلو منع کوي حال داچې خلکو ته ورځپاڼو په ور رسولو کې وخت لګیږي. ورځپاڼې له یو ښاره څخه تر بل ښار پوري په بیلا بیلو لارو د الوتکو، اورګاډو، بس، کوچنیو موټرونو او نورو په وسیله استول کیږي. د ځینو ورځپاڼو اداري لیرې ښارونو ته د ورځپاڼو و ورلیږلو پرځای له بیلا بیلو ښارونو څخه په یوه وخت ورځپاڼې خپروي خو بیا هم دورځپاڼو وېش یوه لویه مسله ده.

له راډیو څخه نالوستي او نیم لوستي هم ګټه اخسیتی شي ځکه له ادبي خپرونو پرته د خبرو معیار دیو عام وګړي د ذهن په کچه ساتل کیږي. په بیلا بیلو مورنیو ژبو هم پروګرام خپریږي. زیاتره راډیویي خپرونې داسې وي، چې د اوریدولو لپاره د ځانګړي ذهني وړتیا لرلو اړتیا نه وي. که له دې پلوه راډیو له ورځپاڼې سره پرتله کړو نو ورځپاڼه یوازې لوسته طبقه استعمالولی شي یعنې په کومه ژبه، چې ورځپاڼه خپریږي د هغې ژبې لوستونکي او په هغه پوهیدونکي ورڅخه ګټه اخیستلی شي.

- راډیو، چې څه وړاندې کوي هغه په اسانه، عام فهمه او ساده ژبه وړاندې کوي. سختې کلمې، محاوري یا پیچلي ترکیبونه نه استعمالوي. په پروګرامونو کې له ادبي نازکو رنګینو څخه ډډه کیږي. مقصد دادی، چې عام سړي د هغې په اوریدو سره پوهیږي د هغې انداز خبرو اترو ته ورته او جملې لنډې وي له بل پلوه دورځپاڼې ژبه لیکنې وي او ځینې وختونه یې جملې هم اوږدې وي او ځینې داسې کلمې، ادبي صنعتونه او ژبه استعمالوي، چې نسبتاً یوه عام لوستونکي ته سختیږي.
- ترکومه، چې له راډیویي ادراې سره د تړاو معامله ده نو د راډیو ستیشن سره د اوریدونکو تړاو له ورځپاڼې سره د لوستونکو له تړاو سره توپیر لري. اوریدونکي له کوم ځانګړي پروګرام سره تړاو لري. حال داچې له ورځپاڼې سره د تړاو معامله مختلفه وي. له ورځپاڼې سره د لوستونکو تړاو له ذهني پلوه وي. همدارنګه د هرې ورځپاڼې خپل خپل لوستونکي وي هغوی له ورځپاڼې سره مستقیم تړاو لري.

د زیاتره هیوادونو راډیوګانې تر ډېره حده په حکومتي کنټرول کې دي. همدارنګه د راډیو په ټولو خپرونو کې حکومت واک لري او حکومتونه د خپلې خوښې پروګرامونه پکې خپروي. داسې پروګرامونه، چې په هغو کې د حکومت د کړنو او شخصیتونو

ستاينه او يادونه کيږي. له دې سره سره له راډيو څخه داسې پروګرام نه خپروي، چې په هغې کې په کومه ډله، يا شخص اعتراض وي او د اوريدونکو داسې ليکونه هم نه خپروي، چې په هغه کې د راډيو په بيلا بيلو خپرونو يا پاليسې نيوکه شوي وي. حال داچې په دې ترڅ کې ورځپاڼې تر يوې ځانګړې حده پورې ازادي لري. هغه د پاليسې دخپرولو په ترڅ کې هم ازادي لري. هره ورځپاڼه په هيوادنيو، سيمو او نړۍ والو چارو کې يو ځانګړی ليد لوری خپلوي. کله ځيني لوستونکي ورځپاڼې له پاليسې سره يوه خوله نوي او کوم اختلافي نظر يا مضمون وليږي، نو هغه هم خپريږي ځکه په هره ورځپاڼه کې دا يادانښت خپريږي، چې د ورځپاڼې اداره د سرليکنې پرته له نورو ليکلنو پړه او مسووليت نه مني.

- د راډيو ستيشن جوړول زيات لګښت او پيسې غواړي پردې سربېره د راډيو چلولو لپاره هم زياته پانګه پکار ده. راډيو د بيلا بيلو پروګرامونو سکرپټ د پروډيسر له نظره تيريږي بيا د خبرونو برخه جوړيږي. د ورځپاڼو لپاره هم زياته پانګه، د چاپ ماشينونه، کاغذ او نور پکار دي ليکن سيمه يزې ورځپاڼې په نسبتاً لږه پانګه هم پيليدلی شي. ترکومه ځايه، چې د ورځپاڼې د ليکلو تړاو دی نو، دا هم تر خپرولو پورې له بيلا بيلو پړاونو تيريږي او په دې هم پوره زيار ګالل کيږي.
- راډيو له سهار څخه تر شپې پورې په درجنونو بلټنونه، مذاکرې، ويناوې، بحثونه او سيمنارونه خپروي. ددې لپاره په راډيو کې تل د تازه خبرونو د خپرولو هڅه کيږي. د مبصرينو او بيلا بيلو څانګو د ماهرينو نظرونه او خبرې په غور خپريږي. دلته د تازه ګی له امله راډيو له ورځپاڼې ميدان ګټلی دی حال داچې ورځپاڼه

ځلورويشت ساعتونو وروسته لوستونکو ته رسيږي. د ډېرو شويو او کيدونکو پېښو خبرونه لومړی راډيو او بيايې ورځپاڼې خپروي.

- د راډيو مينوال د راډيو خپرونې ثبتولی شي. خو بيا هم دا اسانتيا نه لري. د ورځپاڼې پرې شوي برخې يا ټوله ورځپاڼه خوندي کول اسانه وي. حال داچې که د راډيو خپرونې ثبت او خوندي شي نو دا ټول کار نه يواځې سخت وي بلکې ګران هم تماميږي. له بل طرفه د ورځپاڼې لوستونکي دا اسنتيا لري، چې په ورځپاڼه کې يې کوم مضمون، سرمقاله، کالم، خبر يا کوم بل شی يې خوښ شي نو هغه پرې کولی شي او د ځان سره يې ساتلی شي او بيا د اړتيا پرمهال له هغه څخه استفاده کوي.
- د راډيو اوريدونکي د خپلې خوښې پروګرام د اوريدلو اسانتيا لري. د راډيو د راتلونکو پروګرامونو خبرتيا مخکې له مخکې ورکول کيږي. د ځينو پروګرامونو وختونه مستقل وي. همدارنګه اوريدونکي د خپلې خوښې پروګرام جوړولی شي، څکه په يوه راډيويي سيټ کې په درجنو ستيشنونه اوريدل کيږي.حال داچې له بل طرف په ورځپاڼو کې د ټولو لوستونکو د خوښې مخونه شته او د هغوې د خوښې مواد به کې وي لکه ماشومان يوازې د ماشومانو مخونه لوستلی شي. له لوبو سره دلچسپي لرونکي ميرمنې دلوبو مخ کتلی شي او که د کوم لوستونکي خپله ورځپاڼه خوښه نه شي نو هغه کومه بله ورځپاڼه اخيستلی شي.
- حکومتونه شخصي راډيوګانو ته د کار کولو اجازه ورکوي. شخصي راډيوګانې له دولتي راډيوګانو سره سيالي کوي. بيا هم حکومت په روانو چارو پوره واک لري. ورځپاڼې ته محدوده ازداي ورکول کيږي. ورځپاڼو ته د حکومت خلاف د تبصرو او خبرونو په چاره کې ترځانګړي اندازې پورې ازدادي ده. د ازادی او ځينو پابنديو

مشروطه ده. هغه ازادي د ژورنالېزم له نظره د ورځپاڼې په پرتله راډيو ته غوره والی ورکوي. د يو ايالتي وزير د کومې درغلی خبر ورځپاڼه کې راتللی شي، ليکن راډيو تر هغې پورې، چې دولت ونه غواړي دا خبر نه شي خپرولی.

د راډيو او تلويزون پرتلنه Comparison of Radio vs. Television

تلويزون په اصل کې د راډيو پراخه شوي بڼه ده. د تلويزيون په منځ ته راتلو سره ځيني خلکو داسې ګڼله، چې اوس دراډيو اوريدونکي تلويزيون ګوري او د راډيو جادو او اغېز له منځه ځي. بلی! تلويزيون خامخا يوه څه اغېز وکړ، ليکن راډيو اوس هم شته او اوريدونکي لري او په مينه يې اوري. د "رهنمای نشرات راډيو" ليکوال مسعود قريشي د تلويزون په راتلو په خپله ماهرانه تبصره کې ليکي: کله، چې تلويزون جوړ شو نو ګنګوسه شوه، چې اوس د راډيو ځراغ مړ کيږي. (ليکوال ارشد علي، ژباړن امير جان وحيد احمدزی، صفحه ۲۰، راډيويي ژورنالېزم)

کله، چې له غږ سره تصوير هم راښکاره شو نو اوس د هغې ړندې نړۍ غوږ ته څوک عوږ ږدي. هغوی په دې نه پوهيدل، چې د فکري ځواک د پارولو امکانات، چې په راډيو کې دی هغه هر منظر، تصوير، او رول په څلوريشت انچه چوکاټ کې بند شوی تلويزيون کې نه شته. هر غږ، هر انداز هر غږيز اغېز سره د انسان په ذهن کې د خپلو ځانګړو تجربو د شاليد له مخې، چې کومې بڼې او شاليد پنځيږي هغه د تلويزيون په وس نه ده پوره. توپير د زړه او سترګو دی. چا ويل، چې په شمله پيړۍ کې د عموميت او جامعيت يرغل له انسان څخه يواځيتوب واخيست. يواځې د هغه خيال او فکر خوندي وساتل شو. هغه تلويزيون ورڅخه واخيست. له دې څخه موخه دتلويزيون دروغ نه دي دا دابلاغ يوه اغيزمنه وسيله ده. ليکن ددې خپل

مجبوريتونه او پابندې يعنې ددې شکلونه او منظرې له بنسټيز نظره څخه پام اړوي يا لږ تر لږه دنه پاملرنې لامل کيږي. چا ونه ليدل، چې کتونکي د رولونو حرکاتو او شکلاتو، يا د څيرو د څرګندو تاثيراتو ته د پاملرنې پرځای د کمرې ښکلا يا د کاليو ځلا ته وراوړي. کمره د اوږد نږدې ويلو پوري (يعنې د بک کلوز آپ) روښانه وي. چيرې چې منظره تيت شي پام اوړي(۷:۸۹).

د لاندې ځانګړنو پر بنسټ د راډيو او تلويزيون پرتلنه

- راډيو اوريدونکو سره تړاو لري او په څو هيوادونو کې هغه د ابلاغ يوه اغېزمنه وسيله ګڼل کيږي. دا د ابلاغ څلور موخې بشپړوي يعنې زده کړه ورکول، معلومات برابرول، تفريح يعنې ساعت تيري او د عامه نظرونو تشکيلول حال دا چې تلويزيون د راډيو پرمختللي بڼه ده. د غږ له جادو سره خوځنده تصويرونه هم ښيي. له خوځنده تصويرونو څخه ليدونکي محسوسوي، چې هغوی ته مخامخ خبرې کوي او يا ګويا هغه په هغو ټولو منظرونو کې شريک دي.
- د راډيو د خپرونو د وړاندې کولو انداز داسې دی، چې د پروګرام د ثبتولو پروخت ليکنه خپل مخ ته کيښودلی شي، دا ځکه، چې اوريدونکي يوازې غږ اوري. همدارنګه څو پروګرامونه د ليکنې له مخې ثبتيږي په راډيو کې د پاچا د رول ادا کوونکي ته په ډېره سادګۍ او د پاچا د غږ ډيالوګ په وسيله د پاچا رول سپارل کيږي. حال داچې د تلويزوني پروګرامونو د راښکون او په زړه پوري والي لپاره اداکاران يعنې لوبغاړي متن يادوي. ددې لپاره هر رول، چې څه وايي هغه په ژبه يادوي، ځکه د کاغذ مخ ته کيښودل او ډيالوګ کول ښه نه معلوميږي او په ډرامه کې بيخي داسې نشي کيدلی.

- چون راډيو له اوريدلو سره تړاو لري، ځکه نو په راډيو کې غږ بنسټيز ارزښت لري. راډيو نسبتاً ښو او زړه راښکونکو غږونو ته اړتيا لري. حال داچې له بل پلوه کتونکو ته د تلويزيون د پروگرام په ښکلي کولو کې د لوبغاړو لوبيدل ښې ځيرې يعنې قوارې، د رول له اړخ د کاليو، حرکت او سکنات لوي لاس لري، ځکه دلته ځيره معلوميږي. همدارنگه تلويزيون ښو ځيرو ته ډيره اړتيا لري له راډيو څخه اوس هم داسې پروگرام خپريږي، چې د هغه ډول ژورناليستيک دي بيا هم د تلويزيون په پرتله د راډيو ارزښت کميږي. ترکوم ځای، چې د ساعت تيري د برابرولو تړاو دی نو تلويزيون په راډيو غوره والی لري.
- په پرمختلفو هيوادنو کې د راډيو خپرونې د شپې او ورځې په ډيرو برخو کې روانې وي. هغه وختونه بيلا بيلو طبقو ته پروگرامونه خپريږي. مخکې له دې په پرمختللو هيوادنو کې د تلويزيون خپرونې د لږ وخت لپاره وي ليکن اوس د ډيش او کيبل په راتلو سره په يوه کور کې څلورويشت ساعته خپرونې ليدل کيدلی شي. حال دا چې دشخصي تلويزون چينل هم څلوريشت ساعته خپرونې کوي. د خوب په وخت کې تلويزيون په راډيو غوره والی لري.
- ترانسميټر راډيو دابلاغ په يوې ارزانه وسيلې بدله کړه خلکو پوري درسولو له پلوه تراوسه راډيو لومړی مقام لري. په نړۍ کې زيات شمېر راډيو ستيشنونه او سيټونه دي. د لږ عايد لرونکي خلک هم راډيو ارزانه اخيستلی شي خو تلويزيون گران دی او بريښنا ته هم اړتيا لري او چېرته، چې بريښنا نه وي نو هلته له تلويزيون څخه گټه هم نه اخيستل کيږي. د تکنالوژي له ارزانې او عاموالي سره اوس دا هم

شوني شوي ده، چې تاسو په خپل تلويزيون مانيټر کې د يو عادي کارد په زياتولو سره له هغه څخه د څلورزره روپيو په لګښت تلويزيون سيټ جوړ کړي.

- راډيو دسفر پر وخت کې هم اوريدل کيدلی شي. داسې هم امکان لري، چې څوک پکار بوخت وي او راډيو هم اوري، دا ځکه، چې د راډيو د اوريدلو لپاره يوازې غوږ نيول پکار دي. ليکن د تلويزيون له کتلو سره کوم بل کار نشي کيدلی ځکه تلويزيون د اوريدلو تر څنګ ليدلو يا د سترګو وراړولو ته هم اړتيا لري.
- د راډيويي پروګرامونو تيارول نسبتاً اسانه وي. ددې لپاره يواځې اواز ثبتېږي. ددې خپرونو لګښت هم لږ دی. د تلويزيون لپاره د سټوډيو اړتيا ده. د راډيو لپاره هم سټوډيو جوړيږي ليکن د راډيو سټوډيو نسبتاً ارزانه ده.
- راډيوګانې په سيمه ايزو ژبو خپرونې کوي او د خلکو په عامو بوختياوو سربېره د علمي، ادبي، او کلتوري ادارو کړنې هم خپروي. راډيويي خپرونې د رنګا رنګي له پلوه له تلويزيون څخه مخکې دي. دتلويزيون په پروګرامونو کې هم ډېره رنګا رنګي او پراختيا راځي.
- راډيو له اوريدلو سره تړاو لري، نو ځکه د تلويزيون په پرتله لږ اغېزمنه ده. تلويزيون نه يوازې داچې اوريدل کيږي بلکې ليدل کيږي هم او پر يوه وخت د ليدونکي او اوريدونکي شي اغېز د اوريدونکي شی په پرتله زيات دی. له بل پلوه تلويزيون له فلم سره ډېر نږدې دی نو د هغه په وسيله ورکونکی پيغام ډېر اغېزمن وي. همدارنګه ويل کيږي، چې تلويزيون د ابلاغ اغيزمنه وسيله ده(۸:۲۰).

د راډیو او فلم پرتلنه Comparison of Radio vs. Film

فلم او راډیو د خپلو اغیزو له پلوه تقریباً د ورته ارزښت لرونکي دي. لیکن ددواړو د تفریح انداز بیله ده او تلویزیون له تفریح هاخوا د زده کړې او ساینس په ډګر کې له فلم څخه یو ګام وړاندې دی. مسعود قریشي په خپل کتاب "د راډیو د نشراتو رهمنا" کې لیکي:

راډیو د تجریدي هنر په څیر ده په هغې کې د بیړې کولو له امله کلمې مانا لرونکي کیدلی شي. که یوه موضوع ډېره لنډه شي نو د هغې مفهوم او ارزښت هم اغیزمن کیږي. دا اغیز تصادفي او ناڅاپي نه، بلکې د شخصي مهارت او پوهې د پنځوونکي لازمي پایله ده. د کامیابۍ په صورت کې دا اسانه بریښي. داسې معلومیږي، چې بس نازل شو. لیکن په اصل کې دا ثمر له ذهني ستړیا او د زړه له وینو راټوکیږي. هر پنځونکی د سالم ذوق لرونکی دی. دا کومه قصه نه بلکې طبیعي جوهر دي. راډیویي هنر هم له دې کلمې څخه استثنا نه دی، لیکن یواځې د سالم ذوق پرمټ کوم شهکارنه پنځیږي. دا جوهر دیوې ناتوړل شوي طلا په شان دی، چې د هغې د ځلا لپاره ځانګړې پوهې او مهارت ته اړتیا ده. کوم سندرغاړی د سُر او تال له زده کړې پرته د پام وړ تأثیر نه شي پیدا کولی. کوم انځورګر د خطونو او رنګونو پرماهیت له پوهیدو پرته ښه انځورنه شي جوړولی. کوم شاعر د کلمو په مانا او غږ تر پوهیدو پرته ښه شعر نه شي ویلی. هغه ډول راډیویي پروډیوسر له رسنیزې وسسلې پرته ښه پروګرام نه شي وړاندې کولی.

راډیو له تفریحي خپرونو سره سره د ژورنالیستکي موخو لپاره هم کار کوي هغه پرلپسې خبري ټولګه، د روانو چارو پروګرام، مرکې او بحثونه خپروي. حال داچې له

بل پلوه فلم په بنسټیزه توګه د تفریحي ابلاغ وسیله ده. سره له دې، چې نن سبا مستند فلمونه او د تصوري خبرونو په بڼه تیاریدونکي فلمونه عموماً په سینماګانو کې لیدل کیږي یواځې هغه خلک هغه لیدلی شي، چې سینما ته د فلم کتلو لپاره راځي.

- راډیو کاروباري نه بلکې یواځې د عامه ابلاغ وسیله ده. حال داچې د راډیو له لارې هم سوداګریزې خبرتیاوی او اعلانونه خپریږي. اوس شخصي راډیوګانې هم د سوداګری ډول چلوي لیکن بیا هم هغه پروګرام زیاته تفریحي بڼه لري او د فلم په څیر سوداګري نه ده. فلم یوه باقاعده سوداګري ده. په ازادو هیوادونو کې هم فلم جوړول یو صنعت ګڼل کیږي په شخصي ځانګو کې فلم په کاروباري بنسټونو تیاریږي. هغه په درې بیلا بیلو ځانګو ویشل کیږي. فلم جوړول، د هغه ویش او نندارہ درې بیلا بیل کارونه شمیرل کیږي. سره له دې، چې فلم جوړول له فلم سنټربورد لاندې راځي بیا هم فلم جوړونکي ځانګړې ازادي لري.

راډیو د خپلو اغیزو له پلوه له فلم څخه کمه ګڼل کیږي ځکه له راډیو څخه خپریدونکي پروګرام عموماً دومره رنګین یا زړه راښکونکی نه وي او یواځې د اوریدو لپاره دی د لیدلو لپاره نه دې حال داچې د عامه ابلاغ په ټولو رسنیو کې فلم زیات اغیزمن ګڼل کیږي. لومړی لامل یې دادی، چې فلم د کیسې اورولو په بڼه وي هغه په کتونکو د فلم په څیر اغیز کوي او خوند ځنې اخلي.

- د راډیو پروګرام برابرول نسبتاً ډیر اسانه وي. یو وینا وال د راډیو په سټوډیو کې کښني او خبرې کوي، چې مستقیماً یې خلکو ته خپریږي یو لیکوال خپلې خبرې لیکي او هغه ثبتوي او هغه د هوا د څپو پرمټ اوریدونکو ته رسیږي. حال داچې د خپرونو تخنیکي چارې دلیدلو لپاره د راډیو تخنیکي کارکوونکي موجود وي. حال

داچې فلم په بيلا بيلو پړاوونو کې بشپړيږي. يو ليکوال د فلم کيسه ليکي کوم بل سکرين تياروي دريم تن مکالمه کوي يوه لارښوونه کوي. د غږ ثبتولو بيله څانگه ده په کمره د فلم جوړول يوه بله څانگه ده بيا د هغه د ايديټ پړاو دی. هغه ډول د څو پړاونو تر وهلو وروسته فلم بشپړيږي.

- د تلويزيون په راتللو سره په راډيو څو منفي اغيزې وشوې. بيا هم د فلم پرورړاندې راډيو اوس د ابلاغ اغيزمنه وسيله ده په کومو کورونو کې، چې دسي ډي گانو تلويزيونو اسانتيا نشته په هغو کورونو کې هم دځينو موخو لپاره راډيو اوريدل کيږي ليکن په هغو سيمو کې، چې تراوسه تلويزيون او کيبل نشته هلته اوس هم راډيو د ابلاغ يواځينې وسيله ده د کيبل اوسي ډي گانو انقلاب په فلمونو زيات اغيز کړي خلک سينماگانو ته د فلمونو د تللو پرځای اوس په کورونو کې څو فلمونه ويني په دې سربېره په سي ډي پلير هم فلم ليدلی شي. حال داچې کيبل اپريټرز هم هره ورځ د نويو راتلونکو فلمونو د کتونکو لپاره لگول کيږي دا ټول لاملونه پرسينما منفي اغيزه کوي، ځکه نو اوس سينماگانو ته د فلمونو د کتلو لپاره نه ځي.
- راډيو اوريدل يو اسانه کار دی. په موټر، لاره، کور او د کار پرمهال راډيو هم اوريدل کيږي. د راډيو اوريدلو لپاره لگښت نه کيږي. حال داچې د فلم ليدل يوڅه ستونزمن دی. د هغې لپاره سينما ته تلل اړين دی هلته حتماً ورباندې دوه درې ساعته تيريږي.

د موسم خرابوالی هم سينما ته د تللو په لاره کې خنډ رامنځ ته کوي. ځيني وخت د ټکټونو د بيو لوړوالی هم دسينما د تفريح په ترلاسه کولو کې خنډ جوړيږي.

- د راډيو پروګرام د اوريدونکو د ليکونو او وړانديزونو په رڼا کې بدليدلی شي. د هغه مضمون پرځای کوم بل مضمون غوره کيدلی شي. غږ بدليدلی شي. پروګرام کوم بل وړاندې کونکي ته ورکول کيدلی شي. يا غږيزې اغيزې ښې کيدلی شي. حال داچې بل لورته په فلم کې کتونکو ته دا اسانتيا نه وي. فلم که د ننداريې پرمهال خلک خوندي کړي او يا يې خوښ نه کړي نو په هغه اړه خپل تاثر نه شي څرګندولی. فلم د ليدونکو د نظرونو په رڼا کې نه شي بدليدلی.
- له راډيو څخه يو پيغام بيا بيا وړاندې کيدلی شي. که په پيغام کې د بدلون اړتيا وي هغه له ځنډ پرته کيدلی شي. همدارنګه پيغام د رسولو او اعلانانونو لپاره راډيو اغيزمنه او ارزانه وسيله ده. حال داچې د فلم په وسيله پيغام بيا بيا نه شي تکراريدلی. په کوم فلم کې کوم پيغام يا نظر يو ځل وړاندې کيدلی شي. که په پيغام کې د څه بدلون اړتيا وي نو دهغه لپاره نوی فلم جوړيږي.
- له راډيو څخه د خپلې خوښې پروګرام او خپرول اسان دي. ددې لپاره له راډيو څخه وخت اخيستل کيږي له راډيو څخه خپريدونکي اعلانونه عموماً کمپنۍ تياروي حال داچې د پيغام ورکولو لپاره که يو لنډ مستند فلم تيار شي نو په هغه اندازه لګښت کيږي څکه د مستند فلم لپاره د کمرو، کارکونکو، ترانسپورت، رڼا او نورو تخنيکي اسانتياو ته اړتيا وي.
- د راډيو پروګرام، چې ثبت شي نو له کوم بل سيټيشن څخه د خپريدلو په وخت هغه هر ځای اوريدل کيږي هغه پروګرام دويم ځلی هم خپريدلی شي. يعنې د نن پروګرام په کوم مناسب وخت کې دوباره هم چليدلی شي. حال داچې له بل پلوه فلم د ښودلو لپاره ځانګړي ترتيبات پکار دي. فلمونه په عامه توګه په سينما کې ښودل

کيږي او که له سينما دباندې ښودل موخه وي نو ددې لپاره پروجکټور سکرين، اپريټر او نور پکار دي او خلکو ته د فلم د خبرتيا ورکولو لپاره بيلا بيلې طريقې استعماليږي.

- له راډيو څخه وړاندې کيدونکی پروگرام موخه لرونکي وي ليکن هغه د گټې لپاره نه خپريږي په هغو پروگرامونو کې د خلکو د خوښې او ناخوښې خيال ساتل کيږي. د پروگرام اوريدونکي خپل غبرگون د ليکونو له لارې ښکاره کوي. حال داچې په ورځپاڼو کې هم د هغو پروگرامونو محاسبه کيږي. اگر، چې د فلم په برابرولو کې هم اصلاحي مقصد کيدای شي ليکن د هغه بنسټيز ټکي د ساعت تيرى برابرول دي.

لنډيز

راډيو په بيړنيو حالاتو کې فردي او وگړيزې گټې ساتي. راډيو په ټولنه کې د افرادو تعليمي سويه لوړوي او هغوی غښتلي کويتر څو په دې لاس بري شي چې د خپلو اړيکو لمن پراخه کړي. راډيو يوه غير تصويري وسيله ده بياهم د دې وس او قدرت لري چې د اورېدونکو په ذهن کې د اواز په پرمټ انځورونه جوړ کړي. ځينې اوريدونکي د تلويزيون د تصوير اخيستلو او ښودلو له امله د محدوديتونو سره مخ دي اما راديو دا ستونزه نه لري.

راډيو د خپلې چټکتيا او د کار د ډول له امله سرحد نه مني، راډيو پرته له کوم خنډ څخه مرزونه قطع کوي، د راډيو څپې له غرونو او بحرونو څخه الوزي او خلک د نړۍ له مختلفو فرهنگونو سره اشنا کوي او د دوی تر منځ اړيکه ټينگوي.

د جګړې پر وخت د راډيو دنده د سرتيرو مورال لوړول دي او په سرتيرو کې نوې ولوله راپيدا کوي. او د سولې پر وخت د هر فکر لرونکې طبقې ته پروګرام وړاندې کوي.

په دې فصل کې راډيويي تعليم ، فردي تحريکات، راډيو او ټولنه، راډيو او د ټولنې افراد، په راډيو کې د بيان ازادي، ويل، خبرې، اترې، صوتي افکټونه، موسيقي، جګړه او راډيو، په سوله کې د راډيو رول ته ځای ورکړل شوی دی.

تمريني پوښتنې

۱ - راډيو له ټولنې سره څه تړاو لري؟

۲- راډيو د ټولنې پر وګړو څه اغېز کولی شي؟

۳- راډيو د ټولنيز ژوند په پرمختيا او اسانتياوو برابرولو کې څه رول لوبولی شي؟

مأخذونه

۱- احمدزی، اميرجان وحيد. (۱۳۸۷). راډيو ژورناليزم. دانش خپرندويه ټولنه پيښور.

۲- حليم، صفيه. (۱۳۹۱). راديو ژورناليست. مومند خپرندويه ټولنې تخنيکي څانګه جلال آباد.

۳- حيدری، ذبيح الله. (۱۳۹۰). کاربرد ژانرهای اطلاعی در راديو. مطبعه عازم کابل.

۴- حبيب، ليلی. (۱۳۹۰). توليد برنامه های راديو. پوهنتون بلخ ديپارتمنت راديو تلويزيون.

۵- ستانکزی، محمد عيسی. (۱۳۸٦). راډيو پروګرامونه. دانش خپرندويه ټولنه پيښور.

٦- فانوس، میر غزیزاحمد. (۱۳۹۰). ازخبر تا نظر. مطبعه عازم کابل.
٧- نوشین، ناهید. (۱۳۸۸). تاریخ رادیو تلویزیون جهان. انتشارات فرهنگ پل باغ عمومي یوسفی مارکیټ، کابل.
٨- وجدی، عبدالجلیل. (۱۳۸۷). د جنگ نظر نړۍ. کاروان مطبعه کابل.

دريم فصل
راډيويي سټوډيو

سريزه

راډيو د پروگرامونو توليد يا پروډکشن عبارت دی د لومړني اساسي عنصرو د تنظيم او استعمال څخه، چې دا د دوو برخو لرونکې دي، چې هره يوه برخه يې د يوه او بل بشپړونکې ده او په راډيويي ژورناليست پورې اړه لري، چې دواړو ورباندې بايد وپوهيږي نوموړې دوه برخې تخنيکي او نشراتي برخې دي.

د راډيو پروگرامونه چې د اورېدونکو غوږ ته رسيږي ، د تخنيکي او نشراتي عملياتو د مجموعې حاصل دي ، د مختلفو وسايلو په واسطه صورت مومي ، دا چې راډيو خپله دنده په ښه توگه سرته رسولې وي په کار ده ، چې تخنيکي او نشراتي کارکوونکو په منځ کې يوه همغږي او ملگرتيا موجوده وي. دا حتمي او ضروري ده ، چې د يو او بل د کارونو او کړنو څخه خبرتيا ولري او يو بل ته احترام ولري تر څو د راډيو د خپرونو توليدونکي خپله دنده په ښه توگه سرته ورسوي. بله مهمه برخه هغه ځای وي چې عبارت دي له سټوډيو څخه.

دا هم د خپرونې د توليد له پاره اړين کار دی چې يو مناسب او معياري ځای موجود وي ، سټوډيو څکه معياري او مناسب ځای دی ، چې په سټنډرډ ښه جوړه شوې وي او د اواز غبرگون او د سټوډيو ديوالونه او نورې تشې په جاذبو موادو باندې پوښل شوې وي او د بهر خواته دورازې او کړکيو ته هم اجازه نشته او ځينې نور شرايط هم لري، چئې د زلزلې په مقابل کې مقاومت لري هغه ټالې او اهتزازات، چې د ځمکې پر مخ رامنځ ته کيږي بايد چې سټديو د هغه زغم ولري او اهتزازات او ټالې بايد حس نه شي تر څو پروگرام خراب نه شي.

د راډيو پروګرامونو تخنيکي اړخونه

د راډيو د پروګرامونو توليد عبارت دی د لومړني اساسي عنصرو د تنظيم او استعمال څخه، چې دا ددو برخو لرونکي دي، چې هره برخه يې د يو او بل بشپړوونکی ده. دا په راډيو ژورنالېست پورې اړه لري. بايد په دې دواړو باندې پوه وي. نوموړې دوه برخې، چې د راډيويي پروګرامونو په توليد کې خورا مهمې دي. نشراتي او تخنيکي برخې دي.

د راډيو پروګرامونه کوم، چې د اوريدونکو غوږونو ته رسيږي. د تخنيکي او نشراتي عملياتو د مجموعې حاصل دي، چې د مختلفو وسائلو په واسطه صورت مومي. ددې لپاره، چې راډيو خپل رسالت يعنې دنده له خورا ښه او مکمله توګه سرته رسولی وي پکار ده، چې دتخنيکي او نشراتي کارکوونکو په منځ کې پوره همغږي او ملګرتيا موجوده وي. دا حتمي او ضروري ده، چې ديو او بل له کارونو او کړنو څخه خبرتيا ولري او يو بل ته احترام ولري څو د راډيو د پروګرامونو توليدوونکي خپله دنده په ښه توګه سرته ورسوي.

البته دا لازمي نه ده، چې د پروګرام توليدونکی بايد حتمي ژورنالېستان او مسلکي کسان وي او يا هم انجينران وي. همدارنګه لازمي نه ده، چې د راډيو انجينران بايد ژورنالېستان او مسلکي کسان وي. ولی دا خبره ډېره مهمه ده، چې د خپرونې انجينران او پروډيسيران بايد لااقل د يو او بل د کار سره اشنايي او بلدتيا ولري. د بېلګې په توګه: د خپرونې پروډيوسر بايد په دې پوه شي، هغه وسايُل، چې د خپرونې په ثبت او خپرولو کې ورڅخه کار اخيستل کيږي څه ډول بايد استعمال شي او

ورځيني کار واخيستل شي. داچې یو راډیویي پروګرام له تخنیکي نظره موفق وي باید لاندې وسایل د پروګرام د ثبت لپاره موجود وي:

1. سټوډیو
2. ځای
3. د نوموړو وسایلو د استعمال ښه طریقه

ددې لپاره، چې یوراډیویي پروګرام ډېر ښه برابر شي نو ددې لپاره مناسب ځای ته اړتیا شته، چې دا ځای د سټوډیو په نوم یادیږي

هغه شرایط، چې باید یوه راډیویي سټوډیو یې لرونکي وي په لاندې ډول دي:

1. د نامعلومو اوازونو بیلول د مطلوبو څخه دا ځکه، چې په داخل د سټوډیو کې باید شور او زوږ وانه وریدل شي یعنې سټوډیو باید په داسې ښه جوړه شي څو هغې ته بهرنی غږ یا اواز ورداخل نه شي. همدارنګه د راډیو په سټوډیو کې هغو کړکیو او دروازو ته، چې د بهر خوا ته مستقیمې وتلي وي جواز نه لري.
2. د سټوډیو په داخل کې یو بل دیوال وي دا ددې لپاره، چې ددغو دواړو دیوالونو په منځ کې د هوا خلا یا تشه موجوده وي او دا د جاذبو موادو په واسطه پوښل شوي ده او همدارنګه په داخل د سټوډیو کې دوه دروازې موجودې دي، چې یوه یې بلې ته پکار راځي او ددغو دواړو دروازو په منځ هم تشه (خالیګاه) وجود لري، چې نوموړې خالیګاه د بهرني اواز دداخلیدو څخه مخنیوی کوي.
3. همدارنګه یوه سټوډیو دارنګه جوړیږي، چې صوتي انعکاس ته د خپل سري اجازه ورنکړي یعنې د ځمکې پرمخ دیوالونه دداسې موادو څخه جوړیږي، چې صوت (اواز) جذبوي او انعکاس ته نه پریږدي. د سټوډیو پر ځمکه مخصوصه ماده، چې

د صوت (اواز) د انعکاس څخه مخنیوی کوي د (۲۰ سانتي متر) په اندازه کې نصب کوي او د هغې په مخ د سټوډیو دیوالونه جوړیږي.
د سټوډیو بڼه یعنې شکل یوې قطعي ته یا د ګوګرد ډبي ته ورته وي، چې په داخل دیوې بلې قطعي کې واقع وي یوازې ښکتنی برخه یې د لومړنی قطعې سره تماس لري، چې دغه رنګه سټوډیو د لامبوزنې سټوډیو په نوم یادیږي.

4. موږ د سټوډیو ساختمان په څو لنډو نظرونو کې راخلاصه کوو: سټوډیو عبارت ده له یوې خونې د ساختمان څخه په بلې خونې کې د هر یوې دیوالونه د (۲۰) سانتي متر په فاصله کې وي، چې له صوتي نظره کاملاً محفوظه وي. هر رنګ ټالی (اهتزازونه)، چې په ځمکه کې رامنځ ته شي باید داخل د سټوډیو ته کوم سرایت ونکړي. له بلې خوا هغه خلاوې تشی وي، چې د یوې او بلې خونې په منځ کې شته د صوتي عائق له مادې څخه ډکې شوي نو له دې کبله د صوت د نفوذ څخه داخل د سټوډیو ته مخنیوی کوي.
په سټوډیو کې لکه څرنګه مو چې مخکې وویل هغه پنجرې، چې کاملاً د باندې یا بهر خوا سره تماس لري وجود نه لري هغه پنجرې، چې د نطاق خونې، د کنټرول خونې، د موسیقي د ثبت خونې او یا نورو سره پریښودل شوي هغه له دوو پنډو ښیښو څخه جوړې شوي، چې دغه دواړه ښیښې په خپل منځ کې تشه یعنې خالیګاه لري یعنې د یو بل څخه فاصله لري او په نوموړي فاصله یا تشه کې د (سیکاجیل) په نوم ماده ځای پر ځای کیږي، چې دا نه پریږدي، چې صوت یا اواز له یوې خوا څخه بلې خوا ته انتقال شي.

نومورې ماده شګې ته ورته ده او رطوبت جذبوي او نه پرېږدي، چې ددواړو ښيښو ترمنځ تشه کې رطوبت رامنځ ته شي. دا ددې لپاره، چې رطوبت د صوت مانع ګرځي. همدارنګه هغه پيپونه يا نلونه، چې پر هغې کې د برق تارونه يعنې کيبلونه غزول شوي دي دا دصوتي عائق پر موادو باندې پوښل شوي، چې د ربړ شکل لري (۱۲:۱).

د سټوډيو جوړښت

د راډيو د ساختمان په پلان کې لاندې ګامونه بايد اوچت شي

1. د سټوډيو څخه مرام او مقصد څه دی. يعنې نومورې سټوډيو د څه مرام او مقصد لپاره جوړيږي. ايا د راډيو د پروګرامونو د توليد لپاره، خبرونه يا مختلف ډوله موسيقي،

8http://www.specialmediaprojects.co.uk/tv-and-movie-set-design/ عکس

هره سټوډيو د هغې د ضرورت او مقصد سرته رسولو په منظور جوړيږي. که مقصد د موسيقي د سټوډيو څخه وي نو څرنګه موسيقي د څو کسانو لپاره او يا د کوم لوي ارکستر لپاره.

2. د مخکې خبرې څخه دا مطلب لاسته راځي، چې د ګډونوالو تعداد یعنې شمېر څومره دی د هغوی د نظر وړ سټوډیو ورته جوړه شي نو له دې کبله کولی شو، چې د سټوډیو حجم د جذب د تعداد په اندازه تعین شي او پردې سربېره د هغې د برابرولو لپاره لازم وسایل په نظر کې ونیول شي.
3. کله، چې مو سټوډیو تعین کړه نو د هغې معین نسبت یعنې عرض، طول، او ارتفاع باندې به هم وپوهیږو او په دې اختیار کې سبب د صوتونو د وجود په نسبت د کلي انعکاس په اثر دوصلیدو اواز منځ ته راځي، چې دا مداخله د اواز کیفیت له منځ وړي دوهم اوازونه د ولاړو اوازونو په نوم یادېږي نو له همدې کبله د سټوډیو د طول اوعرض او ارتفاع لپاره معین نسبت، چې معمولاً (۴،۳،۲) دی. همدارنګه د ولاړو صوتونو او اوازونو لپاره د سټوډیو دیوالونه یو بل ته لږ غوندې مایل نصب کیږي، چې نوموړي مایل توب له (۴) څخه تر (۵) درجو پوري وي، چې مرام او مقصد ورڅخه د امواجو ماتیدل او له منځه وړل دي، چې د مکررو یا پرله پسې اوازونو سره وي.
4. وروسته له هغې، چې جسم د ابعادو په نسبت یعنې په طول او عرض او ارتفاع د سټوډیو باندې وپوهیدو د اواز بېرته غبرګون د وخت د پوهیدلو لپاره د سیمامین د معادلې څخه کار اخیستل کیږي لکه $\frac{۵}{۱۵}$ جذبونکي مواد.

د پورتنی معادلې څخه دا په لاس راځي، چې په هره اندازه د سټوډیو حجم زیات شي نو په هماغه اندازه صوت د بېرته راستنیدو یعنې غبرګون وخت هم ورسره زیاتیږي او هر څومره، چې د صوتي موادو د جذب مقدار زیات کړو په هماغه اندازه

د صوت د راستنيدو وخت هم راکميږي نو ددې لپاره له دغې معادلې څخه په ستوډيو کې د جذب کوونکو موادو د مقدار اندازې لپاره کار اخلې. وروسته له هغې، چې د جذب کوونکو موادو مقدار يا اندازه مو دهغې د نوعيت سره وپيژندله نو دهغې د نصب کولو لپاره مناسب ځای ته اړتيا ده.

ددې لپاره، چې نومورې مواد سره په يو ځای کې راجمع نه شي بلکې د ستوډيو په مختلفو برخو کې تيت شي او په دې شرط، چې سره موازې نه وي نصب شوي او د يو بل په مقابل کې نه وي. له دې څخه مرام دادی څو د هغې د صوت جذب او انعکاس يو نظم را منځ ته شي. د ستوډيو له ساختمان څخه داسې ښکاري، چې هر څومره د ديوالونو کچه نامنظمه وي په هماغه اندازه صوت يعنې اواز منظم وي. هغه تخنيکي وسايل، چې د راډيو په ستوډيو کې اړين دي:

http://www.sonifex.co.uk/company/press/2013/30052013_bedford_school_sonifex_s1.shtml عکس 9

1. مايکروفون
2. ټيپ ريکارډر
3. گرامافون
4. لودسپيکر

5. غوږه کی
6. د نطاق مخ ته سور څراغ
7. سور څراخ هغه وخت روښانه کیږي، چې سټوډیو د ثبت لپاره اماده شي او نطاق د هغې په روښانه کولو سره دمطالبو په لوستلو پیل کوي.
8. بل سور څراغ د سټوډیو د دروازې د پاسه بهر خوا ته نصب وي کله، چې په داخل د سټوډیو کې پروگرام د ثبت او خپریدو په حال کې وي نو نوموړی څراغ روښانه کیږي یعنې سټوډیو (on) کیږي. دا ددې معنی لري، چې په داخل د سټوډیو کې پروگرام د ثبت او خپریدو په حال کې دی او سټوډیو ته دداخلیدو اجازه نشته.
9. په داخل د سټوډیو کې مخصوص ساعت
10. سره تکمه یا بټڼه، چې د نطاق په مخ کې قرار لري. د اړتیا په وخت کې نطاق کولی شي دهغې څخه کار واخلي.

11. همدارنګه د سټوډیو څخه بهر یوه بله خونه د څارنې مېز، چې د پروگرام مدیر د خپرونو د ثبت پر وخت کې د هغې څخه کار اخلي. نوموړي مېز، چې د خورا زیاتو تکمو، امپلي پایرونو او سیم لرونکو لوحو لرونکي دي نو له دې امله ویلی شو، چې په دغه مېز کې ټول هغه وسایل، چې د پروگرام د براډکاسټینګ لپاره په کار دي موجود دي. تولید شوی اواز په داخل د سټوډیو کې د مختلفو سرچینو لرونکي وي

a) مایکروفون

b) مایکروفون یا احتیاطي مایکروفون کله، چې په لومړي مایکروفون کې کوم تخنیکي عوارض رامنځ ته شي نو فوراً له بل څخه کار اخیستل کیږي.

c) ثبت شوي کیسټ یا نوار

d) هغه پروګرام، چې د سټوډیو نه بهر رارسیږي

e) ریکارډرونه

f) د ساعت د عیارولو اشاري

g) ټون (اواز)

h) د ساعت اواز

د سټوډیوګانو ډولونه

هغه سټوډیوګانې، چې د پروګرام د ثبت لپاره ورڅخه کار اخیستل کیږي په لاندې ډول دي:

1. د نطاقانو سټوډیو، چې د تنفید په نوم هم یادیږي
2. د پروګرامونو د ثبت او تولید سټوډیو
3. د خبرنګارانو سټوډویو

د نطاقانو سټوډیو

عکس 10http://word.world-citizenship.org/wp-archive/2719

نوموړي سټوډیو د یوې کوچنې خوني څخه عبارت ده، چې د اواز د بېرته رستنیدو اندازه یې ډېره کمه ده. ددې لپاره، چې وکولی شو اواز په واضح توګه درک کړو د نوموړي سټوډیو مساحت ۲،۳ متره وي.

د پروګرامونو د ثبت او تولید سټوډیو

11http://genius.com/Ludacris-bots-radio-lyrics#note-1557496 عکس

له نوموړي سټوډیو څخه د هر ډول پروګرامونو د تولید کار اخیستل کیږي. د هغې بنه نظر په اړتیا او پروګرام، چې په هغې کې ثبت یا تولیدېږي توپیر لري. له دغه ډول سټوډیوګانو څخه کولی شو د ډرام، ډیالوګ او تمثیل سټوډیوګانو نومونه واخلو، چې عموماً د درې جلا سټوډیوګانو څخه جوړي شوي او د یو بل په خوا کې قرار لري. اواز نه شي کولی، چې د یوې سټوډیو څخه بلې سټوډیو ته انتقال شي. په دغه ډول سټوډیو کې د خپرونې پروډیسر کولی شي، چې په دریو واړو سټوډیوګانو باندې د کنټرول له خونې څخه څارنه وکړي (۱۳:۱).

د کنټرول خونه

- ژوندۍ سټوډیو، چې په هغې کې صوتي انعکاس وجود لري.

- متوسطه ستوډيو، چې په هغې کې صوتي انعکاس په متوسط ډول وجود لري.
- مړه ستوډيو، چې پر هغې کې صوتي انعکاس بلکل وجود نه لري.

هغه وسائل، چې پر هغې کې د راډيويي پروګرامونو په توليد کې کار اخيستل کيږي

وروسته له هغې، چې د راډيويي پروګرامونو د ثبت او توليد ځای مو معلوم کړ اړينه ده، چې د ثبت او توليد د ځينو تخنيکي وسايلو په معرفي کولو باندې پيل کوو، چې د ثبت او د پروګرامونو د توليد لپاره خورا اړين دي.

مايکروفون

مايکروفون هغه اله ده، چې په راډيو کې لومړی مقام لري. نوموړې اله کولی شي صوتي امواج د برقي امواجو په مشابه ياهم رنګه تبديل کړي.

http://www.themandarin.com.au/8251-communications-12detonate-comms-team-publish/?pgnc=1 عکس

يعنې په هره اندازه، چې برقي امواج توليديږي او په مايکروفون کې شديد يا ضعيف کيږي. کله، چې موږ يو پيچې سيم ته د مقناطيسي ساحې په داخل کې حرکت ورکړو په نوموړي پيچې سيم کې برق توليديږي. مايکروفون هغه اله ده، چې د هغې په داخل کې يعنې په مقناطيسي ساحه کې پيچي سيم حرکت کوي نوموړی پيچې سيم د هغې پردې سره، چې ممبران نوميږي اړيکه لري کله، چې د ممبران په مقابل خبرې وشي نوموړي پرده په حرکت راځي. د سيم د حرکت په نتيجه کې د مقناطيسي ساحې په

داخل کې برق توليديږي، چې نوموړی برق د وينا په نتيجه کې رامنځ ته کيږي، چې په ممبران کې ورداخليږي.

د راډيو مايکروفون بايد د لاندينو شرايطو لرونکی وي

- امانت ساتنه: يعنې مايکروفون وکولی شي، چې صوتي امواج په هم رنګه برقي امواجو بدل کړي پرته له دې، چې کوم تغير د هغې په اهتزازاتو کې وارد شي.
- حساسيت: بايد، چې مايکروفون حساس وي. هرکله، چې د صوتي سرچينې څخه په يوه معينه فاصله کې قرار ولري او وکولی شي، چې خپله دنده په ښه توګه سرته ورسوي.
- مايکروفون پرته د خپل نظر وړ صوت څخه بل صوت يعنې اواز توليد نه کړي.
- مايکروفون بايد د استعمال لپاره اسان وي يعنې حجم يې کم وي او په اسانې سره له يو ځای څخه بل ځای ته انتقال شي.
- مايکروفون بايد د حرارت او رطوبت څخه ژر متأثر نه شي او يا په مقناطيسي ساحې بد تأثير ونکړي، چې په ګاونډ کې يې قرار لري.
- مايکروفون بايد وکولی شي، چې صوتي فشارونه وزغمي.

د مايکروفون ډولونه

1. نوار لرونکي مايکروفون

نوموړي مايکروفون له يوې نازکې المونيمې فيتې يعنې کيسټ څخه جوړ شوی، چې ضخامت يې (0,002) انچه وي. نوموړي کيسټ کولی شي په داخل د مقناطيسي ساحه کې په ازادنه ډول حرکت وکړي او د هغې حرکت د وارد شوي صوت په شان وي. په نوموړي کيسټ کې برق توليديږي او دغه برق بيا د امپلي فايرونو په واسطه تقويه او ثبتيږي او بيا د کيبل يا لين له لارې اړوند استيشن ته استول کيږي او له

هغه ځایه براډکاسټ کیږي. ددغه مایکروفون د حساسیت شدت د مقناطیسي ساحې په قدرت او د المونیمي کیستې په ضخامت پوري اړه لري. پردې سربېره ددغه ډول مایکروفون حساسیت د تغیر په حال کې دی یعنې د مایکروفون د سمت په تغیرولو سره کولی شو، چې د هغه حساسیت کم او یا زیات کړو.

ددغه ډول مایکروفونونو حساسیت هغه وخت ډیر لوړیږي، چې صوتي سرچینه د مایکروفون د محور په طرف کې واقع شوي وي. له دې پرته د هغه حساسیت ورو ورو راکمیږي څو، چې صفر ته راټیټ شي. له دغه ډول مایکروفون څخه د راډیو په سټوډیوگانو کې او خصوصاً د ویناوو په ثبتولو او دموسیقي دغلیظو الاتو د ثبت پروخت ورڅخه استفاده کیږي. ددې مایکروفون یو ستر خصوصیت دادی، چې غلیظه نوسانات په ډیره ښه توگه را کاږي همدا علت دی، چې د سټوډیو څخه بهر نه استعمالیږي دا ځکه، چې د هوا فشس او غورس شور او زوږ ځانته راکاږي.

2. ډینامیک یا الکټروډینامیک مایکروفون:

http://www.alumni.ucsd.edu/s/1170/2column-13social.aspx?pgid=2029&gid=1 عکس

نوموړی مایکروفون دیوه پیچې سیم څخه جوړ او دیوې نازکې پردې سره، چې ممبران نومیږي اړیکه لري. نوموړی پیچې سیم کولی شي په ازادانه توگه په دایمي مقناطیسي ساحه کې یعنې مایکروفون کې حرکت وکړي. کله، چې د مایکروفون په مقابل کې صوت تولیدیږي

دممبران پرده په حرکت راولي او پیچي سیم کې هم رنګه برق د نوساناتو تولیدیږي. دغه ډول مایکروفون د نواري مایکروفون په خلاف کولی شي ډې اوازونه راکش کړي. په عموي توګه کله، چې خبرونه د ستوډیو نه بهر براډکاسټ کیږي نو له دغه ډول مایکروفون څخه باید کار واخیستل شي. دا ډول مایکروفون د هوا د فشس څخه نه متأثر کیږي او په دې سربېره د رطوبت او حرارت په مقابل کې شدید مقاومت لري. دا ډول مایکروفون کولی شي، چې صوت له هر طرف څخه راکش کړي. دا ډول خاصیت د نوموړي مایکروفون د عیبونو څخه ګڼل کیږي دا ځکه، چې کله نا کله په راډیو کې د ټولو صوتونو یا اوازونو د اخیستلو لپاره اړتیا نه احساس کیږي (۷۵:۲).

3. **چټک مایکروفون Velocity Microphone**

دا ډېر حساس دی په هغه کې غږ په خپله اصلي بڼه راځي. دا دسندریزو پروګرامونو لپاره ډېر مناسب دی. د نوموړي مایکروفون کاربن ډېر نازک دی ویاند ته پکار ده، چې له نوموړي مایکروفون څخه دوه فوټه لیري وي، چې ډېر ورته نږدې وي د اواز لړزه یې زیاتیږي.

4. **خوځنده مایکروفون Dynamic Microphone**

دا د درندو غږونو لپاره ډېر مناسب دی. دا ډېر نازک او حساس نه وي د هوا څپې او د باد شنیا ډېره نه اخلي بلکې د ویونکي کلمې ډېرې روښانه کوي. په پراخو او عامو

ځايونو کې په هغه ښه ثبت کيږي. د زيات شور او زوږ په وخت کې په سفنج پوښل کيږي.

5. کارډيډربن مايکروفون Corded Ribbon Microphone

په دغه مايکروفون کې غږ تر ليرې مسافو پورې رسيږي. په نوموړي مايکروفون کې لږ شان (سطحي) غبرگون ښکاره کيږي نو له دې کبله هغه د ډېرو موخو لرونکی (کثيرالمقاصد) گڼل کيږي. د مايکروفون پورتنی ډول د هغو دداخلي جوړښت له پلوه دی. د غږ او زاويې له لورې لاندې مايکروفونه مهم دي.

1) يو طرفه مايکروفون Unidirectional Mic

د يو کس د خبرو لپاره ډېر مناسب دی. لکه په ويناوو کې او نورو لپاره.

2) دوه طرفه مايکروفون Bi directional

په دغه مايکروفون دواړو خواو ته خبرې کيدلی شي. د مرکې او دوه اړخيزه خبرو لپاره نوموړی مايکروفون استعماليږي.

3) گڼ لوري مايکروفونMini Directional

نوموړي مايکروفون له هر لوري او هر طرفه اواز راکاږي که د پروگرام د وړاندې کوونکو شمېر زيات وي نو هغه ته څلور خواو ته کيناستلی شي او خبرې کولی شي. د موسيقي غتې ډلې، مذاکراتو، مشاعرو او روانو تبصرو لپاره دا ډېر مناسب دی.

4) لرليد ډوله (دوربين نما) مايکروفون Para bolo Mic

نوموړي مايکروفون له ډېر ليرې څخه اواز راکاږي په دې شرط، چې اواز ورته مخامخ وي. دا په عامه توگه د مطبوعاتي کنفرانس لپاره استعماليږي (۷۸:۲).

6. قلبي مايکروفون

نومړي مايکرفون ددوو مايکروفونو له ترکيب څخه لاسته راغلي. دغه ډول مايکروفون کې هم نوار او هم پيچي سيم موجود دي، چې دواړه په مقناطيسي ساحه کې حرکت کوي. د دا ډول مايکروفونو خاصيت دادی کله، چې د صوت منبع د هغه په مقابل کې واقع وي نو غليظه او رقيق نوسانات په زير او بم ډول راکاږلی شي. يعنې دبم صوتونو د اخيستلو لپاره نوار يعنې کيسټ په فعاليت پيل کوي او د زير صوتونو لپاره پيچي سيم څخه استفاده کيږي او هر کله، چې د صوت منبع له مقابل لوري څخه بل طرف ته تغير وکړي نو فيته له فعاليت څخه لويږي او يوازې پيچي سيم فعاليت کوي نو په دې ترتيب نومړی مايکروفون تر يوې اندازې د بم اواز له اخيستلو عاجز پاتې کيږي. کله، چې خبرنګاران له دغه ډول مايکروفون څخه استفاده کوي بايد هغه خپلې خولې ته نږدې ونيسي، چې د مايکروفون او خولې ترمنځ (۹۰) درجې استعمال لپاره زيات ځايونه لري، چې له هغې جملې څخه د سالونونو نوم اخيستلی شو، چې په هغې کې د صوت انعکاس زيات وي او تمثيل په صحنه کې او په هغو ځايونو کې، چې شور او زوږ زيات وي او د راډيو کارکوونکي ونه غواړي، چې ټول اوازونه د خپلو اوريدونکو غوږونو ته ورسوي. (واحدي نوټ)

7. عاکس مايکروفون

نومړي مايکروفون د يوې فلزي انعکاس لرونکي سطحی څخه جوړ شوی دی، چې اواز په يوه محراق (يوه نقطه) کې راجمع کوي يعنې کله، چې اواز په فلزي کچه

باندې ولړېږي نو منعکس کيږي او په يوه نقطه کې راجمع کيږي نو ددې لپاره دغه ډول مايکاروفون کولی شي، چې اواز له ليرې څخه راکش کړي. ددا ډول مايکروفون د استعمال ځايونه د تمثيل په صحنو کې د ډرام په سټوډيو کې او په راډيويي ډيالوګ کې په کارېږي يعنې په هغو ځايونو کې، چې نور مايکروفونونه نه شي کولی، چې کار وکړي نو له دغه مايکروفون څخه کار اخلي.

8. د مبصرينو مايکرفوون

د نومړی مايکرفون له عمده خصلتونو څخه يو دادی، چې حساسيت يې ډېر خفيف دی يعنې حساسيت يې ډېر کم دی حتی تبصره کوونکی او خبرنګار دواړه هغه خولې ته نږدې نيسي په ځيني حالاتو کې هغه په تنې (ګريوان) او يا د جامو په ټټر کې بندوي څو، چې خولې ته نږدې وي او نه غواړي پرته له خپل اواز څخه بل اواز واوريدل شي نو ددغه ډول مايکروفون څخه استفاده کوي. د نومړي مايکروفون ساختمان د نوار لرونکو مايکرفونو په شان دی. يوازی په دې توپير، چې نوار يعنې کيسټ يې (پنډ) وي او نه شي کولی، چې صادر شوي نوسانات بير ته راواخلي نو دغه ډول مايکروفون يوازې په ويناوو کې د استفادې وړ دی او په نورو ځايونو کې د استفادې وړ نه دی.

http://musickitstore.com/product/singing-machine-smm-205-unidirectional-dynamic-microphone-with-10-ft-cord/ 14عکس

9. ذغالي مايکروفون

دغه مايکروفون د يوې وړوکی (کوچنی) صندوقچې يا خونې څخه عبارت دی، چې د هغې په داخل کې دگرافيک وړې وړې دانې موجودې وي د کوټې خوله په يوه نازکه پرده پوښلي ده. هر کله، چې اواز نوموړي پردې ته ته ورسيږي نو هغه په اهتزاز راځي نو په داخل د مايکروفون کې، چې کوم سکاره موجود دي هغه هم د ځان سره په حرکت راولي اود گرافيکو يعنې سکرو دانې په دې وخت کې يو او بل ته سره نږدې او ليرې کيږي په نتيجه کې دغه نږدې والی او ليرې والی د گرافيکو يعنې سکرو يو متحرک د برق جريان رامنځته کوي، چې د هغې جريان تغير په کامله توگه د صوت د حرکاتو سره متناسب وارديږي نو په دې صورت کې نوموړی مايکروفون صوتي امواج په برقي امواجو بدلوي. د دا ډول مايکروفونو استعمال ځايونه، تليفونونه، او راډيويي سټوډيوگانې دي.

په راډيو کې ثبت کول

د اواز ثبتونې دستگاه ډولونه

١. هغه دستگاوی، چې پرهغې باندې اواز د ريکارډونو په واسطه ثبت کيږي.

٢. هغه دستگاوی، چې پر هغې کې مقناطيسي نوارونه يعنې کيسټې موجودې وي.

٣. د ثبت دستگاه د نور په طريقه

http://radiobrasilfm2011.webnode.com.br/album/fotos-15da-radio/radio-studio-jpg/ عکس

۱- هغه دستګاه په کومه کې، چې د ريکاډرونو په واسطه اواز ثبت کيږي. نومورې دستګاه د پخوانيو دستګاوو څخه دی، چې پر هغې وخت کې بشر وکړی شول، چې اواز پر هغې باندې ثبت او خفظ کړي. نومورې دستګاه د يو ستر کيف څخه، چې د هغې پر داخل کې يوه نازکه پرده موجوده ده. نومورې پرده د يوې ستنې سره اړيکه لري، چې ديوې استوانې پرمخ پر هغې ريکارډې ستن، چې د مخصوصو موادو څخه جوړې شوې دی حرکت کوي او نومورې ستن کولی شي، چې د استوانې له ټولو نقطو سره تماس پيدا کړي.

د نومورې دستګاه په واسطه به اواز ثبت کيده. د کيف غړې يعنې خوله به په ليږنو ژاولنو موادو ککړه وه. اواز به په داخل د کيف کې تاويده هغه پرده، چې دکيف په وروستې برخه کې يې موقعيت درلود په حرکت راتلله. نومورې پرده، چې د ستنې سره وصل شوې وه ستن به يې په حرکت راوستله دا، چې استوانه يا ريکارډ له نسبتاً نرمو موادو څخه جوړه شوې وه او نومورې دانه دار خط به وروکې او يا غټ اواز منځ ته راوړ. کله به، چې ستن ددوهم ځل لپاره يعنې د اوريدلو په منظور پر نومورو

خطوطو باندې کيښودل شوه او حرکت به ورکړ شو نو ستن به په لړزه يعنې ريږديدو راتلله او اواز به يې توليداوه.

نوموړی اواز په اصل کې د لومړي اواز په شان وه. نوموړي دستګاه په لومړيو کې پرته له مايکروفون څخه وه او اواز به يې د کيف د غاړې له لورې ثبت کاوه. استوانه يي ريګاډر ته به يې په لاس حرکت ورکاوه. د وخت په تيريدو سره مايکروفون پيدا او د نوموړي دستګاه سره وصل شوه او اواز به د مايکرفون په واسطه ثبت کيده او استوانه هم د برق په واسطه څرخيده.

لومړی برخه دغه برخه له هغې څخه عبارت ده، چې د فيتې يعنې کيستې د حرکت لپاره ورڅخه کار اخيستل کيږي.

دوهمه برخه امپلي فاير ده، چې د صوت يا اواز د تقويې لپاره ورڅخه کار اخيستل کيږي.

دريمه برخه هيډ ده، چې د ثبت لپاره ورڅخه کار اخيستل کيږي، چې په مختلفو ريکارډونو کې مختلف وي. د سټوډيو په ټيپ ريکارډر کې درې ډوله هيډونه موجود وي: **د نشر هيډ، د ثبت هيډ،** او **هيډ پاک** په نومونو ياديږي.

۱- د ثبت هيډ: هغه هيډ دی، چې اواز په مقناطيسي فيتې باندې ثبت کوي.

۲- د نشر هيډ: هغه هيډ دی، چې ثبت شوی اواز د فيتې پرمخ په برقي امواجو بدلوي او امپلي فاير ته يې استوي څو پرهغې ځای کې تقويه شوي او د لوډ سپيکر له لارې د اورديدلو وړ وګرځي.

۳- هيډ پاک: په هيډ پاک باندې برقي نوسانات له (٦٠) کالوري څخه لوړ شامل دی او په کيسټ باندې مخکې د صوت په عوض ثبت کيږي. داچې د هغې د

نوساناتو تعداد لوړ دی دا د انسان د اوریدلو د له معیار څخه بهر دی یعنې انسان د هغې د اوریدلو توان نه لري او فیته ورته سپینه (تشه) یعنې پاکه ښکاریږي.

پخوا خلکو د الکترونکي هیډ پاک په عوض له دایمي مقناطیس څخه استفاده کوله. د ثبت پروخت کې به يې، چې غوښتل د مخکې اواز پرځای بل اواز ثبت کړي نو لومړی به یې اواز پاکاوه او بیا وروسته به یې د ثبت له هید پاک څخه تیریدله او نوی اواز به وربانديې ثبت کیده.

مقناطیسي فیته

د ثبت په عملیه کې کله، چې صوتي فیته په انرژي بدله شي نو مقناطیسي ساحه ایجادوي، چې د نوموړي مقناطیسي ساحې اهتزازات بېرته یعنې ددويم ځل لپاره په برقي انرژي بدلوي. کله، چې فیته یعنې کیسټ د اوسپنې د اکسایډو په وړو وړو زراتو د هیډ له مقابل لوري تیریږي د اوسپنې د اکسایډو هر زره د یوه مستقل مقناطیس بڼه ځانته غوره کوي او د مقناطیسې ساحو لرونکي کیږي اوس که بېرته دغه وړې مقناطیسي زرې د نشر له هیډ څخه تېر شي، په نوموړي پیچي سیم کې وړوکی برق تولیدیږي، امپلي فایر یې تقویه کوي او د لوډ سپیکر پرده په حرکت راولي نو په دې صورت کې کولی شو، چې ثبت شوی اواز بېرته واورو.

د فیتې طول او عرض

زیاتره فیتې عموماً 6mm عرض لرونکي وي. د ستوډیو د فیتې طول او عرض عموماً توپیر لري موږ درې ډوله فیتې یا کیستې د هغې طول او عرض له نظره پیژنو:

- 1200 ft فوټه طول لرونکي فیتې
- 2400 ft فوټه طول لرونکي فیتې
- 4800 ft فوټه طول لرونکي فیتې

د ثبت په وخت کې د فیتې سرعت او حرکت

د فیتې سرعت او حرکت د هیډونو په مقابل کې او دټېپ ریکارډونو په نوعیت کې اختلاف لرونکي دي یعنې په ځینو ټېپ ریکارډونو کې ددوه یا درې مختلفو سرعتونو لرونکي وي. هرڅومره، چې د فیتې سرعت په ټېپ ریکارډونو او فیته کې زیات وي په هماغه اندازه ثبت په ښه وجه صورت مومي او صوت طبیعي راځي. د یادولو وړ ده، چې هر ټېپ ریکارډر د یو ډول معیاري سرعت لرونکي وي.

په فلمونو باندې د اواز ثبت

په فلمونو باندې د اواز ثبت په دوو اساسي طریقو صورت مومي:

1. په مقناطیسي طریقه
2. په نوري طریقه

په مقناطیسي طریقه د اواز ثبت

په هغو فلمونو کې، چې اواز په مقناطیسي طریقه ثبتېږي په هغو کې د سوریو شوو غاړو مقناطیسي مواد لکه د اوسپنې اکسایډ ځای پر ځای شوي او نوموړي مواد د ټېپ ریکارډر په فیته باندې سرېښ شوي وي. اواز د هیډ په واسطه ورباندې او په سینمایي ماشینونو کې، چې فلمونه د استفادې وړ ګرځوي هم د ټېپ ریکارډر په شان یو هیډ وجود لري، چې دا کولی شي ثبت شوی اواز د برق په جریان تبدیل کړي. کله، چې په امپلي فایر کې تقویه شي نو لودسپیکر ته یې ورکوي د دا ډول فلمونو مسلسل او دوامدار استعمال ددې سبب ګرځي، چې داوسپنې اکسایډو زرې وتکیږي او دویم ځل ورڅخه ګټه وانه خستل شي.

د رڼا په طريقه د اواز ثبت

په نوموړي طريقه کې هم هماغه بې سوريو غاړو اواز په فلم باندې د نور په واسطه ثبتېږي په دا ډول ثبت کې د اوسپنې اکسايډو زورته اړتيا نه ليدل کيږي بلکې دلته نور دفيتې پرغاړو باندې لگيږي، چې نوموړی نور د نوساناتو لرونکی دی لکه د اواز د نوساناتو په شان هغه اواز، چې په مايکروفون کې په برق بدل شوی وي.

په فلم کې اواز د نور په واسطه په دريو طريقو ثبتېږي

۱. په لومړی طريقه کې برقي نوسانات، چې د صوت په اثر په مايکروفون کې منځ ته راغلي او د امپلي فاير په واسطه په کافي اندازه تقويه شوي وړو کې څراغ روښانه کوي او د نوموړي څراغ روښنايي لکه د برق د نوساناتو په شان کاملاً ورسره مشابه توليد شوي وي دا کم او زياتيږي او د نوموړي څراغ نور له يوې عدسيې له خلا يعنې (تشې)، چې د (لامه) د عديسې په نوم ياديږي او دفلم غاړې ته راځي او په فلم باندې لويږي په داسې حال کې، چې فلم ومينځل شي نو خوړلي او تړوکيدلي ځايونه، چې عموماً خطي بڼه لري، چې د نوموړي مختلفې نقطې، چې د هغې شدت او ضعف وارد شوي نور سره توپير لري ښکاريږي، چې همدغه خط په حقيقت کې ثبت شوی اواز دی.

۲. په دويمه طريقه کې له څراغ څخه گټه اخيستل کيږي، چې د ثابت نور لرونکي وي ولی د نوموړي څراغ مخ ته يوه ژی يعنې غاړه وجود لري، چې د متحرکې پردې لرونکي ده. هغه برق، د مايکروفون د اواز په اثر توليد شوی ده او د امپلي فاير په واسطه په کافي اندازه تقويه کيږي کولی شي، چې نوموړي پردې يو له بل څخه ليرې او نږدې کړي. په نتيجه کې د نوموړي څراغ نور له ژی يا غاړې څخه په نوساني بڼه وځي او د لامې د عديسې له خاليگاه يا تشې څخه په هغه فلم کې،

چې د هغې په مقابل کې په حرکت لويږي. په نوموړي طريقه کې د صوت مسير په فلم کې عبارت له يو خط څخه دې، چې ټولي نقطې يې په خپل ذات کې يو شان نه دي. په پورتنی طريقه کې د صوت لاره د فلم د صوت مغير کثافت مسير يا لادې (variable density sand trod) په نوم ياديږي.

۳. هغه برق، چې د صوت په اثر په مايکروفون کې توليد شوي ده او د امپلي فاير په واسطه په کافي اندازه تقويه کيږي د يوه ګالونو متر څخه، چې ديوې ښيښې لرونکی دی تيريږي.

د نوموړي ګالونومتر ښيښه د وارد شوي برق له شدت لږ يا زيات انحراف کوي، له بلې خوا له يوې ثابتې سرچينې څخه ثابت نور پر ښيښه باندې لويږي، چې ائينه يا ښيښه په خپل وار سره هغه په فلم باندې منعکس کوي. د آينې يا ښيښې د انحراف په اثر د صوت په مسير کې په فلم باندې تغير وارديږي، چې د مسير په دغې طريقې کې صوت د متغيرالمساحت باندې د صوت د مسير variable area smatraek په نوم ياديږي. که د صوت مسير په فلم کې د متغير کثافت لرونکی وي او يا په فلمونو کې، چې دې په دې بڼه، چې فلم د سينما په ماشين کې د يوې استوانې دپاسه، چې د صوت استوانې يا د (sound dram) په نوم ياديږي.

په دغې استوانه کې يوه تنګه ژبۍ يعنې غاړه وجود لري، چې د صوت مسير يا دصوت ثبت شوي ځايونه له هغې تيريږي. د نوموړي استوانې شاته وړوکې څراغ وجود لري، چې له هغې څخه ثابت مشابه يعنې ورته نور، چې خورا حساس دی (photo electric cell) په نوم يادېږي ورباندې لويږي، چې په هغې کې په متحرک جريان

بدليږي وروسته په امپلي فاير کې تقويه کيږي، لوډسپيکر ته رسيږي او په اواز بدليږي (۲۸:۳).

په سټوډيو کې د موجودو عواملو د اړيکو بررسي

په سټوډيو کې د خپرونې جوړنکی د عواملو سره په لاندې ډول اړيکه کې وي:

1. د اواز اخيستونکی
2. وياند
3. د جوړونکې مرستيال
4. د اړتيا پربنياد مختلف عوامل

په سټوډيو کې د موجودو عواملو د هر يو مسؤوليت او دندې په لاندې ډول دي:

الف: د توليد په مرحله کې په سټوډيو کې د اواز ثبتوونکي دندې:

د اواز ثبتوونکي يو واحد فني نماينده دی، چې د سټوډيو ټول افزار دده په تحويل يعنې واک کې دي. د يوه توليدونکي ټيم په عنوان د تهيه کوونکي له نظره او هدايت سره سم په مقناطيسي کيسټ يا نوار پرمخ په انالوگ سيستم د کمپيوټر (د هارډ/سافټ/لاستي) يا د ديجيتال سيستم کې په لنډه لوحه باندې ثبت کړي او يا په مستقيمه بڼه خپور کړي.

د اواز اخيستونکي بايد د سټوډيو پر ټولو وسايلو او تجهيزاتو باندې د کامل تسلط په صورت کې د خپرونې د تهيه کوونکي د کامل اطاعت سره د اواز د خپريدو او ثبت طريقه په ډېره ښه توگه سرته ورسوي د صوت يعنې اواز د ميز اندازه کول، د مناسب مايکروفون ځای پر ځای کول استوانه کول يا تاوول او د استوارونو هم غږې د ستندرد موسيقي داخلول او خروج يعنې داخليدل او وتل او د اوازونو درست او صحي

مکس کول د اواز د ثبتونکي يعنې سونډمېن د مهمو دندو څخه دي. دا ځکه چې ډېر ښه د اجرا مرحلې ته ورسيږي او اصلي خپرونې ته کوم زيان ونه رسوي.
د خپرونې تهيه کوونکی د پروژې د اصلي مدير په عنوان د اواز ثبتوونکی د کړنو منل او يا هم ردول په دغې مرحله کې، چې ذکر شوه عام او تام مسؤوليت په غاړه لري.
د اواز پر فنونو باندې د اواز د ثبتوونکي دنه تسلط په لرلو کې او د اواز د ثبتونکي صحي کړنه د تهيه کوونکي د مسؤوليت د سلب کيدو باعث نه ګرځي.
ب: په سټوډيو کې د توليد په مرحله کې د وياند دندې
په سټوډيو کې يو بل موجود عامل وياند دی. وياند د يوې خپرونې اصلي تابلو ګڼل کيږي، دا ځکه چې د اړيکو بار يا پيټی هم د همده په غاړه دی نو په دې اساس د وياند او تهيه کوونکي د اړيکو د ټينګولو د پيغام د انتقال په کار کې خورا مهم او تأثير غورځوونکی ده. د خپرونې تهيه کوونکی بايد په زيات تعامل سره د خپرونې د ثبت او خپريدو نه مخکې د وياند سره (پرته له خاصو جزئياتو نه) نور د خپرونې ټول اړخونه د وياند سره شريکوي او د ليکل شوي متن ټکسټ د ليکوال په واسطه د وياند په واک کې ورکوي او د وياند په تمرين باندې بايد څارنه ولري. وياند مؤظف دی، چې د خپرونې د سريع يعنې چټک متن لوستلو په صورت کې او هغو مواردو ته، چې په متن کې ورته پاملرنه نده شوي عبارت دي له:

- د خپرونې په لوستلو کې ناتوانايي د نادرست او بد ټيپ کولو په دليل
- د خپرونې د محتوا او معنا څخه درکْ نه لري
- د متن د لوستلو لپاره د صحيح او مناسب لحن نه لرل

- په متن کې د اينبودل شوو نښو يا علامو نه مراعت کول لکه د دال علامې يا نښې د موسيقي په ورود او دخول کې ددوو يا څو وياندويانو لپاره د متن تفکيک او ... نور موارد لکه د اهنگ ريتم د مطالبو لوستل د متن د لوستلو سرعت د خپرونې د محتوا سره هم غږي وي او وياند په دې برخه کې بايد د تهيه کوونکي سره هر اړخيزه همکاري وکړي. همدارنگه وياند مؤظف دی، چې د تهيه کوونکي زياته همکاري د مفهوم د درست او صحي انتقال په اړه د ليکوال د نظر سره سم سرته ورسوي. هغه په ژوندی خپرونه کې او په ځيني اړينو وختونو کې په توليدي خپرونه کې هغه ځايونه، چې د خپرونې په متن کې د کلام د پيوند او موسيقي لپاره مشخص شوي دي. د معياري نښو يا علامو سره د اواز ثبت کوونکي ته خبر ورکړي. (سره له دې چې د متن يوه نسخه چې په نښو او علامو باندې سمبال شوي وي) د اواز د ثبت کوونکي مخې ته هم پرته يا ايښې وي.
- د خپرونې تهيه کوونکی د پروژې د مدير په عنوان د مخکې ويل شو او ټولو مراحلو کامل مسؤوليت په غاړه لري او د لوستل شوي متن د منلو او ادا کولو حال ته راوستل د تهيه کوونکي په غاړه دي او وياند مؤظف دی، چې په دې برخه کې د خپرونې د برابرونکي د نظر سره سم عمل وکړي. سره له دې، چې د کلماتو نادرست اداکول او يا د مناسب لحن ادا کول او يا د متن په لوستلو کې د نامناسب سرعت او يا د کلي اهنگ ريتم د وياند په غاړه دي ولې د تهيه کوونکي د مسؤليت د سلب باعث نه گرځي او په نهايت کې وياند دی، چې اړوندو مراجعو ته ځواب ورکوونکی دی (۱۵:۴).

ج: په سټوډيو کې د توليد مرحله کې د تهيه کوونکي د مرستيال دندې:

ټول هغه کارکوونکی، چې د راډيويي خپرونو د توليد کوونکي په عنوان استخدام کيږي ورته پکار دی، چې حداقل دوه يا درې کاله يې د تهيه کوونکي په صفت دنده سرته رسولي وي، د تهيه کوونکي مرستيال په دغې وخت کې مؤظف دی، چې د يوه باتجربه تهيه کوونکي په شان د خپرونې ټول مراحل قدم په قدم له هدايت سره سم تعقيب کړي.

د تهيه کوونکي مرستيال مؤظف دی، چې ټول متنونه د ليکوال څخه ترلاسه کړي، چې نوموړي کاپي نظر په ځينو د لايلو باندې د تهيه کوونکي د تشخيص لپاره اړتيا لري او د اړتيا وړ کسټونو اخيستل له ارشيف څخه او د مرستيال حضور او له تهيه کوونکي سره يې همکاري په ټولو مراحلو کې، چې هغه ثبت او خپريدل دي پکار دي.

تهيه کوونکی کولی شي د يوې خپرونې د جوړونې د فعاليتونو يوه برخه د سټوډيو په داخل او يا له سټوډيو نه بهر خپل مرستيال ته ورکړي ولې دا سپارل د خپرونې د جوړونکي د مسوؤليت د سلب کولو باعث نه گرځي.

د يادولو وړ ده د تهيه کوونکي مرستيالان په ځانگړو شرايطو کې د لوړ مقام په نظر (د شبکې مدير يا د اواز اخيستلو مرستيال يا عمومي مدير او ...) کولی شي د تهيه کوونکي د دندې د سرته رسولو باندې لاس پوري کړي او په دې صورت کې ټول مسوؤليتونه، چې د تهيه کوونکي په مورد کې عنوان شوي د تهيه کوونکي له مرستيال څخه يې هم انتظار کيږي.

د: په سټوډيو کې د توليد په مرحله کې د مختلفو عواملو دندې

د اړينو عواملو پرته ويلی شو په ځينو مواردو کې په ځانګړي توګه په ژوندۍ خپرونه کې نور عوامل لکه د خپرونې هم غړي يا د خپرونې د ليکلو هم غړي يا د خپرونې کارپوهه او ... د مسوؤليتونو د سرته رسولو لپاره لکه د هم غړی رامنځ ته کول د خپرونې د ميلمنو سره يا د خپرونې د اړتيا وړ فوري مطالبو ليکل يا په داخل د سټوډيو کې د ځيني مواردو علمي او دقيقه توضيح هر يو بايد خپلې ټولې دندې د خپرونې د جوړونې تر رهبري او کنټرول لاندې سرته ورسوي.

موږ په دې برخه کې يوازې د تهيه کوونکي دندې د راډيويي خپرونو د توليد د مدير په عنوان ورته اشاره کوو نو په دې بنا طبيعي ده، چې د تهيه کوونکي د حرفوي او هنري دندې پر خوا کې لکه د موسيقي د غوراوي ځرنګوالی او د هغې مکس د کلام له افکټ څخه او ... دا پريږدو دا ځکه چې ددغې رسالې په اوږدو کې مو د تهيه کوونکي خدمات په مفصل ډول ارايه کړي دي. دا چې د هغې د بيا يادونې لپاره اړتيا ده کولی شو مراجعه ورته وکړو (۱۳:۵).

د راډيو فني کارکوونکي

يو راډيويي پروګرام له بېلا بيلو لاسونو، د ماغونو او ماشينونو څخه تر تيريدو وروسته اوريدو ته تياريږي تر موږ پوري ديوغږ د رسيدو د پاره په درجنونو افراد، ماشنونه او کمپوټر کار کوي. د راډيو مهم وسايل په دې ډول دي:

1. سټوډيو
2. کنټرول خونه
3. ماستر کنټرول روم
4. ترانسميټر

5. ريکارډنگ
6. ايډيټنګ
7. ډبنګ

لنډيز

د راډيويي پروګرامونو د جوړولو او د هغې د برابرولو له پاره يو داسې ځای ته اړتيا شته چې هلته د راډيو پروګرامونه په ښه توګه برابر شي او په هغې کې ډېر مهم کار د غږ کارول دي تر څو غږ او د هغې د خپرېدو کچه د خپرونو او د پروګرامونو سره عياره وي.

هره سټوډيو د هغې د خپرونې د ډول سره بايد سمون ولري په ځينو سټوډيوګانو کې زيات اواز يعنې غږ ته اړتيا نه وي ، هغې ته مړه سټوډيو وايي ، سټوډيو بايد د ګډونوالو د تعداد په اندازه جوړه شي تر څو د غږ راغبرګون کچه په ښه توګه کنټرول شي.

د سټوډيو په ديوالونو او ځمکه باندې د اواز د جذب مواد ګډ شي تر څو بهرني اوازونه جذب کړي او پرې نږدي چې نور غږونه سټوډيو ته ور داخل شي. په سټوډيو کې د ثبت مهم وسايل لکه ټيپ ريکارډر، مايکونو تر څنګ مختلف ډوله فيتو يا کيسټونو ته هم اړتيا ده.

او د رڼا سيستم او ارامې فضا ته هم اړتيا ده تر څو پروګرام په لوړ کيفيت سره ثبت شي.

تمريني پوښتنې

۱- راډيويي سټوډيوګانې بايد د کومو ځانګړنو لرونکې وي؟
۲- که راډيويي سټوډيوګانې په مسلکي ډول جوړې نه شي، څه کېږي؟
۳- د اساسي او مسلکي سټوډيوګانو لرل، په راډيويي خپرونو څه اغېز لرلی شي؟

مأخذونه

۱- احمدزی، اميرجان وحيد. (۱۳۹۰). راډيو ژورناليزم. دانش خپرندويه ټولنې تخينکي ځانګه، پيښور.

۲- حبيب، ليلی. (۱۳۹۰). توليد برنامه های راديو پوهنتون بلخ ديپارتمنت راديو تلويزيون.

۳- حيدری، ذبيح الله. (۱۳۹۰). کاربرد ژانرهای اطلاعی در راديو. مطبعه عازم کابل.

۴- ستانکزی، محمد عيسی. (۱۳۸٦). راديو پروګرامونه دانش خپرندويه ټولنه پيښور.

۵- فانوس، مير عبدالعزيز. (۱۳۹۰). ازخبر تا نظر. مطبعه عازم کابل.

٦- نوربخش، محمدعظيم. (۱۳۸٦). راديو ديجيتال برودکاستنګ تکنالوژی (تخينک راديو). پوهنتون کابل ديپارتمنت راديو تلويزيون.

۷- وجدی، عبدالجليل. (۱۳۸۷). د جنګ نظر نړی. کاروان مطبعه کابل.

څلورم فصل

د راډيويي خپرونو توليد

سريزه

دا چې وکولی شو د يوې خپرونې د جوړونې او برابرولو په لار کې قدم پورته کړو ، نو په کار دی ، چې په ځير سره وګورو د يوې خپرونې د ديد زاويې د پراختيا لزوم دی ، چې يوازې له يوې زاويې څخه موضوع ته وګورو ، دا ځکه ، چې موږ غواړو د خپرونې جوړونه واوربدلی شو ، نه غواړو ، چې خپرونه توليد کړو ، چې يوازې موږ له هغې څخه خوند واخلو ، بلکې غواړو يوه داسې خپرونه توليد کړو ، چې بې شميره زيات مخاطبان راجذب کړی شي.

هغه مخاطبان ، چې هغوی نه يوازې دا چې اوربدونکي وي ، بلکې هغوی بايد غوږ ونيسي او عمل وکړي . د يوې راډيويي خپرونې توليد د هغې د لارې د غوره کولو په منظور د موخې پېژندلو لومړنی ګام د کاميابي له پاره په توليد کې دی.

موخه يې د مختلفو چوکاټونو ايډياوو په چوکاټ کې د توليدوونکو په وسيله توسعه مومي او د يوه منطقي اثر په صورت په دغې مجموعه کې شاميلېږي او ارزانه او په زړه پورې وي ، هغمې او ويناوې ، د راډيويي خپورنې په صورت کې هر هغه څه چې د راډيو له فرستندې څخه خپرېږي او د راډويو د اخذې په واسطه بيرته راخيستل کيږي او اورېدل کيږي راډيويي خپرونې ورته وايي.

يا په بل عبارت له راټول شويو اوازونو څخه، چې په يو ډول برابر او وړاندې شي تر څو وکولای شي اورېدونکي ته يو ځانګړې فکر او احساس ورسوي . دا د يوې

راډيويي خپروني نهايي جوړښت دی او بڼه دی ، چې دا په واقعيت کې بهترينه او مناسب ترينه طرحه ده ، چې غوره کوي يې تر څو ستاسې د نظر وړ محتوا مو د هغې سره تطبيق کړې وي.

د راډيويي خپرونو توليد

http://www.mcrfb.com/?p=522

راډيويي خپروني کيدای شي په ورځني ژوند کې هر چا اوريدلي وي او ددې په خوا کې که راډيو يې نه وي اوريدلي نو خامخا به يې تلويزيوني خپروني ليدلي وي، ډېرو لږو کسانو کيدای شي په دې فکر کړی وي، چې يوه راډيويي يا تلويزيوني خپرونه څه ډول جوړيږي اويوه خپرونه له کومو مرحلو تېريژي څو د يوې خپروني بڼه غوره کړي. د هر کار د سرته رسولو لپاره ځانته لارې او طريقې دي، چې په سم ډول د نوموړو طريقو په کارونه انسان خپلو تاکلو موخوته په خورا اسانۍ سره رسوی، پرمخ کې پرته لاره ورته هواروي او کيفيت يې لوړوي او په تنيجه کې پيژندنه مراعات او د نوموړو اصولو بڼه پکار وړ نه د دندې توفيق تنظيموي. د ډليپزو رسنيو پکار وړنه په ځانګړي توګه راډيو او تلويزيون اړين دي د هر اقدام څخه تر مخه؛ د اصولو او قواعدو څخه بهرمند شي مکرراً د ازمايښت په بوتې کې تر ازمايښت لاندې نيول شوي وي او د هغې صحت ثابت شوی وي.

دا چې وکولی شو د خپرونې په جوړونه کې پل اوچت کړو، پکار ده، چې په ځیره سره یې وګورو. د یوې خپرونې د دید د زاویې د پراختیا لزوم دي چې یوازې له یوې زاویې څخه موضوع ته وګورو؛ دا ځکه، چې نه یواځې موږ غواړو د خپرونې جوړونه واوریدلی شو. نه غواړو، چې خپرونه تولید کړو،چې یوازې موږ له هغې څخه خوند واخلو، بلکې غواړو یوه داسې خپرونه تولید کړو، چې بې شمېره مخاطبان راجذب کړی شي. هغه مخاطبان، چې هغوی نه یوازې دا چې اوریدونکي وي، بلکې هغوی باید غوړ ونیسي، عمل وکړي او شاید تګ، لیکل او ... هغوی د هغې خپرونې تر تاثیر لاندې راشي. د راډیويي خپرونو د تولید او جوړولو اصلي مرحلې کولی شو په لاندې ډول خلاصه کړو:

- د خپرونې موخه (ایډیا او موضوع)
- د خپرونې په اړه ځیړنه
- د خپرونې ډول ته پاملرنه او د هغې تناسب د (راډیو) پوسیله
- د خپرونې طرحه
- فني او مالي براورد
- تمرین او امادګي ثبت
- او اجرا
- بیا اوریدل او څارنه

د خپرونې موخه (ایډیا او موضوع)

د راډیويي خپرونې جوړونه په خپله ساده بڼه کې د ټاکلي وخت په محدوده کې ځانګړې شوي موخې ته د رسیدو لپاره د مناسبو موادو له اړیکو څخه عبارت ده. د

او پخپله موخه عبارت ده د یوې راډیويي خپرونې د جوړنې د نیت په منظور او یا معین پیغام د اوریدونکو د ځانګړي ګروپ لپاره، پرته له شک څخه هره راډیويي خپرونه او یا معینه موخه طراحي کیږي، چې بیا وروسته له جوړیدو او تدوین څخه په کامل او ډلیز صورت سره وړاندې کیږي.

1. د ډله ییزو اړیکو په هر تم ځای کې موخې کاملاً ځانګړی دي، په هغو سازمانونو کې، چې ډله ییزه وسایل پر خپل واک کې لري د مسوولیت تر پولې د یوې خپرونې په جوړونه او مصرف کې موثر عناصرو د خپلې تاقت او موخو څخه باید خبرتیا ولري. تولیدونکي له هغه لومړنیو کسانو څخه دي، چې باید د موخو څخه باخبر وي په واقعیت کې د تولیدونکي مسوولیت د موخو پر اساس او د هغې دندې په تناسب، چې په غاړه یې لري له نورو څخه دروند دی.

2. د یوې راډیويي خپرونې تولید د هغې د لارې د غوره کولو په خاطر د موخې پیژندلو لومړنی ګام د کامیابی لپاره په تولید کې دي. موخه د مختلفو ایډیاو په قالب کې د تولید کوونکي پوسیله توسعه مومي او د یو منطقي اثر په صورت کې، په دغو مجموعو کې شاملیږي: اوازونه، په زړه پوري وي نغمې او ویناوې، د راډیويي خپرونې په صورت کې وړاندې کیږي. په لاندې معیارونو سره کولی شو مختلفې ایډیاوې د موخو په برخه کې اټکل کړو:

3. ایا ایډیا په کافي اندازه ګټوره، په زړه پوري او هیجاني ده؟

4. د ایډیا محرکه نیرو (قوت) څه شی دی؟

5. ایا ایډیا د راډیويي خپرونې په چوکاټ کې د اوریدونکي لپاره د پیدا کیدو وړ ده؟

6. د نوموړي خپرونې اوریدونکي د ټولنې د کوم قشر څخه دي او څه غوښتنې لري؟

7. د اوریدونکي د کړنو، عقیدې او په وزګار وخت کې څه انتظار او څه ځانګړتیا لري؟

8. ایا د اوریدونکو تعداد هغومره دی، چې د یوې راډیويي خپرونې له لارې د هغوی لپاره خپرونه وړاندې شي؟ په واقعیت کې اډیاګانې د مختلفو موضوعاتو وړوکي برخه دی، چې انسان د هغې سره سروکار لري.ایډیاګانې اساساً د مختلفو موضوعاتو څخه اخیستل شوي په راډیويي خپرونو کې په درې ډوله دي:

9. واقعي ایډیاوې (دملموسو او واقعي موضوعاتو څخه)

10. تخیلي ایډیاوې (دخیالي موضوعاتو او عاطفي باورونو څخه)

11. تفسیري ایډیاوې (له سیاسي موضوعاتو او اعتقادي او کله له اجتماعي څخه)

12. له بل طرفه ددې لپاره، چې ایډیاوې وکولی شي توفیق ته ورسیږي نو د اصولو پربنسټ باید غوره شوي وي. د نوموړو اصولو مهمې څانګې عبارت دي له:

13. تخیل پیداکوونکي ایډیا، چې د اوریدونکو پام یې ځانته راګرځولی

الف - د خلکو په باورونو او ارزښتونو باندې متکي وي؛

ب - د هغې بڼه (شکل) د راډیو له فني او هنري امکاناتو سره اړخ ولګوي

ج - د خلکو د غوښتنو پراساس وي

هر هغه څه، چې وویل شول ایډیا عبارت دی د فکر د قصور څخه، چې د یوې خپرونې د جوړونکي له خوا غوره کیږي او داسې ښکاري، چې کولی شي د یوې په زړه پوري او د اوریدلو وړ راډیویي خپرونې په صورت کې رامنځ ته شي.

د راډیویي ایډیاو د غوره کولو د بریا په منظور د خپرونې جوړونکی د باور وړ نورو ټکو ته اړتیا لري، چې له هغه سره د خپرونې جوړونې په معقوله کې مرسته کوي. د یوې خپرونې د موخې او تدوین په تعینولو کې مختلف عوامل موجود دي، چې دلته د هغو څخه یادونه کوو:

- د خپرونې موخه باید ځانګړې او روښانه وي
- راډیویي خپرونه باید د لاس رسی وړ وي (ارماني او له لاس رسي نه لیرې نه وي)
- ریښتنې وي
- د منلو وړ او ښکلي وي
- د وخت محدوده ولري
- موخه د خپرونې د جوړونې اندازه ځانګړی کوي او د خپرونې د جوړونکې فعالیت د هغې پراساس متمرکز کیږي او بڼه نیسي
- د خپرونې موخې اجتماعي ساحه، فرهنګي، اقتصادي ساحې تر تاثیر لاندې دي. همدارنګه د هغې تأثیر د یوې بې پرې خپرونې جوړونکي له نظره په ساحي باندې هم اثر غورځوي (۱۱۱:۱).

د خپرونې په اړه څېړنه

د یوې راډیویي خپرونې د منځ ته راتلو عمده حرکتونه څېړنه ده، چې باید د خپرونې د جوړونکي د پاملرنې وړ وګرځي. په خلاصه توګه څېړنه عبارت ده د پوښتنو، پلټنو، او د پوښتنو د طرحې او د هغو ځوابونو پیدا کول، چې ناپیژنده پاتې وي. هر څوک، چې دغه پلټنې سرته رسوي د څېړندوی په نامه یادیږي کیدی شي پخپله تولیدونکی وي او یا بل څوک هر هغه عامل، چې وکولی شي د مجهول په پیژندنه کې مرسته وکړي؛ د څېړنې سرچینه کیدی شي په لاندې ډول یې خلاصه کړو: کتابونه او څېړنیز موسسات، پوهنتونونه، ارشیفونه، فلم او اواز، کارخانې، وزارت خانې، فرهنګي مرکزونه، دیني مرکزونه، د څېړنو او اعماري مرکزونه، نګارستانونه، او با خبره اشخاص.

- د ژبې په مورد کې بررسي او څېړنه، د بیان طریقه او د مفاهیمو وړاندې کول.
- دقیق ځواب لاسته راوړل د هغو مسایلو، چې په خپرونه کې مطرح کیږي.
- پیژندل او حذف کول د هر هغه څیز، چې غیر علمي او غیر دقیق وي.
- د څېړنې د سرچینې له اعتبار نه کامل اطمینان.
- د مختلفو اطلاعاتو راجمع کول د واحدې موضوع په اړه او د هغو ترمنځ پرتلنه او د سم مطلب غوره کول او تاریخي مسایلو په سم بیان کې وسواس او دقت او هر هغه څه، چې د مختلفو اسنادو پراساس وي.
- د هغو سرچینو څخه پرهېز، چې د ټولنې اساسي ارزښتونو ته احترام نه لري.

د وسیلې غوره کول

د څېړنې تر مرحلې وروسته او د مطرح شوو ایډیاو توفیق او اصول، باید بررسي کړو هر هغه څه، چې غواړو وړاندې یې کړو د یوې راډیویي خپرونې په قالب کې د هرې

بلې وسيلې څخه به يې اثر او تأثير زيات وي. د راډيويي خپرونو يو زيات تعداد د نومورې مرحلې د څېړنې څخه مخکې په نظر کې نيسي او معتقد دي، چې مطرح شوي ايډيا بايد کاملاً د وسيلې سره تناسب ولري. په دې اساس راډيويي ايډيا بايد په داسې بڼه غوره شي، چې هيڅ بله وسيله ونه شي کړی د هغې ځای ونيسي.

د خپرونې طرح

په دغې مرحله کې لازمه ده، چې د يوې خپرونې چوکاټ او لاره مشخصه کړو، د سارې په توګه خپرونه ساده وينا ده او يا هم د ګردي مېز په قالب کې مرکه، يا نمايش او يا د هغوی ترکيب دي؟ طبيعي ده، چې د يوې خپرونې په چوکاټ او طرح کې پکار ده، چې تناسب، کيفيت اجرا کول او وړاندې کول د اصلي ايډيا سره په نظر کې ونيسو.

د راډيويي خپرونې په طراحي کې د پاملرنې سره په ساده ګی د مهمو عناصرو جلبول هم بايد په نظر کې ونيول شي. د خپرونې په طراحي کې مهم موارد هغه دی، چې د راډيويي خپرونې لپاره متن يا لازمه سناريو برابره شي او په مکتوبي بڼه د خپرونې د ټولو عواملو په ډول د ټولو په واک کې ورکړل شي. د مناسب عنوان د تيتر غوره کول آرم د جوړونکي له عمده دندو څخه دی، چې د خپرونې د طراحی په مرحله کې بايد ومنل شي.

له اوريدونکو سره د ويلو او ژبې د طراحې په مرحله کې ځانګړی کيږي. ليکونکي او يا ليکوالان په جريان کې اچول کيږي. ريتم او د کلماتو اهنګ اړين دي، چې د خپرونې د ډول سره متناسب غوره شي. د خپرونې متن په دغې مرحله کې په مختلفو برخو ويشل کيږي او اجرأکوونکي د هرې برخې اجرأ کولو ته پاملرنه کوي.

موسيقي، سونډ افکټ، رپوټ، مرکه، او هر هغه څه، چې لازم ګڼل کيږي بايد مخکې له مخکې طراحي او وړانديز يې وشي او د هر يوه لپاره مناسب ځای په خپرونه کې تعين شي. په دې ترتيب د يوې راډيويي خپرونې طراحی پای ته رسيږي او خپرونه د راتلونکو مرحلو د سرته رسولو لپاره اماده کيږي. د يوې راډيويي مجموعې د طراحی په منظور متعدد ټکي مطرح دی، چې د هغې مهم په لاندې ډول بيانوو:

- د پيغام ليږدونکي موخې د سمبولونو او نښانونو په قالب کې، اخيستونکي ته ورانتقال کيږي.
- د راډيويي پيغام ليږدونکی پيغام فردي دي د لوی ګروپ په استازيتوب، نو په دې اساس د لوی ګروپ ځانګړنې بايد په فرد کې ښکاره شي.
- د سمبولونو غوره کول بايد د اوريدونکو د اړتياوو ځواب ورکوونکی وي.
- نښانه يي سمبولونه بايد د اوريدونکو د اړتياو ځواب ورکونکی وي.
- سمبولونه او پيغامونه بايد د پيغام د مخاطب د ځوابونو د موندولو پراساس جوړ شي.
- د پيغام جذابيت منل او سمبولونه بايد د خپرونې په جوړونه کې په نظر کې ونيول شي.
- راډيويي پيغامونه پراخه فضأ په بر کې نيسي او په سرعت سره خپريږي ولی نه د اوږده وخت لپاره.
- راډيويي نښې او سمبولونه د عکس او فلم د چاپ پرخلاف لکه څنګه، چې ثبت او ساتل کيږي ولی زياتره وخت لاندې مصرفي موارد نه لري.

- نښې يا سمبولونه او خپرونه جوړونه بايد د اوريدونکي د کړنو انتظاراتو او د هغه د اجتماعي اړتياوو ځواب ورکوونکي وي.

د خپرونې په جوړونه کې تخنيکي ټکي

- راډيو الکترونيکي وسيله ده او دهغې اړيکه د فني مسايلو سره پيژندنه، او په نويو مسايلو واک اړين بولي.
- دخپرونې جوړونه وړې برخې لري اود يوې برنامې مختلف وختونه تشکيلوي.
- د يوې خپرونې د هرې برخې وخت او اندازه، ميزان بايد معين او وليکل شي (اونې وار، ورځني د څومره وخت لپاره؟ د ډول يا بڼې مشخص کول، متناسبو برخو عرضه کول ميزان او څرنګوالي د نظر وړ موخې ته.
- د برخو جذابيت او راکښون ته پاملرنه او دا چې هره برخه د مخکې برخې جذابيت کامل کړي او تداوم ورکړي.
- د خپرونې د برخو حرکت او د سرعت د طريقې تعين د موخې سره سم.
- د خپرونې د جوړونې د نهايي يا وروستي فرم بررسي، د نواقصو ليري کول او د قوتونو پيژندل.
- د خپرونې جوړونې سنجش او ارزيابي (ښه او بده + درست او نادرست + صحي او غلطه + حقيقي او مجازي + جدي او شوخي).
- دمناسب متن د ليکلو وړاندوينه د فکرونو د مناسب بيان لپاره.
- د خپرونې د فني عناصرو د عواملو په مورد کې ارزيابي او وړاندوينه.
- لازمه خپرونه جوړونه او وړاندوينه د انساني عواملو د پکار وړنې لپاره.

- د ټولو فعاليتونو ترتيب، تنظيم او ثبت، چې خپرونه په راحتي سره اجرا کولی شي.

فني او مالي براورد

د خپرونې د جوړونکي عمده دنده د خپرونې د مالي مصارفو براورد او لازم فني امکانات دي. معمولاً مالي امکان د خپرونې د جوړونکي په واسطه صورت نه مومي او يوازې د هغې د تأثير او ارزيابي دنده د هغې په واسطه سرته رسيږي. نوموړی آمر د خپرونې د جوړونکي د ذهن يوه برخه تر ارزښت لاندې راولي او د خپرونې د مختلفو عواملو کړنې قاطع کوي او هغه د ځانګړو اشخاصو په کړنو باندې تشويقوي او يايې تهيه کوي. په ورته مسايلو کې اويا د هغې د انتقال په حالت کې اچوي په يوه راډيويي خپرونه کې فني براورد کولی شي د لاندې مواردو لرونکي وي:
پکار ده د خپرونې جوړونکی مجرب او مخکې د ثبت څخه بايد مختلف امکانات ولټوي د هغه څه لپاره، چې د يوې خپرونې اړتياوې سرته رسوي او منځ ته يې راوړي (۱۳۷:۱).

تمرين او تياری

د راډيويي خپرونې د سرته رسولو په صحت او کيفيت کې موثر رول لري. ډېر ښه او سم تمرين کولی شي د خپرونې د سرته رسولو په وخت کې، چې کومې ناخوالی سستوالی يعنې تمبلي او اشتباه وو ميزان ممکن حد اقل ته ورسوي او خپرونه په درستي او دقت سره سرته ورسيږي. د يوې خپرونې په تمرين کې هغه مهم موارد، چې بايد ورته پاملرنه وشي عبارت دي له:

- د يوې خپرونې ټول عوامل بايد په معين وخت کې د تمرين لپاره حاضر وي.
- جوړونکې بايد پر برابرو شوو عواملو او د تمرين په طريقې باندې څارنه ولري.

- د متن جملات د تمرين په جلسه کې بايد اصلاح او علامت گذاري شي.
- جملات د لزوم د موخو سره متناسب، محاوريي او يا کتبي تنظيم شي.
- د اداکارانو د اواز د تناسب په رولونو باندې توانايي بايد بررسي شي.
- د خپرونې د مختلفو اعضاوو نظرونو ته پاملرنه وشي، د خپرونې منطقي ايډياو ته پاملرنه وشي او ايډياوې دې پرته له تعصب څخه ومنل شي او عملي دې شي.
- د خپرونې په ترکيب، ريتم، او بيانيې د اجرأ په کيفيت کې، چې هر ډول عيب وي په دې مرحله کې دې ليرې شي.

ثبت او اجراء

ثبت مهم عمل دی، چې د راډيويي خپرونې جوړونکی يې په غاړه لري او په خلاصه توگه کولی شو ووايو، چې راډيويي ثبت عبارت دی د ټولو ويناوو او د وړاندوينې شوو اوازونو د کلي مجموعې څخه په مقناطيسي معيار باندې.

كنټرول او بيا اوريدنه

17http://www.controlroompro.com/products.php عکس

کنټرول او بیا اوریدنه وروستی او مهمه دنده دی، چې د راډیویي خپرونې جوړونکی یې په غاړه لري د یوې خپرونې له ثبت نه وروسته اړینه ده، چې جوړونکې ثبت شوي کیسټ یا فیته په خورا دقت سره سر تر پایه وګوري او وایې وري.

اضافي اوازونه، غیر طبیعي مسافې، تکراري خبرې، او هر هغه څه، چې د خپرونې مجموعې ته تاوان رسوي. د ثبت شوي نوار یا کیسټ څخه باید حذف یعنې وویستل شي. دا ډول عمل ته د راډیو په کارونو کې ایډیټ وایي. د خپرونې جوړونکی د بیا اوریدلو پکار کې باید ښه پاملرنه او دقت وکړي، د خپرونې د مختلفو برخو پرمنځ کې منطقي تداوم وجود لري. د بیا اوریدنې او د نوار (کیسټ) د ستونزو د لیرې کولو نه

وروسته د خپرونې وخت باید ځانګړي شي او خپرونه د خپریدو لپاره تیار شي. هر هغه څه مو، چې تر اوسه بررسي کړل اصولي ول.

جوړونکی باید د خپرونې د مسوول په توګه د هغې په تعقیب او د هغې د مراحلو په سرته رسولو باندې پوره څارنه ولري. د وضع شوو اصولو څخه په ګټه اخیستلو سره پایله په لنډه توګه مطرح کوو، چې د خپرونې د برابرونکی په مستقیمه مداخله سرته رسول یې دې منلو وړ دي:

- د خپرونې جوړونکی باید سازمان ورکوونکی، مدیر او د نظم او ترتیب د منځ ته راتللو عامل د یوې راډیویي خپرونې په بنه نیولو کې وي.
- جوړونکی باید د راډیویي خپرونې د اډیاوو پیدا کوونکی وي او د خپرونې د اړتیا وړ مطالبو، عواملو برابرونکی وي.
- جوړونکی باید د موجودو سامان الاتو څخه د خپرونې په جوړونه کې باخبر وي او د هغې د پکار وړنې په څرنګوالي باید ډېر ښه وپوهیږي.
- جوړونکی باید د نظر وړ خپرونې متنونو په اصلاح لکینه او په هغې کې په برخه اخیستنه او څارنه باندې کافي کنټرول ولري.
- جوړونکی د خپرونې د ثبت تمرین او غونډو د وخت د میزان مسؤول دی.
- جوړونکی د خپلې خپرونې د ښودنې لپاره پکار ده، چې کافي تبلیغ وکړي.
- جوړونکی د خپلې خپرونې د مالي امورو او مصارفو څخه باید خبر وي او د اړتیا په وخت کې په هغې کې برخه واخلي.
- جوړونکی باید د تولید پرمختلفو مراحلو کې صحیح قضاوت یعنې بې پرې قضاوت وکړي.

- جوړونکی باید په خپله هوښیارتیا سره ښه او بد عملونه سره تشخیص کړي.
- جوړنکی باید په منطقي، پیژندنه او سرشار ذوق په تحصیلاتو متکي، مطالعاتو او د شخصي تجربو پر اساس د مسائلو سره برخورد وکړي.

پرته له شک څخه نور وظایف او مسؤولتیونه هم کیدی شي د خپرونې جوړونکی لپاره یې وګڼو، چې د خپرونې د ډول سره تغییر وړ دی. د ټولو تغییراتو سره او په مختلفو خپرونو کې د رنګارنګي یا (تنوع) یاد شوي اصول په زیاتره مواردو کې د جوړونکی د خصلتونو په اړه د هغه کار ریښتنی دی.

د پروګرام جوړیدل او خپریدل

راډیويي پروګرام د یو فکر idea د خپرولو نوم دی. دا شان مغز یوه داسې وسیله ده، چې فکرونه را زیږوي، سپړي یې او تکمیلوي یې، هر راډیويي پروګرام له خیال idea څخه پیلیږي. انسان ځیني خیالونه له وجدان څخه تر لاسه کوي. له راډیو څخه، چې تاسو څومره ښکلي خپرونې اورئ د هغو پیل یو خیال وي. خیال پروډیوسر، دمتن لیکوال، ایډیټر، راډیو انجینر او څو ماشینونه په یوه ښکلي پروګرام بدلوي (۸:۲).

د راډیو پروګرام له کومه ځایه پیل شي؟

راډیويي پروګرام له یو خیال څخه پیلیږي. په هر راډیويي پروګرام کې فکر یو بنسټیز شی وي. ننی نړۍ، چې څومره پرمختګ کوي تر شایې هومره ډېر فکرونه دي. د پروګرام د پیل لپاره پروډیوسر ښایي لاندې ټکو ته پام وکړي:

- د پروګرام ډول
- اړخي سرلیک
- د پروګرام طریقه

- وخت
- د پروګرام تیاری
- د پروګرام ژبه
- پروګرام ثبت شي او که ژوندی خپور شي
- د پروګرام فریکونسي

هر پروډیوسر د پروګرام تر تیارولو دمخه پورتنیو ټکو ته پام کوي. که له هغویځخه کومې یوه ته پام ونه شي نو د پروګرام معیار اغیزمنوي.

د راډیويي پروګرامونو ډولونه Kinds of Radios Programs

راډیويي پروګرامونه لاندې ډولونه لري

1. ښوونیز پروګرام
2. تفریحي پروګرام
3. مذهبي پروګرام
4. معلوماتي پروګرام

تفریحي پروګرامEntertainment Programs

د نړۍ ټول لوی راډیويي ستشنونه خپلو اوریدونکو ته تفریحي پروګرامونه خپروي ځکه د نورو رسنیو په څیر راډیو څلور موخې لري: زده کړه معلومات او تفریح برابرول، او د عامه فکرونو جوړول د هرې راډیو مهمه برخه ده.

ښوونیز پروګرام Education Programs

راډیو دتفریحي پروګرامونو ترڅنګ د ځوان نسل د ښوونې او روزنې په موخه ښوونیز پروګرامونه هم خپروي. په هغو خپرونو کې ونډې اخیستلو ته زده کوونکي هڅوي.

ددغو خپرونو له لارې ځوان نسل له ورځينو مسئلو خبريږي. ددغو پروګرامونو له لارې زده کوونکي د ژوند له مختلفو څانګو سره بلدتيا پيدا کوي.

معلوماتي پروګرام Information Programs

راډيو د ټولو خلکو د فکر او خوښې پروګرامونه خپروي په هغو کې ماشومان، ځوانان، نارينه، ميرمنې، کارګر، بزګران، بېوالان، صنعت کاران او نور شامل دی. راډيو خپلو اوريدونکو ته په پام سره بيلا بيل پروګرامونه خپروي. دا پروګرام د هر فکر لرونکي ته يو برابر ګڼه لري. لکه د ميرمنو پروګرام په نوم هر وخت ميرمنو ته يو پروګرام وړاندې کوي. په هغې خپرونه کې د ميرمنو اړتياوو ته پام کيږي.

هغه ډول بزګرو ته اونيزه خپرونه وړاندې کيږي او د هغې خپرونې له لارې بزګر د کرنې په ډګر کې له نويو پرمختګونو خبروي. هغوی ته دا هم ورښي، چې کوم موسم کې څه ډول چينجی د بزګرو کروندو ته زيان اړوي او د هغوی د مخنيوی لپاره بزګر کوم ډول درمل استعمالولی شي.

په دې سربېره د هر موسم د کرنې په اړه بزګر ته معلومات ورکول کيږي. بزګرو ته تفريحي پروګرام هم وړاندې کيږي يعنې بزګر له راډيو څخه هم د کرنې په اړه معلومات اوري او هم ورته يو ښه تفريح ده.

مذهبي پروګرام Religious Programs

راډيوګانې د اوريدونکو اړتيا ته په پام سره مذهبي خپرونې برابروي. د هغو خپرونو نومونه وخت ناوخته بدليږي. ليکن د هغو بنسټيز روح په دين باندې د خلکو پوهول دي. په راډيو کې اذان، د قران کريم تلاوت، او د اوريدونکو د پوښتنو په رڼا کې مذهبي پروګرام تياريږي. راډيو له پيل څخه يوه بدمرغي لري هغه داچې هر حکومت دخپلې خوښې اسلام په کې وړاندې کوي. همدارنګه د حکومتونو له بدليدو سره د

مذهبي خپرونو نومونه او منځپانگه هم بدليږي. لکه په عامه توگه د جهاد په باره کې او د سودي نظام دمنځه وړلو په اړه په راډيو کې پروگرام نه وي. راډيو په ازادې (ليبرال) ولاړو اسلامي نظرياتو د ودې ورکولو لپاره پروگرامونه پکار دي (۴۴:۳).

راډيويي خپرونې

هر هغه څه، چې د راډيو له فرستندي څخه خپريږي او د راډيو د اخذې په واسطه بېرته اخيتسل کيږي او اوريدل کيږي راډيويي خپرونې ورته وايي او يا په بل عبارت راډيويي خپرونې عبارت دي له راټول

عکس 18http://www.media.ge/en/portal/news/46023/

شوو اوازونو څخه، چې په يو ډول تهيه او ارايه شي ترڅو وکولی شي اوريدونکي ته يو ځانگړی فکر او احساس ور ورسوي. دا د يوې راډيويي خپرونې نهايي جوړښت او بڼه ده. دا په واقعيت کې بهترينه او مناسب ترينه طرحه ده، چې غوره کوي يې څو ستاسې د نظر وړ محتوا مو د هغې سره تطبيق کړي وي. د يوې خپرونې جوړښت کيدی شي د معماري سره تشبيه کړو، چې کيدی شي د مختلفو چوکاټونو او قالبونو څخه تشکيل شي.

چوکاټ یا قالب د پیغام د طریقې ارایه کول دي په حقیقت کې چوکاټ دیکور (Decor) یا ښکلا د یوې خپرونې تغییر دی. د یوې خپرونې د موخې په پاملرنه سره، محتوا، پیغام درسنی ډول، د انتظار وړ اثر غورځونه د خپرونې د جوړونکي لخوا غوره کیږي. نو پدې اساس هر اواز، چې له راډیو څخه اوریدل کیږي هغه خپرونه ده، چې مخکې له مخکې تنظیم شوي دي نو پدې ترتیب د هغې پراساس هر څه، چې تنظیم، تدوین او وړاندې کیږي. راډیویي خپرونې د طریقې په لحاظ عرضه کول یا وړاندې کول یې په دوو عمده گروپو ویشلی شو:

1. ژوندی خپرونه
2. تولیدي خپرونه

ژوندی خپرونه

هغه وینا، چې د ویاند په واسطه سرته رسیږي. موسیقي، راپور، گزارش، او راپورتاژ او ... په هماغه لحظه کې وړاندې کیږي او فرستندی له لارې خپریږي او اخذې په مرسته د اوریدونکو غوږونو ته رسیږي. دا ډول خپرونې معمولاً د خبر ورکونکو حالت لري د هغې محتوا عمدتاً ورځني مطالب، مسائل او پیښې، چې په هماغه لحظه کې د ورځې په اوږدو کې پیښیږي تشکیلوي راډیوگانې دي هغه چې زیاتره د ژوندی خپرونو سره سروکار لري، محلي راډیوگانې دي او محدوده او مشخصه منطقه یا سیمه د معینو مسایْلو او معینو معضلاتو او نور ورته مسایّل تر خپل پوښښ لاندې نیسي. پدې ترتیب د عامو او جامع مسایْلو طرح، چې ستر گروپونه او پراخه منطقې په برکې نیسي معمولاً په دا ډول خپرونو کې ځای نه لري.

تولیدي خپرونه

تولیدي خپرونه عبارت ده د ویناوو، موسیقي، نمایش، راپور، مرکې د مجموعې ځخه، چې د لازمو وړاندوینو او طرحو په واسطه مخکې له مخکې برابره او تدوین او د نوار یعنې کیسټ پرمخ ثبت شوي ده. د نوموړي خپرونې محتوا عمومي اړخ لري او د ټولنې پراخه گروپونه او پراخه وخت پکې شامل وي. په عین وخت کې تولیدي خپرونې د تدوین، بنې امکاناتو او ماهیْت پر بنا د تحلیلي، جدي مسایْلو بررسي باندې کار کوي.

تولید د ځای له نظره

تولیدي خپرونې د ځای او تولید له نظره په دوو گروپونو ویشل کیږي:

1. د سټوډیو په داخل کې تولید
2. د سټوډیو نه بهر تولید

د سټوډیو په داخل کې تولید

د کافي وخت مفصلو فني عواملو او امکاناتو په استفادې سره سرته رسیږي.

د سټوډیو نه بهر تولید

د محدود وخت ټاکلو عواملو او امکاناتو په استفادې سره سرته رسیږي. تولید د سټوډیو په داخل کې د مخکې طراحی د معینو اډیاو د معرفي کولو لپاره سرته رسیږي. تولید له سټوډیو نه بهر د غیر ناآشنا ایډیاو د پیژندو او نا پیژندل شویو مسایْلو او فضاوو لپاره سرته رسیږي.

په داخل د سټوډیو کې دخپرونې په تولید کې ټول شیان د خپرونې د جوړونې پر محور د تهیه کوونکي په مرکزیت سره سرته رسیږي. د سټوډیو نه بهر د خپرونې په

تولید کې کارونه تر یو حده برنامه ریزي کیږي او د مجرې د مرکزیت سره بنه نیسي(۴۴:۴).

تولید د موضوع له نظره

د نړۍ په ټولو راډیوګانو کې خپرونې د موضوع او محتوا له نظره په لاندې ډول ویشل کیږي:

1. **خبري خپرونې:** د هغو خپرونو له جملې څخه دی، چې اطلاع پر هغو باندې فوریت ولري لکه سیاسي خبرونه، هنري، اجمتاعي، اعتقادي، اقتصادي او نور.
2. **ښوونیزې خپرونې:** هغه خپرونې دي، چې د تعلیم او زده کړې اړخ ولري. دغه خپرونې عبارت دي علمي مفاهیم، اجتماعي، هنري، عقیدتي او نور.
3. **تفریحي خپرونې:** هغه خپرونې دي، چې د وزګار وخت د ډکولو د ځانګړو موخو سره برابریږي.
4. **تبلیغاتي خپرونې:** د بیان یا توضیح په منظور، د اډیاو د انتقال د ښه بیان او باور د لاسته راوړلو یا د باور د ځای ناستي لپاره ترسره کیږي.
5. **د تجارتي تبلیغاتو خپرونې:** د اډیاو د انتقال په مورد کې د خپلې خوښې مسایلو د منځ ته راتللو په منظور او د کالیو د پیژندلو او خدماتو علاقه په بر کې نیسي.
6. **تولید د چوکاټ په لحاظ:** سر بیره پر هغو ویشنو، چې تر اوسه مو کړي دي، راډیویي خپرونې د چوکاټ او قالب له نظره په دوو مشخصو کاملو ګروپونو ویشل کیږي د ټولو خپرونو د جوړونکو لپاره په همدې تعبیر باندې پیژندل کیږي. راډیویي خپرونې د چوکاټ په لحاظ عبارت دي له:

1. راډيويي ساده خپرونې
2. ترکيبي خپرونې

راډيويي ساده خپرونې

راډيويي ساده خپرونې هغو خپرونو ته ويل کيږي، چې د يوه او يا دوو چوکاټونو او يا د راډيويي ډولونو څخه تشکيل کيږي. د راډيويي ساده خپرونې عموماً متن لري د اجرا کوونکي پوسيله عرضه يا وړاندې کيږي. راډيو ساده خپرونې کله دموسيقي سره او ډېر کم د سونډ افکټ سره ترکيب او عرضه کيږي.

د راډيو اخباري برنامه خپله د ساده خپرونې په شمېر کې راځي ځکه، چې د ژبې، ريتم، او اهنگ کلام او د وخت د محدوديت د طريقې په لحاظ په مستقلو ځانګړتياو باندې عرضه کيږي نو پدې اساس به جلا صورت باندې بررسي شي د RD عمده ساده خپرونې کولی شو په لاندې ډول ډلبندي کړو: ويناوې، بيانيې، ګردی مېز، مرکه، راپورتاژ، رپوټکه د ساده خپرونو د هرې يوې برخې په مورد کې په جلا ډول بحث وشي هغه څه، چې د يادولو وړ دی پرته له بيانيې څخه، چې مشخصه موضوع او معين پيغام او اخيستونکي لري نوريې پاتې راډيوي خپرونې پکار ندي، چې له (۱۰) څخه تر (۱۲) دقيقو زيات وخت واخلي. تجربې دا ثابته کړې ده، چې د اوريدونکي غوږ له (۱۰) څخه تر (۱۲) دقيقو زياته دوامداره وينا نه قبلوي او تر هغې وروسته ستړی کيږي.

له دې وخت څخه وروسته ذهن په دې باندې قادر وي، چې د ځينو مفاهيمو ځينې برخې پيدا کړي. له (۱۵) دقيقو نه وروسته اوريدونکي نه يوازې دا چې تازه مطالب نه شي موندلی بلکې د لومړيو (۱۰) دقيقو موندنې به يې په ذهن کې مغشوش حالت

پيدا کړي. هرهغه څه چې وويل شول د عادي اوريدونکو په مورد کې صدق کوي او که نه تخصصي خپرونې د اوريدونکو د خاصو يا ځانګړو ګروپونو او د عامو خلکو څخه په متفاوته يعنې جلا پوهه او حتی د زيات وخت لپاره کيدی شي جذب او د منلو وړ وي.

راډيويي مرکبې خپرونې

راډيويي مرکبې خپرونې هغه خپرونې دي، چې د راډيويي مجموعې په تناسب او په يو کل کې يې وړاندې کوي. راډيويي مرکبې خپرونې د راډيويي چوکاټونو د تعداد په نسبت په هغې کې پکار وړل کيږي کولی شو په دوو ګروپونو يې وويشو: ساده مجله يي خپرونې، مرکبې مجله يي خپرونې.

ساده مجله يي خپرونې

هغه خپرونې دي، چې پر موسيقي او ويناوو سربېره د راډيويي مختلفو چوکاټونو يا يوه يا دوه کيدی شي پر هغو کې پکار ويوړل شي لکه: وينا او مرکه، وينا او رپوټ، وينا او نمايشي ټوټې او ...

مرکبې مجله يي خپرونې

په واقعيت کې د ساده مجله يي خپرونو پشان دي، يوازې په دې توپير، چې پر هغو کې پر وينا او موسيقي سربېره له دوو يا څو رنګارنګ راډيويي چوکاټونه لکه: رپوټ، مرکې، راپورتاژ، او نمايشي ټوټو او نورو څخه استفاده کيږي.

د موسيقي يوه کامله خپرونه، چې (اهنګ، شعر، ارکستر، رهبر، اواز ويونکی او ...) پکې شامل دي نمايشي خپرونه، چې (نمايشنامه، کارګردان، د موسيقي هنرمند، سونډ افکت او ...) پکې شامل دي په ځانګړي توګه په زياتو دلائلو په عواملو سره،

چې د هغې په بنه نيولو او ترکيب کې دخالت لري، يوازې د مرکبې خپرونې گروپ په شمېر کې راځي.

د راډيويي خپرونو د جوړونې قالبونه (چوکاټونه)

د پيغام د وړاندې کولو چوکاټ، چې د رسنۍ ډول او د خپرونې جوړونکی هغه غوره کوي او ددې په پام کې نيولو سره، چې د رسنۍ او فرهنگ پکار وړنې اود پيغام اثر غورځونې په نظر کې نيسي.

چوکاټ يا فرم په واقعيت کې د يوې خپرونې معمار دی، چې د خپرونې د موخې په پاملرنې سره د پيغام محتوا، د رسنۍ ډول، او د انتظار وړ اثر غورزونه د خپرونې د جوړونکي په واسطه غوره کيږي. (صادقي، ١٣٨٦). د راډيويي خپرونو چوکاټونه يا فرمونه په ډول ډول دي، چې په لنډه توگه د هغو پر بررسي باندې پيل کوو.

د راډيويي خپرونې د توليد مراحل

د يوې راډيويي خپرونې د توليد د کار مراحل کولی شو په لاندنيو دريو مراحلو باند وويشو:

1. له توليد نه مخکې مرحله (Pre-Production)
2. د توليد مرحله (Production)
3. له توليد نه وروسته مرحله (Post-Production)

د يوې راډيويي خپرونې مخکې توليد

ټول په دې باندې پوهيږو چې راډيو اوريدونکو ته د پيغام د انتقال او سرعت له پلوه د ډله ييزو وسايلو د ډيرې ارزښتناکې وسيلې له جملې څخه دی. څرنگه چې راډيو هغه وسيله ده، چې ټول خلک هغه هر چېرته هر وخت اوريدلی شي او هغې ته لاس رسی لري لرلای يې شي او لاس رسی ورته ارزان دی. د راډيو دغه وسيله سريع

انتقال دی او په هر ځای کې حتی د انسان په جیب کې هم د انتقال او حمل کولو وړ ده او هیس یو شی د هغی د خپرونو پر مخ کې خنډ نشي کیدای، دا په دې دلیل چې د راډیو څپې منحني دي.

د راډیو رول سربیره د خلکو د پوهاوي او تعلیم له پلوه او خلکو ته د اطلاع رسولو کې د نوموړې رول ډېر حیاتي دی، دا ځکه چې راډیو د خپل تل پاتې تماس له نظره د ډلیزو وسایلو له جملې د اوریدونکو له پاره بې نظیره او بې ساری دی نو له همدې کبله د راډیو ژورنالېزم متخصصین د راډیو د مؤثریت په نظر کې نیولو سره په نړۍ کې په پوهنتونونو کې د شاگردانو د مسلکي کارونو د تربیې له پاره کار کوي او نن ورځ د راډیو ژورنالیزم مسلک په نړۍ کې تقریباً عام دی او تر اوسه په نړۍ کې بلې هیس داسې ډلېزې او اطلاعاتي وسیلې د راډیو د مؤثریت او ارزښت نه کوم شی نه دی کم کړی.

د راډیو خپرونې له هغو نشراتو څخه عبارت دي چې په هغه کې د ټولو مهارتونو او مسلکي امکاناتو څخه د یوې عادي وسیلې په توگه د ډلییزو اطلاعاتو تبلیغي، فرهنگي، او داسې نورو لپاره گټه اخیستل کیږي، او د راډیو خپرونې څلور عمده برخې تشکیلوي، چې عبارت دي له :

۱ـ د خپرونې متن ۲ـ د خپرونې ثبت ۳ـ موسیقي ۴ـ د خپرونې د نشر وخت

له بل اړخه راډیویي خپرونې د اوریدونکو نه هم غږي بیلابیل ذوقونه او علاقې د تلافي نقط دی. چې د اجتماعي ترکیب له نظره په بیلابیلو ذوق او سلیقې سره وي. واضح ده چې اوریدونکو د ذوق د قناعت لپاره راډیویي خپرونې د کیفیت لرونکې وي، چې د ټولو اوریدونکو ته په زړه پورې او د هغوی رضایت حاصل کړای شي. او

دا ذوق، علاقه، عمر، سایکولوژي، اجتماعي موقف کسب او مسلک په جدي توګه په نظر کې ونیول شي او پروډیوسران او تولیدوونکي باید وپوهیږي، او دې ټکي ته جداً پام ولري، که خپرونه ورته په زړه پورې وي نو د نورو لپاره یعنې د اوریدونکو لپاره به هم په زړه وي او پرته له دې خپرونه او پروډیوسر موفق نه دی. په حقیقت کې راډیویي خپرونې د سیاسي، اجتماعي او فرهنګي فکټورونو منحیث د یو هدفمندې وسېلې په حیث د مفکورو خپریدل عرض اندام کوي.
نو په دې بنسټ خپرونه جوړونه په راډیو کې یو ځانګړی او جوړونکی عمل د فرهنګي، سیاسي اجتماعي ژوند د ښه والي په برخه کې او د عامه اذهانو په تنویر کې تعلیم تربیه او د خلکو په پوهاوي کې د خپل ځانګړي اهمیت نه برخمند دی.
د راډیو ژورنالیزم د اصولو له نظره فکتورونه ((څه وخت)) ((څرنګه)) او ((څه)) زیاتره مدنظر وي، چې دلته یې هر وخت په لنډه توګه توضیح کوو(۵:۱۱۱).

د څه وخت فکتور

د پلان د طرحه کولو ځخه عبارت دی فهرست جوړونه موازي په سرعت سیر او انکشاف کوي د همدې امر په نظر کې نیولو سره چې په راډیو کې په دې لحظه کې خبرونه خپریږي د ځانګړی اهمیت نه برخمند دی او دا کولای شو چې په معینو ځایونو کې مضامین په ورځپاڼو، مجلو په مشخصو صفحو کې په چاپ رسیږي پرتله کړو یعنې په ورځپاڼه کې زیاتره د صفحې محدودیت او په راډیو کې مطلق منحصر په هماغه معینه لحظه کې دی، چې خپرونه په هماغه وخت کې نشر ته سپارل کیږي دا ځکه چې اوریدونکي په هماغه معینه لحظه کې خپرونه تعقیب نه شي

کړای نو بیا نشي کولای چې خپرونه په فضا یعنې په هوا کې راستنه کړي البته دغه معمول او فرصت په ورځپاڼه او جریدو کې امکان لري.

د څه وخت عناصر: د راډيو ژورنالېزم په مسلک کې مهمترين عنصر دی.

د څرنگه فکتور: په دې کې د راډيويي خپرونو مختلفې برخې شاملې دي او د راډيويي خپرونو د بنې اوسايز ښکارندويي کوي.

د څه فکتور: دلته د خپرونې محتوا په نظر کې ده چې بايد پروډيوسران او توليد کوونکي د اوريدونکو ذوق اومختلفې علاقې په نظر کې ولري دا ځکه چې نن ورځ اوريدونکي د هغو راډيويي خپرونو غوښتونکي دي چې زياتره د غني فکر د محتوا لرونکي او په عين وخت کې موجز، په زړه پورې او له درک او فهم وړ د زياترو اوريدونکو له پاره دي. د راډيويي خپرونو مهم اساسات لاندې عناصر دي، چې توليدونکي او پروډيوسران هغه د خپلو راډيويي خپرونو په طرح کې په نظر کې ونيسي.

۱ـ د هرې دراډيويي خپرونې لپاره مناسب ځای په نظر کې ونيول شي، تر څو زيات اوريدونکي راجلب کړي.

۲ـ د خپرونې دخپريدو ماهيت اونيزه، ورځنۍ، سهارنۍ، مازديگرنۍ، ماښامنۍ او يا د شپې له خوا په نظر کې ونيول شي، او اوريدونکي له هغه څخه خبر واوسي.

۳ـ خپرونې بايد د کال د فصلونو سره اړخ ولري او له همدا سبب دی چې د راډيو فريکونسي نظر فصلونو او د هوا حالاتو يعنې د گرمۍ او يخني په وخت کې د تغير په حالات کې وي. هغه کسان چې خپرونې جوړوي هغه توليدونکي پروډيوسران او ډايرکټران نوموي. نوموړي کسان بايد مسلکي متجرب، تحصيل لرونکي او د راډيو

ژورنالېزم د اساساتو سره عام او تام بلديت ولري او بايد صميمي او د پوره حوصلې خاوند وي، او خپلې دندې ته وفادار، پابند او او تل د اوريدونکو سره په تماس کې وي.

دا ځکه چې راډيو هغه هنر دی چې د اوريدلو په حدمت کې او د اوريدلو په حس کې د يو پل په حيث د بهرني محيط د انساني او رواني احساس په مينځ کې راډيويي خپرونو ليکوالان او پروډيوسران په قوت سره وهڅوي او د هغوی تخيلات تحريک کړي او بايد چې لاندې ټکي جدً په پام کې ولري ځکه چې پروډيوسر او ليکونکی د راډيويي خپرونو لپاره ډير حساس او مهم او د خاصو ظرافتونو څخه برخمند دي.

بناءً ليکوالان او پروډيوسران بايد دغو لاندې ټکو ته پاملرنه وکړي.

۱ــ د لنډو جملو کارول په راډيويي خپرونو کې

۲ــ د راډيويي کلماتو استعمال

۳ــ د جزابو کلمو په کار وړنه په زړه پورې عنوانونه، هيجان کونکي تر څو يو زيات شمير اوريدونکي راجلب کړي.

د په زړه پورې منطقي مثالونو ذکر د تحرک نه ډک، دوستانه جملات په ځانگړي ډول په اجتماعي خپرونو کې، په تنوير او زده کړه کې.

همدارنگه د راډيو متن او ښه ليکنه بايد د لاندې اړخونو لرونکی دی.

۱ــ ليکنه بايد لوری او مسير ولري.

۲ــ ليکنه بايد د حقيقي او معينو موخو لرونکې وي دا ځکه چې اوريدونکي بې موخو ليکنو او متن ته هيڅ پاملرنه نه کوي او هغه ته غوږ نه نيسي.

۳ــ ليکوالان بايد د نيکو مسايلو په مورد کې کاملاً تسلط او اگاهي ولري.

۴ــ د خبري اطلاعاتي مطالبو لیکوالان د معلوماتي، ارشادي، زده کړې اجتماعي مطالبو د لیکوالانو سره توپیر لري.

خبري لیکوالان باید ورځخه داغ یعنې تازه اطلاعاتي موضوع د اوریدونکو په اطلاع ورسوي، دا ځکه چې د هغې په اهمیت کې تازه والی او نویوالی نغښتی دی او خبر باید نوی تازه په زړه پورې متوازن، واقعي، بې پرې وي او راډیویي خبر د واقیعتونو او تازه والي ښکارندوی دی . او اساساً راډیویي خبرونه په ګرده نړۍ کې ډیر اوریدونکي لري. په پای کې یوه راډیویي خپرونه تل د فرهنګ د غني کولو په حدمت کې تر هر څه زیات صلحي، د ملتونو په مینځ کې تفاهم، د عامه ازهانو تنویر، اطلاع ورکول، تشویق ترغیب کول او سرګرم کول د اصلي مساوات په نظر کې نیول او متقابل احترام د یو هیواد د خلکو په مینځ کې د راډیویي خپرونو د سرعت وضاحت فصاحت او اصل مراعت دی او وي به.

د راډیو پروډیوسر څوک دی؟

د راډیو پروډیوسر او یا برابرونکی هغه چاته ویل کیږي چې د راډیویي خپرونو په تولید، ترتیب، او برابرولو په امر کې پراخه برخه او رول لري. پروډکشن د تولید معنا ورکوي او د راډیویي خپرونو تولید یا پروډکشن عبارت دی له: د هغو مطالبو او موادو له سازمان ورکولو څخه چې د روښانه تصویر د راډیو اوریدونکو ته چې د هغوی په شاوخوا کې کوم واقیعتونه او حقایق پیښیږي ورکړي.

د پروډیوسر او یا تولیدونکي ځانګړې او جدي پاملرنه باید کار په دې ټکي پورې رانغاړلی وي تر څو د اوریدونکو او مینوالو پاملرنه د خپرونې تر پیله په داسې ډول راواړي، چې هغه تولیدي خپرونې تر وروستیو دقیقو پورې واوري.

البته د راډيويي خپرونو پيل د وخت او بنې له نظره سره توپير لري او دغه امر د خپرونې په بنې او اهميت پورې تړاو لري. نو دلته پروډيوسر او يا برابرونکی د مختلفو کاري وسايلو څخه لکه زړه راښکونکې ښکلې موسيقي، موزون افکټونه، جذاب عنوانونو نه استفاده وکړي. چې نوموړی کار د کاري تجربې، ذوق، مسلکي پوهې نمايندګي راښکاره کوي او پرته له دې خپرونه او پروډيوسر به چندان اوريدونکي ونلري.

راډيوژورنالېزم د مسلک له نظره د يوې راډيويي خپرونې مهمې برخې څلور لاندينې عناصر تشکيلوي چې پروډيوسر يا برابرونکی جداً هغه ته پاملرنه ولري چې هغه څلور عناصر عبارت دي له:

۱ــ د خپرونې متن

۲ــ د خپرونې ثبت

۳ــ د خپرونې موسيقي

۴ــ د خپرونې د خپريدو وخت

پروډيوسر او يا برابرونکی د هغې تجربې په اساس چې لري يې څلور پورتنۍ برخې بايد ځانګړې پاملرنې او دقت سره انتخاب او تعين کړي.

راډيو خپرونه عبارت دی له:

خپرونې چې پر هغې کې پروډيوسر د ټولو مهارتونو او امکاناتو څخه د ډليېزو اطلاعاتي وسيلو په حيث د اوريدونکو لپاره د هغې څخه د هغې څخه ګټه اخلي او دغه اطلاعات او معلومات تبليغي، تعليمي، تربيوي، سياسي او اقتصادي، ذوقي، هنرې او هغه شيان چې په ليدونکو او اوريدونکو پورې اړه لري.

د راډيو خپرونه د اوريدونکو او خلکو د ذوق او علاقې له نظره متفاوته او ناادوله وي، او د هغې اوريدل او د هغې سره علاقه لرل کاملاً داوطلبانه دي او اوريدونکي په دې مکلف نه دي چې د راډيو ټولې خپرونې واوري بلکې هر يو د خپلې علاقي وړ خپرونه اوري او هغه تعقيبوي.

په راډيو کې د خپرونې جوړونه د راډيو ژورنالېزم له نظره عبارت دي له: پلان گزاري د پاليسۍ د تعين پروسه او ديوې ځانگړې خپرونې پروډيوس چې پروډيوسر په هغې کې بايد د ژورناليسيکو فکتورونو (څه وخت) (څه شی) او (څنگه) څخه استفاده وکړي. د راډيو خپرونې د پلانگزاري او دقيقه توگه فکر وکړي او هغه د سن (عمر) اجتماعي موقف، د يوهې سطحه، د خپرونې ساحه د هغوی علاقه او همدارنگه د اوريدونکو متوجه کيدلو لپاره بايد د يوې راډيويي خپرونې په برابرولو کې لانديني موارد په نظر کې ولري.

۱ــ جملې بايد لنډې او رايديويي وي.

۲ــ ساده او روښانه وليکل شي.

۳ــ ځای پر ځای شي.

په همدې ترتيب يو پروډيوسر اوبرابرونکی هغه وخت موفق کيدای شي چې خپرونه او توليد يې په لومړي قدم کې د خپل ځان لپاره په زړه پورې وي، او بيا وروسته د راډيو اوريدونکو لپاره په زړه پورې وي او پرته له هغې د هغې د بريا چانس ډير کم وي يو پروډيوسر يا راډيو ژورنالېست د لاندينو خصلتونو لرونکی وي.

ــ غني فرهنگ لرونکی وي.

ــ ايا خپرونه يې د اوريدونکو او خلکو د مطلق ذوق سره برابره شوې ده؟

ـ ايا د خپرونې مطالب يې د تفسير په طريقه وړاندې او شفافيت لري؟
ـ ايا عرضه شوي يا وړاندې شوي مطالب كافي وضاحت لري؟
په دې ترتيب د مثبت ځواب په صورت كې پروډيوسر او د راډيو ژورناليست بريالی او پرته له هغې ناكام او خپرونه يې د خپريد وړ نه ده.
پروډكـــــــشن څه شی دی؟
۱ـ د تكراري جملاتو او عبارتونو څخه دې جداً ډډه وشي.
۲ـ ددې لپاره كله چې تازه خبرونه په نظر ورسيږي د حال زمانې څخه بايد استفاده وشي.۳ــ اطلاعاتي سرچيني بايد په واضح صورت سره ذكر شي.
۴ـ مستقيم نقل قول څخه ډډه وشي ارقام دې په حروفو وليكل شي تر څو ساده ولوستل شي.
۵ـ عنوانونه او د افرادو القاب د هغوی له نوم څخه مخكې ذكر شي، تر څو اوريدونكي موضوع ژر درک كړي.
٦ــ ارقام، امار او اطلاعات د مسكي تعليم او تربيې په رپورټ كې.
۷ــ تجربه او راډيويي كړنې اخلاقي فضايل.
۸ــ د ټولنې او خلكو په مقابل كې د مسوليت احساس.
۹ـ د تواضح، فروتني، بيداري او هوښياري لرونكي.
۱۰ــ صحيح او درسته حاضري.
۱۱ــ د ځان ساتونكي او شهرت غوښتونكی نه وي.
همدارنگه ددې لپاره چې د راډيويي خپرونو برابرونكی او پروډيوس او توليد يې امتحان شي چې موفق دی او كه نه نو بايد چې لاندينۍ پوښتنې مطرح كړي په

پای کې پروډیوسر او یا راډیویي ژورنالیست د ټولنې د سترګې او غوږ په حیث وظیفوي دنده لري تر څو اهمیت، ارزښت او حقایق او واقیعتونه د خلکو او ټولنې له نظره درک احساس او پیدا کړي تر څو هغه تبارز کړي ځکه چې هغه د محرک او تشویق کوونکي عامل په حیث په ټولنه کې عمل کوي او وجداني، حرفوي، اجتماعي مسولیت لري تر څو د اذهانو په تنو یعنې روښانه کولو کې تل هڅه او کوښښ وکړي.

لکه مخکې مو، چې ورته اشاره وکړه د یوې راډیویي خپرونې د تولید لپاره د امادګی له مرحلې څخه د سوژه غوره کول یا د موضوع، مالي براورد او امکانات او تجهیزات، د خپرونې نوم (ارم) ، د خپرونې متن، د خپرونې چوکاټ او د اړتیا پروخت کې د خپرونو تعداد، د خپرونې د خپریدو وخت، د برنامې جوړول ثبت او نور دا هغه موارد دي، چې جوړونکی باید ورته زیاته پاملرنه وکړي. (۹:٦)

د تولید مرحله

د مخکې تولید په مرحله کې ټول سرته رسیدلي زحمتونه د یوې خپرونې د جوړولو یا د تولید لپاره په سټوډیو کې پای ته رسیږي. په حقیقت کې سټوډیو لکه د یوې کارخانې یوه برخه وه لکه څنګه، چې د لومړنیو تولیدي توکیو د برابرولو لپاره اشخاص او مامورین د اصلي توکیو د جوړلو لپاره دی او هر څه، چې هغوی راټولوي نو په داخل د تولیدي خط کې د یوه مشخص محصول په بڼه منځ ته راځي. د خپرونې ټوله محتوا په سټوډیو کې د یو او بل سره یو ځای کیږي او د راډیویي خپرونې په نوم له سټوډیو څخه بهر کیږي. په دې اساس نظم او دسپلین د تولید د خط په لومړی مرحله کې لار وهي او تولید کوونکی د مدیر په عنوان د نظم د رامنځ ته کیدو

او د خپرونې د عواملو رهبري او هدایت دنده په دغې مرحله کې په غاړه لري. مخکې مو وويل، چې ستوډيو د خپرونې د توليد لپاره ډېره ښه او بهترين ځای دی.
(څه په ثبت شوي بڼه او څه په ژوندې بڼه). که خپرونه محصول او (متن، موسيقي، او رپوټ او ....). لومړنی مواد فرض کړو ستوډيو يوه هغه دستگاه يا کارخانه ده، چې لومړنی توکي پر هغې کې په نهايي محصول بدليږي.
همدا ډول په کارخانه کې د وضعې په بدلون سره د توليد پکار کې اختلال يعنې گډوډي رامنځ ته کيږي. همدا ډول بي نظمي هم په ستوډيو کې د خپرونې د توليد پکار کې د اختلال او گډوډي سبب گرځي. يوه ښه خپرونه بايد په ارامه فضأ کې او کاملاً هوښيارو عواملو او په کار د لاس بري د مسؤوليت سره برابر شي او له دې پرته د ښه کار حاصل او نور عوامل د مخکې توليد په مرحله کې په داخل د ستوډيو کې به عبس لاړ شي. (خپرونه که څه هم، چې توليدي يا ژوندی بڼه ولري) يا په انالوگ او يا په ډيجيتال سيستم جوړ شي دا په ستوډيو کې معنی پيدا کوي او دا طبيعي ده، چې د ستوډيو فضأ او محيط څخه گټه اخيتسل بايد په دقت، نظم اوارامی سره يو ځای وي او ددې ټولو ارامیو مسؤوليت بيا هم د خپرونې د توليدونکي په غاړه دی.
د پروگرام محتويات د راډيو هر مرکز د هغې په نوعيت پوري اړه لري دسارې په توگه تجارتي راډيوگانې زياتره اعلانات، تعليمي راډيوگانې زياتره تمريني خپرونې، او دولتي راډيوگانې متنوع يعنې رنگا رنگ خپرونې، چې د راډيو درې واړه دندې رانغاړي، طرح کوي.

ځرنګه چې په وروسته پاتې هیوادونو کې د لوستو کچه کمه ده او خلک نه شي کولي، چې اخبار مطالعه کړي نو دهمدې مفکورې له مخې له بلې لارې مخابرې ته داخلیږي او هغه عبارت له راډيو څخه دي دا چې راډيو ټول خلک اوریدلي او له هغې څخه ګټه اخیستلې شي حتی په پرمخ تللو هیوادنو کې لکه د آمریکا خلک خپل زیات وخت په مکالمه تیروي ویلی شو چې د (۱۰) تحریري دقیقو په مقابل کې دوه ساعته خبرې کوي. دغه کتبي او تحریری مکلمه زیات قدامت یعنې زیاته سابقه لري دا چې یې وروسته د خط له پیدا کیدو څخه یې صورت نیولی او دا پخپله د راډيو اهمیت رانښايي. دراډيو د مزیا او ښه والي څخه یو هم د هغې سرعت دی. افغانستان په اوس وخت کې په سرعت سره پرمختګ کوی نو داخبار لوستل نظر راډيو ته زیات اهمیت لري. په راډيو کې دوه شیان د اهمیت وړ او مهم دي:

سبک او د الفاظو ساده والی.

د خپلو مالوماتو ډیره برخه له راډيو لاسته راوړي دا چې راډيو د انسانانو د تکلیف باعث نه ګرځي اوله بلې خوا د سرعت لرونکې ده. ویلی شو، چې په آمریکا کې د (۳۵۰) میلونو څخه زیاتې راډيويي دستګا وې موجودې دي.

د راډيو بل ښه والی دادې، چې خلک خپل کم وخت د اخبار په ویلو صرف کوي. دا چې راډيو د ژوندانه یوه صمیمي ملګري ده او ستاسو سره یوه مناسبه او یوه شخصي اړیکه ټینګوي. بل ښه والی یې دادې، چې ارزانه ده.

کله چې په راډيو کې مصروف یاست د تیلي تایپ څخه مالومات ترلاسه کوي دهغې په زړه پوري مطالب انتخابوي د څو موضوع ګانو څخه یو حکایت جوړوي، چې

محلي اړخ لري د اخبار راپور تر خپل وخت یوه زیاته حصه بهر مصرفوي. ددې برخلاف د راډیو راپور تر خپل زیات وخت په ستوډیوکې تیروي.

زموږ مقصد د محلي حکایت څخه هغه واقعات او پیښې دي، چې د محلي اړخ ولري او د خلکو لپاره په زړه پوري وي.

ځینې وخت پخپله د پیښې ځای ته ځی او راپور برابروي او په وخت پوري اړه لري.

یو د هغو وسایلو څخه، چې د راپورونو لپاره ور څخه کار اخیستل کیږي مطبوعاتي کنفرانس دی، چې باید پر هغې ځای کې د ټیپ ریکارډر څخه کار واخیستل شي او تر هغې وروسته کیسټ ستوډیو ته راوړل کیږي او دهغې مهم ټکي خپاره کړي. دغه مرکه ورځپاڼې او راډیو ته تازه والی ورکوی او دغه کار دیوې ورځپاڼې له توان ندې پوره او هیڅ یوه ورځپاڼه نه شي کولی د راډیو سرعت ځانته واخلي.

بله دا چې د خبر رسولو اژانس نشي کولی، چې هوا حالات هر وخت نشر کړي سره له دې چې اژانس دیوې شپې او ورځې د هوا حالات وړاندوینه راستوي ولیکن راډیو کولی شي، چې هوا حالات د تیلیفون په واسطه د هوا پیژندې له ادارې څخه واخلي او هغه خپاره کړي.

بل شی چې د تیلیفون په واسطه اخیستل کیږي د کار د پرمختګ راپور دی دسارې په توګه: نن سهار په ولسي جرګه کې غونډه روانه ده او تاسې کولې شې د غونډې جریان په هر ساعت کې وپوښتی ولی اژانس د غونډې د پایې او دغونډې اختتامیې ته انتظار باسي.

خبر د عاجلو پیښو څخه دی او دراډیو استازې خبر په ټایپ یا په تیلیفون باندې خپل مرکز ته مخابره کوي څو پخپل وخت خپاره شي.

د مرکې بل ډول د اشخاصو سره د تيليفون په واسطه دی او يا مخکې ثبت کيږي او هغه د خپرولو لپاره اماده کوی او يا دا چې د خبرونو د خپرولو په وخت کې د شخص څخه پوښتنه کيږي، چې دلته ددواړو سوال او جواب خپريږي. لوموړی طريقه نظر دوهمې ته محفوظه ده.

بله طريقه عميقه يا تفصيلي راپورليکنه ده، چې پر هغې کې راپورټر هڅه کوي، چې زيات حقايق ديوه راپور په هکله راټول کړي او خپل راپور په زړه پوري کړي او له بلې خوا زيار باسي، چې خلک قانع کړي، چې دغه کار زيات وخت ته اړتيا لري او دغه موضوع نوموړي د راپورليکنې مسلک سره اشنا کوي:

1) راډيو يوه سمعي وسيله ده او راپورټر هغه برابروي.

2) راډيو يوه شخصي وسيله دده او د دوستي اړيکه ټينګه وي.

کله چې دوه ملګري يو د بل سره خبري کوي نو الفاظ يې ګرامري نه وي بلکې غواړي، چې ډېر ساده او اسانه خبرې وکړي او په خپل مقصد يو بل وپوهوي. زيار دې وايستل شي، چې راډيويي ليکلنه هم ساده، بسيطه او عام فهمه وي. په راډيو کې بايد د خبرونو خلاصه دومره جامع وي، چې خبر خپور شي نو خلاصه بايد ټول اخبار په برکې ونيسي. دوهم پخپله خبر او په خبر کې د هغې خلاصه خپريږي يو بل مهم ټکې دراډيو په مسلک کې دادې، چې ليکونکې د ټولو طبقاتو په ژبه لکه اشپز، کارګر، دوکاندار او نور وکارولی شي پرته له دې دده له خبرونو څخه به په عالي حد کې ګټه وانه خسيتل شي.

يو د هغو وسايلو څخه، چې راډيويې نګارش عوامو ته نږدې کوي په اصطلاحي ژبه ليکل دي دسارې په توګه ددې پر ځای، چې زه ځم-ځم او نور. د راډيويي نګارش

توپير له اخباري سره دهغې لنډوالی دی. د ساري په توګه په راډيو کې ويل کيږي چې کابل ښاروالي ويلي دي، چې د صفايي محصول لوړيږي. همدارنګه دراډيو په ليکنه کې اعداد او ارقام د اخبار په ډول نوي بلکې په راډيو کې ساده وي
مثلاً په خبرو کې د يو تعمير مصرف ۲۵ ميلونه او ۵۰۰ زره افغانۍ چاپ کيږي وليکن په راډيو کې له ۲۵ ميلونو څخه زيات او يا له ۲۵ ميلونو څخه کم اعلان کيږي همدارنګه په راډيو کې ادرس نه خپريږي د ساري په توګه که يو نفر موټر ووهي يوازې دهغه نوم ذکر کيږي. هغه جملې دراډيو په ليکنه کې پکار وړل کيږي په اوسنې وخت کې او فاعلي حالت کې وي د ساري په توګه: صدراعظم وايي ددې وخت دې چې دريم پلان لپاره اقدام وکړو او يا د کرهنې وزير وايي، چې خلک بايد له لوړې وژغورو.
د ورځپاڼو ستونزه په يو خبر کې د هغې لومړې جمله ده، چې داستونزه راډيو هم لري. دا مهمه نده، چې لومړې جمله زياته يا کمه وي بلکه جذب کوونکې او زړه راښکونکي وي، چې د لوستونکي او اوريدنوکي پاملرنه راجذب کړي.
راډيو يوه سمعي وسله ده نه بصري نو اعلان بايد داسې وي، چې د غوږ له لارې په اوريدونکو باندې تاثير وکړي(۷:۴۰).

ځانګړي پروګرامونه

د خاصو پروګرامونو نه مقصد دلته محفلونه او مجامعو کې، ادبي پروګرام، د ماشومانو پروګرام، تعليمي پروګرام او د هغې نور مثالونه دي. د ويانډويې ددندې پرمخ وړل په محفلونو او عمومي مجامعو کې ډېر ستونزمن کار دی، چې د راډيو کاروکونکي د هغې سره مخامخ کيږي دا ځکه،چې ويانډ له يو طرف د معمول برخلاف هغې ته

تياري نه وي نيولی او له بل اړخه د موقوع او موضوع له نظره هر څوک د هغه خبرو ته غوږ نيسي او پردې اساس د هغه ډېره وړوکي اشتباح هغه د ټولو خلکو د پاملرنې وړ گرځي.

وياند د دا ډول پروگرامونو لپاره د توصيفي کلماتود قيود افعالو او فعال اسمونو ته ډېره زياته اړتيا لري. هغه بايد عالي زده کړې ولري دا ځکه، چې په گرامر کې سهواً تلفظ يا بيان نه عفوه کيږي. يو بل شی، چې وياند ته زيات قدرت ورکوي، د مشاهدې قوه ده په داسې حال کې، چې د يوې جملې په بيان کې مشغول وي بايد عين وخت کې ذهن يې فعاليت وکړي نوي موضوع وگوري او د هغې په اړه خبرې وکړي، يو تعداد کوچنی وقفې د کلماتو د پيدا کولو يا موضوع لپاره په زړه پوري او گټوري تماميږي ولی د څو لحظو لپاره سقوط اوريدونکي متأثره کوي.

د وياند يوه بله اړتيا د وينا لپاره د وخت تعينول دي په داسې وخت کې وياند معمولاً د مجلس له رئيس او يا موظف کس نه پوښتي، چې دی څو دقيقې وخت لري يا څو دقيقې وخت ورته ورکړل شوي دی. که په ضمن کې مخصوص پروگرامونه د گردي مېز د تدوير مرکه هم ذکر کړو دا به بې مورده نه وي ولی، چې دغه دوه پروگرامونه د اخبار په فصل کې په خلص ډول ورنه يادونه شوی ده ولی ځای لري، چې په خاصو پروگرامونو کې د هغې له تکنيک څخه بحث وکړو. د گردي مېز نه موخه د افکارو تبادل، دحل د لارو لاسته راوړل د يوې مسلې لپاره او احتراز د رسمياتو احتراز يا داسې شکليات په محاوره يې صورت وي په ځيني موضوعاتو کې لازم دي د نتيجې اخيستل اوريدونکي ته پرېښودل شي څو د هغو د تفکر قوه پکار واچول شي.

ددې لپاره، چې د ګردي مېز د ګډونوالو خبرې طبعي وي، هيڅوک د هغوی خپلې خبرې نه ليکي بلکې د هغې بهرني يا اساسي خطوط يادداشت کوي او يا د هغې بنسټيزه غوښتنه يادداشت کوي. هغه کس، چې موضوع او ګډونوال معرفي کوی د مقدمې ټکي د کاغذ له مخې لولي.

په ګردي مېز کې معمولاً درې مهم کسان برخه اخلي، چې دوه نفره په يوه موضوع کې مختلفې نظريې لري او پرهغې باندې له مختلف نقطه نظره حمله کوي او بايد په هغه اړه د خبرو کولو صلاحيت ولري او دريم کس د هغوی رهنمايي په غاړه لري او په هر ځای کې د خبروکولو اړيکه پيوند کوي او کله کله دتوضيح لپاره پوښتنې کوي. ولې هغه ته پکار نده، چې د يوه متخصص رول په غاړه واخلي بلکې برعکس د يوه دريم ګړي په توګه د معلوماتو لاسته راوړلو لپاره د دوو متخصصينو نه، چې په خبرو اخته دي يو نيم شی وپوښتني.

همدارنګه بهتره ده د ګردي مېز ګډونوال د نوم په اخيستلو سره يو بل خطاب کړي څو د هغه خبرې ددوستي په فضأ کې وشي ددې لپاره، چې اوريدونکي حقيقتاً فکر وکړي، چې ګډونوال پرته له رسمياتو خبرې کوي بايد، چې هر يو په خپل وار سره خپل شخصي نظريات ښکاره کړي او له مهمو موضوعاتو څخه غير مهمو موضوعاتو ته لاړ شي څو بالاخره د پروګرام په پای کې يې غړونه په تدريج سره ټيټ شي.

ګډونوال بايد په خپل منځ کې اشارې ولري څو د خبرو په وخت کې له ستونزو سره مخ نه شي. هغه علامې، چې د شيکاګو د پوهنتون په ګردي مېز کې معمول دي په لاندې ډول دي:

1. د لاس اوچتول: اجازه غوښتل د خبرو کولو لپاره

۲. د لاس د اورغوي ښودل: د يوې موضوع د مباحثې د مختصر کولو لپاره اشاره.
که گردې مېز د موقت پروگرام پرځای دايمي پروگرام وي، په هغې صورت کې بايد د هغې کسان تغير ونه کړي ځکه، چې د اوريدونکو غوږونه د هغوی د نومونو او اوازونو سره اشنا وي او هر يوه ته شخصي علاقه پيدا کوي.
مرکه له دې اړخه اوريدونکو ته په زړه پوري وي، چې د نورو افکار د هغوی د لابلا نه ترلاسه کړي، که مرکه کوونکی له پيژندل شويو اشخاصو څخه وي بهتره ده، چې خلک د هغه د اواز او خبرو سره علاقه لري ولی مرکه کوونکی بايد د قضاوت او تفکر ښه قوه ولري څو وکولی شي خپل ځان د نومو‌ړي کس پرځای حساب کړي.
د مرکې پروگرامونه معمولاً مخکې تر مخکې نه تمرين کيږي او بايد مرکه ورکوونکی وپوهيږي، چې له هغه څخه کومه پوښتنه کيږي وليکن مرکه کوونکی بايد، چې د سياست او قضاوت د قوي لرونکی وي او د پوښتنو په انتخاب کې د اعتدال اړخ رعايت کړي. که مرکه ورکوونکی د پروگرام د پيل څخه د مخه د مرکه ورکوونکي سره د څو محدودو لحظو لپاره دوستانه خبرې وکړي، د مرکې په طبيعي کولو کې زياته مرسته کوي د مرکه ورکوونکي ډار لرې کيږي.
د مرکې لومړۍ څو لحظې بايد غير جدي موضوعاتو او نسبتاً د شوخي ډوله بڼې ته وقف شي څو له يوه اړخ دمرکې ورکوونکي هيجان لرې شي او له بل اړخ د اوريدونکو پاملرنه ځانته راواړوي. مرکه کوونکی بايد کوښښ وکړي، چې د مرکې ورکوونکی صلاحيت علميت او شخصيت د کلماتو له لارې اوريدونکو ته وروپيژني ولی په هيڅ صورت ددې په لټه کې بايد نه وي، چې په ترتيب د ترتيبونو هغه کم راولي او يا دهغه د مسخره کيدو زمينه برابره کړي.

همدارنگه مرکه له مرکه کوونکي څخه د کافي علميت تقاضا کوي څو د مرکه ورکوونکي څخه داسې معقولې پوښتنې وکړي، چې د هغې ځواب په هو يا نه باندې ځواب نه شي که مرکه ورکوونکي د خطابت يا کلمې د اوږدوالي بنسټ کيښود. مرکه کوونکی کولی شي د لاس په اوچتولو د هغه خبرې قطع کړي. د مرکې په جريان کې نرمه خندا جواز لري ولی مرکه کوونکی نشي کولی، چې پر خپلو تبصرو باندې و خاندی د تکراري کلمو لکه ښه او نور د جملو په پيل کې د احتراز وړ دي.

زياتره متخصصين د مرکې پر وخت کې، عوام الناس په نظر کې نه نيسي او دا دمرکې کوونکې دنده ده څو دغې پاملرنې ته متوجه وي او خپلې پوښتنې په دغه ساحه کې وکړي؛ مشخص او واضح ځوابونه وغواړي څو خلک ورباندې پوه شي.

د اشعارو پروگرام په راډيو کې دومره زيات ندي ولی د خلکو د فرهنگي سويې د لوړوالي لپاره خورا زيات اهميت لري. په دا ډول پروگرامونو کې زياتره اوريدونکي خپل شعرونه د اشعارو منظم پروگرام ته استوي او هغوی د هغې څخه ډير ښه انتخابوي وخت په وخت هغه يې قرائت کوي. د اشعارو لوستل په دوستانه ډول وي لوستوونکي او اوريدونکي مخاطب کوي، سلام پرتاسو: دادې (د لوستونکي نوم) په دې څوکۍ کې ناست يو پارچه شعر تاسو ته لولي. ترهغې وروسته د شعر پارچې له موسيقي سره او يا جلا لوستل کيږي که دوه شعرونه په مسلسل ډول پرته له موسيقي څخه ولوستل شي بايد د هغې په منځ کې موسيقي يوه پارچه داخل شي.

تدملون، د امريکا بهترين شعر لوستوونکې ځانگړی پروگرام د سياحت په نوم (د شعر په نړۍ کې) لري، چې پرهغې کې د شعر خاطرات او خپله ليدنه د وتلو شاعرانو موضوع او منزل ته، د شاعر حالت او روحيه د موضوع پيژندلو ته په وخت کې بحث

او لنډه شرح د شاعر په هکله بيانوي. د شعر لوستونکی باید، چې شعر څو ځلی مخکې تر مخکې قرائت کړي او د هغې په معنی باندې کاملاً پوه شي څو نور هم وپوهولی شي. همدارنګه لازمه ده، چې د شعر دلوستلو په وخت کې ډېر ساده او طبيعي وي څو د تظاهر نه احتراز وشي.

د کوچنيانو پروګرام بايد داسې جوړ شي، چې د کوچنيانو د بهترينو منافعو ته د خدمت جوګه شي د موضوع غوره کول او د هغې ارزښت او د هغې د نيک او بد اړخ هر عمل داسې وي، چې هر هلک او نجلی د هغې له اوريدلو څخه نيک صفات د ژوند لپاره لاسته راوړي. غواړم، چې زمونږ ماشومان د غير عادلانه او له حقيقت څخه لرې شيانو څخه بد وګڼي، او له مبتذلو شيانو کرکه وکړي، او غير مهمو شيانو ته بې علاقې وي، له ښو، حقيقي او مهمو شيانو سره شوق او علاقه ولري.

موږ غواړو، چې هلکان او نجې ټولو شيانو ته راجلب شي، چې دماغ، جسم او روح تعمير کوي. همدارنګه غواړو، چې د مخالف لوري د خطر په تمايلاتو باندې وپوهيږي څو په بدو عادتونو باندې مبتلا نه شي، بلکې بايد ظبطه النفس، عزت النفس په خپل ځان اتکا او دنفس تربيه ياده کړي.

والدين نه غواړي خپلو ماشومانو ته بې مبالغه لرونکی شيان وويل شي او يا هغوی ته نقل يا قصه په داسې ډول ښکاره شي، چې ممکن څخه غير ممکن وښايي همدارنګه بايد زيار ونه ايستل شي، چې نقل يا قصه په وخت کې نيکی پر بدی باندې غالب وښودل شي.

د ماشومانو د پروګرامونو د ليکوال لپاره بهترين سرمشق د څارنی موخو په نظر کې نيول دي. بايد ماشومان د اعتماد، اخلاص، مرستې، زړورتيا، نظافت، دوستي، چالاکې، ادب، احترام صفتونه په خپل ځان کې وروزي.
په ماشومانو کې بايد يوه اندازه فعاليتونه لکه د کور په کارونو کې مرسته، د پلار سره مرسته، د ښو مجلو او کتابونو لوستل او بهترينو ذوقونو ته پکې انکشاف ورکړ شي.
البته په دا ډول پروګرامونو کې تفريحي اړخ حتمي دی ولې پکار نده، چې د زړو او له مود څخه لويدلو مبتذلو حکايتو او قصو څخه ګټه واخيستل شي بلکې بايد هر حکايت موخې ولري او يا ماشومانو ته په يوه موضوع کې لارښوونه وکړي او هغه صفتونه، چې فکر، جسم او روح دماشوم تعمير کوي، بايد تقويه شي. څرنګه، چې په راډيو کې کسان څوک په سترګو نه ګوري بايد هغه کسان، چې په پروګرام کې مهم رول لري داسې د خپل رول ادا کړي، چې ماشوم په هغې باندې مکمل پوه نه شي تر دې پرته هر څوک، چې ډېره وړوکې سهوه وکړي په نظر کې به يې بد راشي دا دغلطې انطباع ده. تنفر تحريک دهر شي په مقابل کې غير معقول له انصاف څخه لري، غير حقيقي او بايد په اوريدونکي کې بد تقويه شي څو دنن ورځې ماشوم د سبا ورځې ښه بچې شي.
د ماشومانو د پروګرام د غوښتنو څخه يو د هغې د کلام وضاحت او ساده والی دې او ساده والی دا معنی نلري، چې وياند ماشومانه خبرې وکړي د ساده والي په خوا کې بايد د دلچسپی عنصر په نظر کې ونيول شي هر هغه شی، چې دماشومانو دلچسپي را هڅوي فعاليت دی.

په حکايت کې هغه ځوک چې وتلی رول لري او له دې سره جوخت په فعاليت باندې مصروف وي، د هغو کلماتو اظهار کول، چې د تخيل قوه تحريک کوي نو حکايت د ماشومانو په ذهن کې ښه ځای نيسي او که افسانه يو ماشوم مخاطب وګرځوي او هغه ورته ووايي، دنورو ټولو ماشومانو لپاره په زړه پوري کيږي.

ماشومان عادي قصې او غير عادي دواړه خوښوي، له يو اړخ غواړي، چې قصه يې يو ځل اوريدلي وي او دوهم ځل لپاره يې بيا واوري او له بل اړخ هيله لري، چې عجيب او غريب شيان لکه ښاپيرى، پيريان، د ديوانو قصې د يو قهرمان قصه او داسې نورې واوري. د ماشومانو په پروګرام کې مضحک اړخ لازم دي دا ځکه، چې ماشومان غواړي، چې وخنديږي ولی پکار نه ده، چې هغوی افراط ته ورسيږي. ځينې مضامينو ته ارزښت ورکول لکه تاريخ او جغرافيه او حکايت ويل په دويمه درجه د ماشومانو پروګرام ډېر تعليمې کوي او په ځانګړې توګه وروسته له دې، چې ماشومان د مکتب له درس ستړي شي، ددرسي موضوعاتو ځخه لازمه کټه نه شي پورته کولی که په دې ضمن کې اطفالو ته معلومات ورکړل شي نو ډېره ښه ده والاخير.

هغه ماشومان، چې د (۳ او ٦) کلونو په منځ کې وي حقيقت پرست وي او خوښوي، چې د ګيدړ، چرګ، سپي، سيمرغ په هکله واوري. په دا ډول حکايتونو کې بايد د فعاليت قوي اړخ وي هغه ماشومان، چې د (٦ او ۹) کلونو په منځ کې وي د حقيقت پرستي ته په رموز سره مخه کوي او دا ډېر خطرناکه مرحله ده. پکار ده، چې په دې وخت کې ورته د ښاپيريو او نورو په هکله حکايتونه وويل شي ولی پکار نده، چې پر هغې کې د ظلم، د انتقام او وينې تويونې اړخ قوي وي.

هغه ماشومان، چې د (۹ او ۱۲) کلونو په منځ کې وي نو وحشيانه حکايتونو اوريدلو ته علاقه لري د جنګ غريزه پکې تقويه شوي وي. هغوی جسمي شجاعت ته هڅه کوي ولی د هغوی لپاره بايد داسې داستانونه وويل شي، چې په هغې کې عالي نصب العين، لوړې ارزوګانې ځای ولري. د قهرمانۍ په اوصافو باندې بايد ډېر فشار وارد شي څو په ورو، ورو همدا صفات خپل کړي. بايد ياده کړو، چې د ماشومانو د پروګرام بهترين منقد په خپله ماشومان دي. بايد يو ځل حکايت ورته ولولئ که يې قبول کړ په راډيو کې دې خپور شي. د ژوند د فجايعو، د روانشناسۍ مطالعات، له خبرو ډک ډرامونه، جنسي مسائل، د ماشومانو په پروګرام کې د احتراز وړدي. تر ټولو مهم دادې که د ماشومانو د داستان ليکوال دماشومانو نه خوښيږي نو بايد دې کار ته لاس وانه چوي.

د تعليمي پروګرامونو موخه عبارت ده د معلم د کار له تکميل څخه، په شاګرد کې د دلچسپي تحريک، د تعليم او تربيې د بهترينو او ګټورو طريقو ورښودل شاګرد ته او د شاګرد استعداد او رهنمايي کولو لپاره وسيله او د شاګرد داستعداد د هدايت لپاره بايد هر تعليمي پروګرام د مکتب له درس څخه زيات مطالب ولري. يا په بل عبارت پکار نه ده دغه پروګرامونه د مکتب په نصاب متکي برابر شي دتعليمي پروګرامونو ډولونه عبارت دي د رهبري فعاليتونو بيانيې د محاورې واقعات، مباحثه او ډارم. د دغو پروګرامونو د بريا مهمترين عوامل د ويناند شخصيت او نظر دی، هغه بايد دوستانه وضع ولري په ادب خبرې وکړي او ددې کس مقناطيس په دې اندازه قوي وي، چې خپل اوريدونکي د خپلو افکارو او نظرياتو اوريدلو ته راضي کړي. همدارنګه خپل ځان بايد د شاګردانو سويې ته نږدې کړي ولی په عين وخت کې

خپل شخصيت بايد له لاسه ورنکړي. که موضوع جدي وي د واقعي ژوند مثالونه دې ورته راوړي هغه دې په زړه پوري کړي.

رهبري شوي فعاليتونه د موسيقي د کورسونو په بڼه، ساينس، او ښکلي هنرونه، او حساب خپريږي، شاگردان معمولاً د پروگرام د نشر په وخت کې ياداشت اخلي. ځيني معلمان په دغه پروگرامونو کې مستقيم درسونه خوښوي او ځينې مباحثه خوښوي او ښه يې بولي. د مهمې پېښې د بيان لپاره واقعات دي، چې د عامو خلکو د دلچسپۍ وړگرځي او په هغې کې د اوازلرونکو ريکارډونو او تبصرو څخه کار اخيستل کيږي. ويناند له خپلو کاري وسائلو څخه دهنري نمايشگاه په افتتاح، د پارلمان په غونډه کې، او يا بل مهم ځای ته ځي هلکان او انجوني ساده او توصيفي عباراتو باندې له جريان څخه خبر وي دغه پروگرامونه ځيني وخت د اوريدونکو او حتی پخپله دويناند لپاره هيجاني کيږي. څرنگه، چې په امريکا کې ويناند د مطلب د ذهن کښناستلو لپاره د ساري په توگه د ژوبڼ څخه يو قوي مار د ځان سره ستوډيو ته راوړي تر څو د هغه تنفس او حرکت د مايکروفون له لارې اوريدونکو ته په عملي بڼه وروښايي.

محاوره او ډيالوگ د مکتب د شاگردانو لپاره عالي او په زړه پوري دي. دغه طريقه نوي افکار منځ ته راوړي شاگردان دې ته اړ باسي څو خپل نظريات د موضوع له افکارو سره د بحث ضميمه کړي. په دې صورت کې شاگردان د اشخاصو د نظر وړ نقطې اوري، چې په موضوع کې کافي صلاحيت لري او دهغوې معلومات ورځ په ورځ زياتيږي. په راډيو کې مباحثه ډېر ستونزمن کار دی دا ځکه، چې دهغې موضوع غوره کول زيات تدابير غواړي او هغه بايد په داسې ډول وړاندې شي، چې پرچا

باندې بد ونه لګیږي او ټولو خلکو ته په زړه پوري وي. له دې اړخه دا بڼه خلک کمه خوښوي. هغه ډرامونه، چې شاګردانو ته لیکل کیږي، باید لنډ وي په هغې کې د ریکارډ شویو اوازونو څخه کار واخیستل شي، او پخپله ډرام ساده وي. په دا ډول ډرامونو کې د ممثلینو تعداد محدود وي او اوازونه یې باید یو له بل څخه توپیر ولري. تعلیمي بیانیې او مقالې په راډیو کې باید ډېرې لنډې او جذابې وي. ګردی مېز د ادبي، مدني او روانو حالاتو لپاره ګټور دی مختلف نظریات په دې برخه کې وړاندې کوي. په حقیقت کې د دغو پروګرامونو هره بڼه باید تر ازموینې لاندې ونیول شي او هرهغه شې، چې د موضوع سره جوړ او ډېر ښه جوړښت وښايي، موضوع دې په هغه چوکاټ کې وارزول شي او خپره دې شي (۱۱۲:۸).

راډیو ډرام

راډیو ډرام د ننی راډیو د ژوند په شمېر کې راځي. هغه څوک، چې راډیو ډرام لیکي نو پکار ده، چې د ډرام په لیکلو کې کافي معلومات ولري او وکولی شي د یوه یا څو ډارمونو په لیکلو کې د ژوند ستونزې د اوریدونکو غوږونو ته ورسوي، چې هغه په کتابونو او اثارو کې ترغور او بررسي لاندې نه وي نیول شوي. یوه کامیابه راډیو په اونې کې یو راډیو ډارم لري هر ډارم له ۱٦دقیقو څخه تجاوز نه کوي باید، چې راډیو ډرام ډېر دقیق ولیکل شي لیکوال تل په نظر کې ولري، چې ممثلین د تمثیل او ترتیب کونکي د ترتیب لپاره ډېر وخت نه لري.همدارنګه لازم دي، چې لیکوال هغه کلمې وکاروي، چې اوریدونکي د هغې په اوریدولو سره صحنه په مجسم ډول وګوري او داسې فضأ رامنځته کړي، چې اوریدونکي د هغې ترتاثیر لاندې له ډارم څخه

محفوظ شي. د راډيو ډرام موضوع بايد د بشري دلچسپۍ څخه مرکب او د ذهني اختلافاتو لرونکی وي او په عين وخت فعاليت او عمل هم ولري او ساده وي.
موږ معمولاً د علاقمندو کسانو سره يو، چې د هغو کارونو مصدر ګرځي يا د هغو اشخاصو، چې عناصر او د طبيعي موانعو سره مخالفت کوي. خلک په پرکمشر، چې په څو محدودو کسانو چې د دښمن عسکر يې اسيران کړي زيات ارزښت ورکوي. څو هغه ټولی مشر، چې په خپله توله يې د نورو توله مغلوبه کوي. هغه کسان، چې په ډرام کې برخه لري بايد د شر او شور څخه ډک ژوند ولري او داسې قضيو او پېښو ته لاس واچوي، چې اوريدونکي په هيجان راولي. راډيو ډرام بايد اوريدونکو ته فکر ورکړي او د هغه هيجان په پای کې معراج ته ورسوي البته د هيجان ايجاد د هغو کسانو د افکارو او نظرياتو په تصادم پورې تړلي، چې ډرام کې برخه لري. د يوه راډيو ډرام لپاره بهترينه موضوع هغه ده، چې د زيات تعداد کسانو تجارب علاقې سره تماس وکړي پس ډېر ښه کار ده، چې په دې برخه کې بايد سرته ورسيږي او د اوريدونکو د ژوند مطالعه ده څرنګه، چې د ژوند مطالعه د ټولو کسانو د ډرام د ليکوال لپاره نامکن ده، بايد زيار وکړي، چې افکار او د تصادم لپاره مشترک يعنې ګډ اساس د هغو په لاس راوړي. هغه څه، چې د ديالوګ د ليکلو لياقت په ليکوال کې زياتوي د څو کسانو خبرو ته غوږ نيول دي يا په بل عبارت هر چېرته، چې څو کسان موجود وي ډرام هم هماغلته را پيدا کيږي. ښه ډرام د موخې لرونکی وي څو خلک د هغې پر اوريدلو ځانونه حق په جانب وګڼي او دهغې پر حقيقت باندې شک ونه کړي. همدارنګه ډرام بايد ساده وي په مستقيم ډول او پرته له تغيير او تاويل څخه ورباندې پوی شو او په ښه وجه په ذهن کې ځای ونيسي. د راډيو ډرامونو په

لیکلو کې ننني تمایل هیجان برابرول دي او حتی په تاریخي ډرامونو کې هم قصداً همدا عنصر ور داخلوي. نور موضوعات، چې نن ورځ د راډیو ډرام په لیکلو کې د استفادې وړګرځي عبارت دي: پولیسي حکایتونه، جاسوسي ډرامونه، ډار اچونکي او نور. دا چې د ډرام وخت معمولاً کم وي باید، چې صحنې ژر ژر بدلې شي او مطالب په اختصاري ډول بیان شي هغه وسائل، چې د صحنو بدلولو لپاره پکار وړل کیږي عبارت دي له سکوت، د انانسر د اواز ټیټول، صوتي تأثیرات، موسیقي، هغه اواز، چې انعکاس ورکړ شوی وي او په ورو ورو چپ کیږي او هر یو له ۱۰ څخه تر ۱۵ ثانیو وخت غواړي ولی پاتې دې نه وي، چې هر یو د نومړیو وسایلو څخه د عیبونو لرونکي وي. د ساري په توګه د انانسر اواز د ډرام له تاثیر څخه راکموي او صوتي تاثیرات ډیر یو نواخت کیږي.

اوریدونکی نه غواړي، چې موضوع په ډرام کې شاخونه او څانګې ولري بلکې دهغې منطقې رشته تر اخیره دوام وکړي او اوریدونکي په ضمني توګه وپوهیږي، چې واقعات څرنګه صورت مومي. راډیو ډرام له هیڅ لارې د صحنې د ډرام څخه کم هیجان نه تولیدوي. د تفنګچې یا تومانچې ډز بیا وروسته د انسان فریاد په هغه اندازه په اوریدونکو تاثیر کوي، چې هر یو په اشتها راولي. که چیرته د اصلي پیښې پوهیدلو ته انتظار باسي که چیرته ډرام په یوه فاجعه او یا نا ګواره پیښه باندې پای ته ورسیږي نو باید، چې اوریدونکي له هغې څخه پند واخیستلی شي همدارنګه د ډرام پای باید د حکایت پای وي او خلک په نیمه لار کې پرینږدي.

انانسر، چې ډرام معرفي کوي پکار ده، چې پوره صلاحیت ولري څو صحنه په کلماتو باندې د اوریدونکي لپاره مهمه کړي ولی هغومره تفصیل دې نه ورکوي، چې د

اوريدونکي دماغ تحليل او فعاليت ته اړ نه شي. همدارنگه که چېرته ډرام په يو معين وخت پوري اړه ولري نو د ممثلينو د لباس په اړوند د هم مختصر توضيحات ورکړي هغه بايد په دې وپوهيږي، چې د هغه معرفي د موسيقي سره يوځای د ډرام فضأ رامنځته کوي.د ډرام پيل که د انانسر په واسطه وشي او يا د يو ممثل په واسطه، خورا زيات مهم دی او بايد، چې داوريدونکو پاملرنه ډېره ښه راجلب کړي څو د حکايت په اخيستلو کې د ممثلينو سره مرسته وکړي.

د ممثلنو په انتخاب کې بايد پوره دقت وشي څو په يو ډرام کې له ٦ کسانو څخه زيات برخه وانخلي دا ځکه، چې ترهغې زيات د اوريدونکي په ذهن کې نه پاتې کيږي. ممثلين هر يو بايد په جلا سبک باندې خبرې وکړي او په صحبت يا خبرو کې له څلورو کسانو څخه زيات بايد برخه وانخلي او خبرو طرز يا طريقه يې بايد تر اخيره پوري يو ډول وي که د ممثلينو له جملې څخه يو تکيه کلام ولري او يا يوه جمله په خپلو خبرو کې تکرارروي ډېره بده نده، ولې که په دې برخه کې مبالغه د اوريدونکو زړه وهي، د ممثلينو د هر يوه فرديت د هغوی له خبرو څخه داسې بايد معلوم شي، چې د راډيو اوريدونکو يو کس په نيمايي کې راډيو ډرام ونيسي، په دې باندې وپوهيږي، چې دا جليل احمدزاده دی او دا کريمي. که مهم ممثلين يو له بل سره خبرې کوي او لگيا وي نو صحنه غير حقيقي کيږي نو پکار ده، چې فرعي کسان هم د دوی په خبرو کې مداخله وکړي ولی هغوی ته بايد ارزښت ورنکړل شي او حتی د هغوی نوم هم بايد په پيل کې معرفي نه شي.

ددې لپاره، چې د فرعي ممثلينو له تعداد څخه راکم شي زياتره له تليفون، ليک، او تلگرام يعنې ايمېل څخه کار اخلي ولی ايمېل او ليک يعنې مسېج بايد لنډ وي،

تليفوني محاوره زياتره د صحنو په بدلولو کې او د حقيقي فضأ په جوړولو کې مناسب ګڼل کيږي، ځيني وختونه تليفوني مذاکرات د دواړو خواو په راډيو کې اوريدل کيږي ولی دا کار د پيښې په خلاف دې او بايد له هغې څخه ډډه او پرهيز وشي. که په ډرام کې کوم نطق ته اړتيا وي پکار ده، چې ډېر مختصر وړاندې شي، هره جمله، چې په خبرو کې ويل کيږي بايد، چې موضوع روښانه کړي. د سارې په توګه بايد وويل شي (په داسې حال کې، چې دروازه خلاصه وه ولی د کړکی له لارې راغلی) نه داسې، چې (ولی له دې لارې راغلی؟). جملې بايد لنډې، ساده او واضح وي او په محاوروي صورت ټايپ شي.

د کفر اميزه، کبر نه ډکو، تحقير لرونکو کلماتو استعمال او صرف او نحوي غلطې د نه منلو وړ دي. که په يوه ټکي کې لازم ظرافت وي بايد په داسې ډول وکارول شي، چې په چا باندې بد تأثير ونکړي او يا چاته متوجه نه وي. د ډرام ليکوال بايد په نظر کې ولري، چې اوريدونکی د هغه هيجان څخه، چې د ډرام د اوريدلو له پيښو څخه يې لاسته راوړي هيڅ ډول وقفه نه عفوه کوي نو فلهذا دمه کول او د ممثلنو خاموشي د غندلو وړ دی. ددې لپاره، چې په اوريدونکی کې روحيه او مساعد حالت ايجاد شي، نو پکار ده، چې د موسيقي په انتخاب کې مناسب دقت وشی. د موسيقي استعمال او صوتي تأثيرات په يوه ډرام کې ددې باعث کيږي، چې ارزښت يې له ځمکې څخه اسمان ته لوړ کړي.

په هر راډيوي ډرام کې د وخت تعين د لومړنيو وسايلو څخه ګڼل کيږي او کيدی شي ځيني ډرامونو ته په استثنايي صورت تر (۳۰) دقيقو وخت ورکړو ولی بايد متوجه واوسو، چې ددې وخت په دوو ثلثو کې د ډرام د حکايت وخت يوې نتيجې ته

ورسيږي او پاتې نور يې د صحنې په بدلولو او د ډرام او اشخاصو په معرفي کولو کې وکارول شي. هغه څه، چې بايد په راډيويي ډرام کې استعمال نه شي او ليکوال تل د هغې څخه ډډه وکړي په لاندې ډول دي:

1. ددين او مذهب خلاف کلماتو استعمال.
2. د افرادو جسمي عيبونه.
3. د سياسي کسانو د نظرياتو سره مخالفت.
4. د انتحار او قتل تشويق.
5. طنز او کنايه
6. د اوريدونکو بې ځايه ويرول د غير واقعي حکايتونو له پلوه.
7. جنسي مسائل.
8. تهمت او هغه کلمات، چې بل ته توجيه او تفسير کيدونکى وي.

ورځنۍ خپرونې

ورځيني پروګرامونه او دهغې درست ترکيب يوې قوي شعبې او باصلاحيت مديريت ته شديداً اړتيا لري څو تفريحي عناصر د تعليمي او معلوماتي اجزاو سره په داسې ډول ترکيب کړي، چې د اوريدونکو متزلزله پاملرنه ځانته راجلب کړي. ددې کار لپاره د پروګرام مدير اړ دی د اوريدونکو عادات او نظر په هغو ساحو کې، چې دنده سرته رسوي او يا په کور کې مصروف وي، ډېر ښه وپوهيږي.

د راډيو يو عادي مرکز په امريکا کې د ورځې (١٨) ساعته خپرونى کوي په دې ترتيب کله د سهار په (٦) بجو خپل پروګرام پيل کړي په (١٢) خاموش کيږي. په

داسې راډيو کې د خپرونو مدير د راډيو وخت په (٦) برخو ويشي او هر ساعت د يوه جلا واحد په حيث ترغور لاندې نيسي.
د پروګرامونو مدير زيار باسي له (٦) بجو د سهار تر (٩) بجو خپل پروګرام په داسې ډول برابر کړي، چې د ښکته او متوسطې طبقې د ذوق سره مطابق وي ځکه، چې دغه وخت کې د فاميل غړي تازه له خوب څخه راپاڅيدلي او هر يو په يو ډول مصروف وي او راډيو ته غوږ نيول او پاملرنه کول ډېر کم وي.
د ورځې ددغې وخت پروګرام بايد، روښانه او ژوندی وي څو اوريدونکي ورځ په خوښۍ سره پيل کړي. په دغه پروګرام کې بايد اعلانات مختصر وي د موسيقي انتخاب لنډ او د عوامو خلکو په زړه وي. پکار نده، چې يو پروګرام په دغه وخت کې له (١٥) دقيقو څخه زيات وي او زياتره بايد موسيقي وي. البته، چې د خبرونو پروګرام زيات اوريدونکي لري او کولی شو، چې د سرندې د يو محبوب اواز هره ورځ په تازه ساز او اواز او اشعارو سره واورو څو د اوريدونکو پاملرنه حفظ شي ولی د اواز ويلو طريقه بايد تازه وي او د هغه اشعار هم پخپله اوريدونکو راستولی وي.
له (٩) څخه تر (١٢) د راډيو اوريدونکي زياتره ښځې وي، چې دوی په خپلو کورونو کې د کور په کارونو کې مصروفې وي غواړي، چې دورځيني کاراوبار په وخت کې د راډيو نه کافي معلومات د اړتيا وړ توکو په هکله او د اخلي او پخلي په اړه واوري. هغه اعلانونه، چې په دې وخت کې خپريږي بايد اوږده وي او نور تفريحي پروګرامونه بايد د ښځو په ذوق برابر شي. همدارنګه په دغه وخت کې د زنانه ويانديانو او انانسرانو ته زيات وخت ورکړل شي ترڅو اعلانونه ولولي. د فيشن په اړه بايد خبرې وکړي، د کور ښکلا او تزين په اړه خبرې وکړي او د پروګرامونو زيات

بار دې په غاړه واخلي. د موسيقي په اړه يوازې د ريکارډونو څخه بايد ګټه واخستل شي، په دغه وخت کې د راډيو خپلو آکسترانو ته اړتيا نه ليدل کيږي. له غرمې وروسته له (۲) څخه تر (۳) بجو پورې معمولاً خبرونه، د هوا حالات، د بازار خبرونه، کرهنې او کار وضع، د دهقانانو په زړه پورې موضوعات خپريږي. په دغه وخت کې اوريدونکي علاقه لري له خپلې بيکارۍ څخه ګټه واخلي نو لدې کبله نسبتاً اوږدې بيانيې، تعليمي پروګرامونه، په ترافيکو پورې اړوند مسائل او نور، د ماسپښين په سر کې (لومړيو)خپريږي. همدرانګه ښځې د غرمې په سر کې زيات وخت لري نو په دې اساس صميمانه خبرې د مينډو د ستونزو په اړه او ګنډلو په اړه، په زړه پورې پروګرامونه تشکيلوي. په هر حال بايد پروګرام يو نواخت نشی، د موسيقي، ډرام، محاورې او مستقيمې بيانيې سره تنوع ولري.

وروسته له غرمې د پروګرام وروستی ساعت د ماشومانو لپاره په زړه پوري خپرونی وي او اعلانات، چې معمولاً اوږده وي دا ځکه، چې پدغې وخت کې زياتره ښځې وخت لري او راډيو ته غوږ نيسي. په (٦) او (٧) بجو کې معمولاً خبرونه خپريږي او دهغې په پای کې ورزشي خپرونې او موسيقي د اوريدونکو غوږونو ته رسيږي. د موسيقي په منځ کې يو نيم ډرام ډيالوګ وړاندې کيږي.

د شپې د (۱۰) بجو څخه وروسته خفيفه موسيقي وي يو نيم د نڅا (رقص) ريکارډ او آرکسترا ورکول کېږي البته د پروګرام وروستې ساعت د موسيقي په زړه پوري کيږي څو د هغې خاطره داوريدونکو په ذهن کې ورپاتې شي. د پروګرام مدير بايد، چې د ابتکار قوه ولري دا ځکه، چې د راډيو پروګرام معمولاً له موسيقي او خبرو

څخه مرکب دی پداسې حال کې، چې موسيقي زياته ادامه پيدا کړي، ستړيا پيدا کوي، نو پکار ده، چې د يو نيم ډيالوګ او مونولوګ سره ځای پرځای شي.

د راډيو پروګرام بايد تل متجانس وي يعنې د هغې متشکلې اجزأ يو د بل سره پيوند شي او يا، چې ډرام، او موسيقي او نور معلومات خلکو ته وړاندې کوي، بايد، چې تنوع ولري، د نن ورځې علاقمندي تقاضا لري، چې بايد هر پروګرام د ارکسترا، عالي ډرام او موسيقي لرونکي وي. موظف کس، چې په وار سره يوه معينه خپرونه وړاندې کوي پکار ده، چې د اوريدونکو عادات او اوضاع مطالعه کړي او پوه شي، چې خلک مختلف مزاجونه لري او دهغوی د خوښې سره خپل پروګرام برابر کړي.

بايد يادونه وکړو، چې د موسيقي مدير ترټولو زيات د موسيقي د پروګرامونو تنوع ته پاملرنه وکړي او هيڅ کله بايد اجازه ورنکړي په يوه ورځ کې دوه اوازخوان او يا دموسيقي لاندې غږوونکي په يوه ځای په يوه طرز سره اواز او يا موسيقي وغږوي.

باالخره ددې لپاره، چې د يوې راډيو مرکز وپوهيږي، چې د هغه پروګرامونه خلک اوري يا نه؟ او که اوري يې نو د کومو سره زياته علاقه ښيي او که نه يې اورې دهغې علت څه دی؟ دا ځکه، چې د خلکو د نظرياتو په اخيستلو سره څو خلکو نظريات ذوق او غوښتنې په پام کې ونيول شي نو پکار ده، چې په اونې کې يو ځل کم ترکمه ټول پوښتنې وشي څو يو فوق العاده تغير په پروګرامونو کې راشي او تازه شي. د هر يو پروګرام لپاره بهترين موفقيت درې لاندې پوښتنې دي که ځواب يې مثبت وي نو بايد، چې دوام ورکړل شي او که نه د منځه دې ولاړ شي:

1. د خلکو په منځ کې څومره محبوبيت لري؟
2. لومړی دوه درې دقيقې په څه اندازه جذابي دي؟

3. ایا ټول پروګرام د خلکو د علاقې وړ دی او یا نه؟

اعلانات

اعلان نه یوازې له مالي لحاظه د راډیو د مرکز له پاره ګټور دي بلکې اعلان ورکوونکي ته دا تورن کوي ، چې خپل توکي خرڅ کړي اوریدونکی مطلع کوي چې خپل د اړتیا وړ توکي له ځای ځخه برابر کړي . په پای کې هر اعلان د زیات خرڅلاو او تولید باعث ګرځي او هر څومره چې د یو ملت تولیدات لوړ لاړ شي په هماغه اندازه یې ثروت زیاتیږي.

اعلان ورکوونکی علاقه لري چې اعلان یې په داسې بڼه وړاندې شي ، چې د زیاتو اوریدونکو د منلو وړ وګرځي او د هغوی پاملرنه د خدمتونو وړ شیانو ، چې هغه د خرڅلاو له پاره وړاندې کړي جلب کړي نو هر اعلان د روانشناسي د غوښتنو مطابق د اعلاناتو په ګرامري قواعدو ولیکل شي دغه دوه ټکي باید د ټولو اعلاناتو په مورد کې له یوې دقیقې نیولې تر کامل پروګرام پورې مراعات شي.

د راډیو شعبه د اعلان په سبک او تحریر کې باید وخت په وخت تغیرات وړاندې کړي . د دې له پاره چې اوریدونکی اړ شي چې ټول وخت راډیو واوري اعلان په منتشر ډول خپور کړي نه په متمرکز ډول په هغې وخت کې لازم د ي مهم اعلانات په لومړي سر کې په راډیو کې وایي.

که راډیو یو ساعت پروګرام ولري ، په هغې وخت کې به ښه وي چې اعلان د خپرونې په نیمایي کې خپور شي او هغه اعلان چې د راډیو په پای کې ویل کیږي ډیر خلص او مستقیم وي .

اعلان ليکنه حد الامکان بايد خلص وليکل شي تر څو وکولی شو ، چې يو مطلب په يوه يا دوه کلمو کې افاده کړي د زياتو کلماتو له کار وړنې نه ډډه وکړئ . همدارنگه هغه کلمې چې په اعلان کې پکار وړل کيږي بايد ساده او په متانت وليکل شي . د بهرنيو او نا مناسبو کلمو استعمال د دې سبب گرځي، چې د اعلان لوستونکي له کوم ډول کسانو طمعه لري ، چې د هغه شيان خريداري کړي.

که چېرته کومه موضوع په وړو جملو کې نه شي افاده کيدای بايد لزوماً له اوږدو جملو هم گټه واخيستل شي . دا بايد زياته کړو چې د گرامری اصولو مراعت کول د اعلان په ليکلو او لوستلو کې خورا مهم دي ولې کله يو ډير کوچنی تجاوز له دغو اصولو څخه چې د اعلان سبک بهتر کړي او يا اعلان په زړه پورې کړي بايد په دې تجاوز باندې لاس پورې شي.

د ځانگړو پروگرامونو څخه دلته مقصد محفلونه او مجامعو کې ، ادبي پروگرام د ماشومانو پروگرام ، تعليمي پروگرام او نور دي ، او د وياندويي پر مخ وړل په محفلونو او عمومي مجامعو کې خورا ستونزمن کار دی چې د راډيو کارکووکي د هغې سره مخامخ کيږي دا ځکه د وياند يوه بله اړتيا د وينا له پاره د وخت تعينول دي په داسې حالاتو کې وياند معمولاً د مجلس رئيس او مؤظف کس ته پوښتي چې دی څو دقيقې وخت لري او يا هم څو دقيقې وخت ورته ورکړ شوی دی .

په گردي ميز کې معمولاً درې مهم کسان برخه اخلي ، چې دوه نفره په يوې موضوع کې مختلفې نظريې لري او پر هغې باندې له مختلف نقطه نظره حمله کوي او بايد په هغې اړه د خبرو کولو صلاحيت ولري او دريم کس د هغې رهنمايي په غاړه لري او پر هر ځای کې د خبرو کولو اړيکه پيوند کوي او کله ، کله د توضيح له پاره

پوښتنې کوي . کولی شو چې هر څوک دعوت کړو تر څو په راډيو کې بيانيه ورکړي ، راډيو د درم د ننني راډيو د ژوند په شمېر کې راځي هغه څوک چې راډو درم ليکي نو پکارده چې د درم په کافي معلومات ولري .

ورځني پروګرامونه او د هغې درست ترکيب يوې قوي شعبې او يا صلاحيت مديريت شديداً اړتيا لري څو تفريحي عناصر د تليمي او معلوماتي اجزاو سره په داسي ډول ترکيب کړي چې د اورېدونکو متزلزله پاملرنه ځانته راجلب کړي . راډيويي صرفه د راډيو په مرکز کې دنده سرته رسول د شخص له پاره يو ډول اعتبار ورکوي او يا هم محبوبيت رامنځ ته کړی ولې هغه څه چې د دې اعتبار او محبوبيت څه مهم دي د هغې ساتل دي . له ټولو کسانو څخه چې په راډيو کې دنده سرته رسوي انانسر مهم رول په غاړه لري .

او د باتجربه اشخاصو سپارښتنې دي ، چې اندازه با روج ، چاچې د خپل عمر زياته موده يې د امريکا په بهرنيو راډيويي مرکزونو کې تير کړی تازه کار وياند او انانسر ته يې کړی دي د اهميت وړ دی او د دې په خوا کې باب سيتن تن د راډيو او تلويزيون دمخکښانو له جملې څخه وايي ستاسې لياقت او شخصيت په خبرو کې دی.

د دې په خوا کې چول چيز من چې بالتيمور د ښار له ډيرو نکړه ، او وتلو او نامتو وياندويانو له جملې څخه دي خورا مهمې سپارښتنې کړې ، چې د پام وړ دي . او بايد د راډيو کارکوونکي او په ځانګړې توګه وياندويان او انانسران هغه بايد په پام کې ونيسي .نن ورځ د اعلاناتو ارزښت تر هغې اندازې پوري لوړ تللی، چې کولی شو د هغې وخت په راډيو کې وروسته د خبرونو له ارزښت ډک او حساس ترين تصور

کړو. په امریکا کې ټولې راډیوګانې د اعلاناتو په پیسو چلیږي. د انګلستان راډیو په دې وروستیو کې د خپل تلویزیون سرویس اعلاناتو ته ځانګړی ورکړی. د اسیا په قاره کې مجبور شوي راډیويي مرکز راډیو سیلون دی، چې ساعتونه په انګلیسي او اردو اعلان ورکوي. اعلان نه یوازی له مالي لحاظه د راډیويي مرکز لپاره ګټور دی بلکې اعلان ورکونکي ته دا توان ورکوي، چې خپل توکي زیات خرڅ کړي او اوریدونکی مطلع کوي، چې خپل د اړتیا وړتوکي له کوم ځای څخه برابر کړي. په پای کې هر اعلان د زیات خرڅلاو او تولید باعث ګرځي او هر څومره، چې د یو ملت تولیدات لوړ لاړ شي په هماغه پیمانه یې ثروت زیاتیږي.

اعلان کوونکي علاقه لري، چې اعلان یې په داسې بڼه وړاندې شي، چې د زیاتو اوریدونکو د منلو وړ وګرځي او دهغوی پاملرنه د خدمتونو وړ شیانو، چې هغه د خرڅلاو لپاره وړاندې کړي جلب کړي نو هر اعلان د روانشناسی د غوښتنو مطابق د اعلاناتو په ګرامري قواعدو باید ولیکل شي دغه دوه ټکي باید د ټولو اعلاناتو په مورد کې له یوې دقیقې نیولي تر یوه کامل پروګرام پوري مراعات شي.

باید د اعلان په لیکلو کې په نظر کې ولرو، چې خلک توکي نه اخلي بلکې د هغوې د استعمال یا استفادي موارد او یا د هغو څخه استفاده خریداري کوي، هغوی هغه پوست اخلي، چې تاسې د هغې سره په تماس کې محفوظ کیږي نه پخپله سابون هغوی د ښکلولو شونډی اخلي او نه لبسرین. هغو ارام خوب او استراحت اخلي نه بادي توشک. په دې اساس، په اعلان کې باید د توکو پرنتیجه فشار واچول شي نه پر هغوی. د اعلان لیکونکی باید د پورته ټکو په نظر کې نیولو سره لاندې شیان هم مراعات کړي دا ځکه، چې اوریدونکي هغې ته دلچسپي لري

1. د ځان ساتل د هغه ضرور خطر څخه، چې تندرستي پکې شامله وي.
2. د اشتها راوستل او ذوق ضمانت
3. رومانتک غریزه.
4. د ماشومانو تربیه او د کورنۍ اداره.
5. جاه طلبي، اقتصادي او اجتماعي پرمختګ او ذهني ارزو د پرمختګ لپاره.
6. د شخصي ساتلو ارزو یا د کور ارامتیا (راحت).
7. د تفریح ارزو، لذت او فراغت.
8. نظافت: دغه غریزه په افرادو کې ډېره عمیقه ده.
9. افتخار: افتخار په ښه قواره کې، په کور کې او په فامیل کې.
10. د هنري ذوق ښکاره کول، چې ځینې وخت د شیانو په انتخاب کې راظاهریږي.

د شیانو د خریدارۍ لپاره عقلاني محرکات شیان عبارت دي له اداره لرل، صلاحیت یا کفایت په استعمال یا چلولو کې، د اتکا وړ د کار له پلوه، داتکا وړ د جنسیت او دوام او اقتصاد له پلوه د اتکا وړ، د مقایسې یا پرتلنې له مخې په اسانه سره کولی شو وګورو، چې جذباتي محرکات پر عقلاني محرکاتو باندې د تعداد او تأثیر له پلوه زیات وي.

د اعلان لیکونکی باید د ابتکاري افکارو او نویو نظریاتو لرونکی وي وکولی شي له نویو اصولو کار واخلي دا ځکه، چې ډېر زیات اعلانونه هره شپه او ورځ د راډیو په مرکزونو کې خپریږي. د اعلان د لیکولو طریقه هم ورځ په ورځ مبتذل کیږي نو په

دې اساس هغه اعلان د پاملرنی وړ گرځي، چې د هغې د ليکنو په طرز کې تنوع وجود ولري.
داسې وايي، چې ښه اعلان علي العموم هغه ځوک ليکي، چې اعلان يې لوستلی وي نو له دې کبله کولی شي، چې د اعلان تمثيلي ارزښت باندې پوه شي. دلته بايد زيات کړو، چې اعلان د ورځپاڼې ليکنې په اصولو پوهيدل هم ايجابوي.
د راډیو اعلاناتو شعبه د اعلان په سبک او تحرير کې بايد وخت په وخت تغيرات وړاندې کړي. ددې لپاره، چې اوريدونکي اړ شي، چې ټول وخت راډيو واوري، بايد اعلان په منتشر ډول خپور کړي نه په متمرکز ډول په هغې وخت کې لازم دي، چې مهم اعلانات په لومړي سر کې په راډيو کې ووايي.
که چېرته راډيو کوم يو ساعت پروگرام ولري، په هغې وخت کې بهتره ده، چې اعلان د پروگرام په نيمايي کې خپور شي او هغه اعلان، چې د راډيو په پای کې ويل کيږي بايد ډير خلص او مستقيم وي.
اعلان په عموم صورت په درې ډوله دی: د ياد راوستنې اعلان، تربيوي اعلان، د عمل اعلان.

د ور په يادونې اعلان

هغه دې، چې په هغې کې د تجارت نوم او اوصاف د يوه توکي د اوريدونکو لپاره ورکول کيږي. دا ډول اعلان ډېر کم الفاظ لري او په ډېر زيات مهارت سره جوړيږي. که په دغه ډول اعلان کې د متاع يعنې جنس قيمت ذکر شي، د هغې تأثير له منځه وړي.

تربیوي اعلان

هغه دی، چې لومړی یوه متاع یا یو جنس معرفي کوي او بیا وروسته د هغې په اړه معلومات ورکوي. په داسې اعلان کې باید د جنس نتایج د بحث موضوع د خلکو استحضار ته ورسیږي او د هغې د متشکله اجزاوو په اړه کمې خبرې وشي. البته د جنس پر نوم په هر مورد کې فشار واچول شي ولی د کارخانې د نوم ذکر کول اړین نه دي.

د عمل اعلان

هغه دی، چې د تخفیف شویو شیانو د قیمت ذکر کوي او داسې لیکل کیږي، چې اوریدونکی د موضوع د اخیستلو لپاره تحریک کړي تر څو فوراً له خپل ځایه پورته شي د مغازې پرلور روان شي. د هغو مطالعاتو پر اساس، چې تراوسه لاسته راغلي، باید چې د اعلان په قرائت کې میرمنو ته خطاب وشي دا ځکه، چې د شیانو او جنسونو پلورل او خرڅلاو زیاتره د هغوې په غاړه دي. هر اعلان د موضوع د متاع لپاره د نیک نیت بحث ایجاد کړي او د خلکو پاملرنه د یو جذاب سبک په اثر کې خپل ځانته راجلب کړي.

په زیاتره اعلاناتو کې اعلان کوونکی د خپل جنس نوم په غیر مستقیمه بڼه معرفي کوي. د ساري په توګه وایي ډفس صابون فلانی ستوري استعمالوي. همدارنګه پکار نده، چې په اعلان کې د ډېرې خوږې ژبې څخه کار واخیستل شي بلکې اساساً هغه اعلان زیات موثر واقع کیږي، چې خلک ترغیب کړي او د خلکو د ترغیب لپاره څو شیان کولی شي، چې متوسل شي، چې عبارت دي له: د وطن دوستي حس، د مالکیت غریزه، د قدرت ارزو، د عشق او سلامتي غریزه، لومړني محرکات د اعلان عبارت دي له غذا، سرپنا او تحمل، په عموم ډول هر اعلان باید د خلکو په ارزو

باندې لوبې وکړي نه د هغوی په ډار او احتیاج باندې، غلط او له حقیقت څخه لرې سو تعبیرات باید له اعلان څخه حذف شي.
همدارنګه تجارتي رقیبانو ته باید دا موقع ورنکړی شي، چې د یو بل متاع تخریب او کمه یې راولي او یا د یو بل شهرت ته صدمه ورسوي بې خونده ټوکې ټکالی، غیروارډي قصې، د دین پر ضد خبرې، نژادي مسائل او دادب خلاف باید په اعلان کې وجود ونه لري. کله چې د یوه جنس د ښه والي په اړه نظریه وړاندې کیږي دا باید د یوه مشخص کس له خولې وي هغه هم په معقول او قانع کوونکي صورت.
که اعلان په تمثیلي بڼه وي باید د غاښو دکریم او صاف د غاښو ډاکټر ووایي ولې د هغې د قیمت تذکر او یا د هغې مقایسه د نورو کریمونو سره ډېر اړین ندي. د اعلان لیکنی سبک غواړي، چې اعلان باید په شخصي اسلوب ولیکل شي دا ځکه، چې د اعلان لوستوونکی د یو کس سره خبرې کوي نه له زرګونو سره.
همدارنګه د متکلم ضمیر د استعمال څخه باید ډډه وشي او د اعلان لوستونکی باید ونه وایي، چې د فلاني جنس د خریداری لپاره زمونږ مغازې ته راشي دا ځکه دا ډول اظهارت ګمراه یا غولونکي دي او دا ښایي، چې د راډیو مرکز د نوموړي صفتونه تأییدوي. همدارنګه یو وړوکی اعلان پکار نده، چې له یوې مفکورې څخه زیاتې ولري څو د اوریدونکو په مغزو کې موضوع مغشوش نه شي. په تمثیلي اعلاناتو کې زیاتره وخت اعلان د یوې دوستانه محاورې په بڼه وي، چې د هغې په پای کې د همدې موضوع په اړه د یوموزون کلام د بحث موقف راوړل کیږي او یا د دیالوګ په صورت ډېره ښه بیلګه د موزون کلام او موقف په اړه کولی شو د فورډ د موټر جوړونی شرکت وګڼل شي، چې اصلاً ریکارد شوی دی.

د ريکارډ په لومړيو کې، چې ټول ټال وخت درې دقيقې په بر کې نيوه د اوريدونکي د لچسپي سګنال کيده، او بيا وروسته يوه دوستانه محاوره په تمثيلي بڼه منځته راتله او بيا په دې شعر پای ته رسيده

د فورد خرڅونکيه خپل ځان وګوره د (ن) قيمت ټيټ دی.

ګرانه ايا هغه مستعمل موټرونه کار ورکولی شي!

د خلکو په منځ کې افواه ده، چې مستعمل فورد موټرونه په ټول ښار کې تر ټولو بهتر دی

د سارې په ډول هغه اعلان چې د ديالوګ په بڼه خپريږي:

"حميده" اوه، نن ورځ مې ولې لويدلی دی. دا، چې اوتو مي وکړ ځان مې تازه شو. اوس د زياتې ستړيا نه دغه قطعه يا ټوټه په لاس کې نشم اخيستلی چې څو لحظې ستاسو سره لوبه وکړم. "شريفه" ولې؟ لکه چې اوتو مو ډېر درونډ دی؟ "حميده"! ولی زيمنس اطو نه اخلی. زه که په دې اطو ټوله ورځ کار وکړم ډېره کمه ستړيا هم نه احساس کوم.

زياتره وخت د اعلاناتو په ليکنه کې د تملق نه هم کار اخيستل کيږي د سارې په توګه ليکي، چې هر عاقل سړی پدې پوهيږي دورځې يوه قاشوقه د ميوې مالګه د معدې لپاره ډېره ګټوره دی.

د اعلاناتو په يوه برخه کې د اجبار عنصر هم داخليږي لکه: مخکې له دې، چې وخت له وخت تيروي د حاجي سبحان له جاکټونو څخه واخلئ، پام وکړئ همدا نن ورځ ددغو جاکټونو د خرڅلاو مغازې ته، لاړ شئ، چې بيا به پيښمان شئ. بله تنوع، چې د اعلاناتو په وړاندې کولو کې منځ ته راغلي د بحث موضوع امتعه تجسم دی.

د سارې په توګه کله، چې د ديګ بخار په هکله خبرې کيږي فوراً د هغې اواز پورته کيږي وښودل شي، چې څه ډول ښه کار کوي.
اعلان ليکنه بايد حد الامکان خلص وليکل شي کله، چې وکولی شی، چې يو مطلب په يوه يا دوه کلمو کې افاده کړي د زياتو کلماتو له کار ونې ډډه وکړئ. همدارنګه هغه کلمې، چې په اعلان کې استعماليږي بايد ساده، په متانت او په ذوق وليکل شي. د بهرنيو او نامناسبو کلمو استعمال ددې سبب ګرځي، چې د اعلان لوستونکي او اوريدونکی متظاهر تصور کړي.
د هر اعلان په ليکلو کې بايد په نظر کې ولرو، چې اعلان کوونکې له کوم ډول کسانو توقع لري، چې د هغې شيان خريداري کړي. فلهذا د هغوی په سويه بايد خبرې وشي. د اعلان کلمې ساده او مختصرې وي په داسې حال کې، چې کومه موضوع په وړو جملو کې نه شي افاده کيدی بايد لزوماً له اوږدو جملو هم استفاده وشي. په پای کې بايد زياته کړو، چې د ګرامري اصولو مراعت کول د اعلان په ليکلو او لوستلو کې ډېر مهم دي ولی کله يو ډېر کوچنی تجاوز له دغو اصولو څخه د اعلان سبک بهتر کړي او يا اعلان دلچسپ کړي بايد دا تجاوز باندې لاس پورې شي (۲۸:۹).
لنډيز
زموږ د هېواد وګړي راډيو او راډيويي خپرونې پېژني او نن سبا به داسې کور چېرته نه وي، چې راډيو ونه لري او هغه نه اوري . راډيو هم لکه د نورو رسنيو په څېر مختلفې خپرونې لري.

لکه د ورځپاڼې لوستونکي د ورځپاڼې ټول ليکل شوي مطالب نه لولي ، بلکې ځانته يوه ځانګړې برخه غوره کوي او هغه لولي. همدا ډول د راډيو هر اورېدونکی ځانته ځانګړې برخه غوره کوي او د هر اوريدونکې ځانګړې صليقه په نظر کې ونيسي.

د خپلو اورېدونکو تعليمي کچه په نظر کې ولري ، موږ داسې خپرونه بايد جوړه نه کړو ، چې يوازې موږ ورڅخه خوند واخلو ، بلکې غواړو داسې خپرونه جوړه کړو چې زيات شمېر اورېدونکي راجلب کړی شي.

هغه اورېدونکي ، چې هغوی ته يوازې دا چې اورېدونکی وي ، بلکې هغوی بايد غوږ ونيسي عمل وکړي او هغوی بايد د خپرونې تر تاثير لاندې راشي .

تمريني پوښتنې

۱- په راډيويي خپرونو کې، تر ټولو مهم پړاو کوم دی، چې پر مخاطبانو د خپرونې اغېز زياتوي؟

۲- راډيويي خپرونې د کومو موخو پر بنسټ چمتو کېږي؟

۳- په افغاني ټولنه کې راډيويي خپرونې، د نورو رسنيزو خپرونو پر نسبت څنګه دي؟

مأخذونه

۱- اواز مجله دويمه ګڼه،(۱۳۸٦)، پرډيوسر راډيو کيست؟ ، چاپ، مطبعه ازادي کابل ۱۸

۲ـ ايوبي، سيد عبدالله. (۱۳۹۱). ژورناليزم چيست و ژورنالست کيست؟ مرکز نشروطبع الفاروق کابل.

۳- ارشد علی، ژباړن: احمدزی، اميرجان وحيد. (۱۳۸۷). راديو ژورناليزم دانش خپرندويه ټولنې تخنيکي څانګه پيښور.

۴- حیدری، ذبیح الله. (۱۳۹۰). کاربرد ژانرهای اطلاعی در رادیو. مطبعه عازم کابل.

۵- حبیب، لیلی. (۱۳۹۰). تولید برنامه های رادیو. پوهنتون بلخ دیپارتمنت رادیو تلویزیون.

٦- منیب، فرید احمد. (۱۳۹۲). راډیويي ژورنالیزم. مرکز نشرو طبع الفاروق کابل.

۷- نوربخش، محمد عظیم. (۱۳۸۷). رادیو دیجیتال برودکاستنگ تکنالوژی (رادیو تخنیک)،پوهنتون کابل دیپارتمنت رادیو تلویزیون.

۸- واله، عبدالحق. (۱۳۴٦). رادیو. مطبعه دولتی کابل، نمبر مسلسل (۴۱).

پنځم فصل
د ویاندویۍ فن

سریزه

د اروا پوهنې تجربې ښايي چې د فکري عملیو او جسم د حرکاتو په منځ کې نږدې اړیکه موجوده وي. که اسپ ځغاستي لوبې ته لاړ شو نو گورو چې نندارچیان د هیجان کیدو له شدت څخه خپل لاسونه سره مروړي ولې بدبختانه زیاتره ویاندویان چې کلمات قرائت کوي ولې د هغې په معنی هیڅ نه پوهیږي د دې ستونزې د لرې کولو له پاره یوه لاره موجوده ده ، هغه دا چې د تفکر جوړښت په قرائت سره وي ویاند باید د بې ځایه لغاتو کارولو څخه ډډه وکړي او په کوم ځای کې چې یوه کلمه د بلې کلمې سره نه یو ځای کیږي نو باید په هغو باندې خط (کرښه) را وکاږي .
که د لاسونو او نورو عضلاتو حرکت د ویاند په بلاغت او فصاحت کې ورسره زیات شي نو باید، چې هیڅکله د هغې څخه خوند وانخلي ولیکن د لاسو او متو تړل او نور ... حرکات، چې نامطلوبه اوازونه تولیدوي نو ورڅخه ډډه کول به کاردي . او ویاند باید په دې باندې پوه شي ، چې مایکروفون هومره حساس دي ، چې اوریدونکی کولای شي سلگونو میلو له فاصلې څخه لیرې د هغه د لاس د سولیدو اواز واریدلای شي، د راډیو د ویاند له پاره مهم شی له خوي نه ډک شخصیت دی او ویاند اړ دی ، چې دغه شخصیت د هوا په څپو خپلو اوریدونکو ته ورسوي او باید هغه صحنه ، چې په سترگو لیدلي وي او بیانوي یې نو د کلماتو په واسطه اوریدونکو ته توصیف کړي تر څو هغوی هم په دې روحي خوند کې ورسره شریک شي .

شکسپیر سره له دې چې د راډیو سره یې اشنایي نه درلوده په هکله یې ویاند ته ښه لارښوونه کړې او وایي : خپل حروف او کلمات په واضح توګه ادا کړي او هغه وژوبي او پرته له دې اړ به شو ، چې د ښار چارچې خپلې مرستې ته راوغواړو زما مقصد دا دی چې آینه د طبعیت په مقابل کې کیږدي یو بل شی په ویاندويي کې مهم ګڼل کیږي هغه د تنفس کولو لاره ده په تنفس کې باید په ویاند باندې فشار وارد نه شی او تنفس یې باید د پوزې له لارې وشي نه د خولې له لارې . همدارنګه ویاند باید پرې نه ږدي د هوا ذخیره یې کومه چې د هغه په سږو کې وي مخ په خلاصیدو شي .

په دې فصل کې د ویاندويي فن څه شی دی ؟ د امریکا نشراتي شرکت یو ویاند د لاندېنیو شرایطو لاندې ګڼي ، هغه ځانګړنې چې له یو ویاند څخه لوی ویاند جوړوي عبارت دي : خبرونه او د هغې ترتیب او اصلاح ، اخباري مجله ، راډیويي جمله ، د هوا حالت او نورو ته ځای ورکړل شوي دي چې یو ویاند باید د پورته ټکر ته په نظر کې نیولو سره په خپلو کړنو باندې پاپند واوسي تر څو د عامو خلکو په زړونو کې ځای ولري او مینوال یې زیات شي.

د خطابې فن

د خطابې فن کلام په دریو برخو وشي:

1. مدلل کلام
2. ظریفانه کلام
3. مباحثه

د راډيو وياند مکلف دی، چې په راډيو کې تخصص حاصل کړي دا ځکه چې د هغه د کار ماهيت ددې باعث گرځي، چې کله په يو ډول او کله په بل ډول کلام باندې پيل وکړي. په راډيو کې د وياندوی توپير له خطابې څخه دوه اساسي علتونه لري يو دا چې وياند بايد د اوريدونکي ددلچسپی د ساتلو لپاره د وړاندې کولو لارې بيلا بيلې کړی او بله دا چې د راډيو وياند د خطيب برعکس نه شي کولی، چې اوريدنکي وگوري او د خپلو لاسو د حرکاتو او څېرې په واسطه خپلو خبرو ته روح ورکړي.

د راډيو په وياندويۍ کې روحي عامل دادی، چې د راډيو اوريدونکي تيت او پرک وي او په وړو کورنيو گروپونو باندې ويشل کيږي. سربېره پردې کله، چې خطيب په خپلو خبرو کې بريالی هم نه وي د هغه اوريدونکي په خپل ځای کې قرار لري. په داسې حال کې، چې د راډيو اوريدونکي کولی شي په هره لحظه کې خپله راډيو سويچ کړي او يا کوم بل استيشن ونيسي نو له دې وجې د راډيو وياند اړ دی، چې خپل کلام په زيات محنت سره وړاندې کړي او يواځنۍ وسيله، چې نوموړی يې په لاس کې لري د اوريدونکي د اوريدو قوه ده په داسې حال کې، چې خطيب د اوريدونکي د ليدو او اوريدو له قوې سره سرو کار لري او د خبرو تأثير يې دوه برابره وي نو د راډيو د وياند ستونزه يوازی دا نده، چې ښې خبرې وکړي بلکې د هغه کلام هم بايد ښه ليکل شوي وي.

بل عنصر چې د وياند په کلام کې مهم رول لري صميميت دی. يو وياند کولی شي، چې په بريا سره هغه موضوع چې لولي يې خپله لهجه بايد صميمي انعکاس کړي. بايد د يو وياند اواز سالم بريالی، غوړ او خوشحاله وي او کولی شو دغه د راډيو اړوند صفتونه په تل پاتې زيار سره لاسته راوړو.

مخکې تیارى د یوه ویاند لپاره د دریو ټکو له نظره حتمي دی

1. د پروګرام د وخت محدودیت
2. د ویاند له نظره د اوریدونکي پناه کیدل ځو د هغو لپاره پر ته له امادګۍ څخه یو څه وویلی شي
3. د پروګرام د وخت په اټکل کې د راډیو د مامورینوارتیا.

په راډیو کې د خبرو کولو بهترینه لاره مستقیمه محاوره ده. ویاند باید په داسې لارې سره خپلې خبرې وکړي، چې ګویا د هغه په مقابل کې یو واحد کس قرار لري. د راډیو ویاند باید د یوه خوږ ژبي میلمه رول په غاړه واخلي نه دا چې د یوې کورنۍ راحت اخلال کړي. په دې اساس ویاند د امکان تر سرحده په صمیمانه لهجه او غیر رسمي خبرې وکړي.

هغه بايد همدرد، صميمي او له حرارت سره وي او له هر ډول ځان ښودنې ډډه

عکس 19http://www.studiothirtyone.co.uk/facilities.html

وکړي. د راډيو لپاره جدي او شخصي اسلوب نه ښايي يعنې ښه نه دی همدارنګه که وياند خپلې خبرې بې ربطه اظهار کړي هغه احساسات، چې پر هغې کې نغښتي دي، بيان به نه شي او بيان به يې بې روحه وي. ښه وياند هغه دی، چې د خپل بيان لوری د موضوع اړوند غوره کړي چې موضوع شخصي يا محاوريي نه وي. وياند اړ دی، چې خپلو جزئياتو او افکارو ته د رسيدلو لپاره د خپل اواز په ټيټيدو او لوړيدو د اواز زير او بم، وقفه او فشار راوړل په مطلوبو کلماتو، هغه څه چې غواړي اوريدونکو ته يې ناچل کړيقرائت د يوې موضوع د وړاندې کولو اسانه ا اما ستونزمنه طريقه ده.

اسانه په دې معنی، چې وياند د کاغذ پرمخ ليکل شوي کلماتو د لوستلو پرته بل کوم کار نه لري او ستونزمن له دې کبله وي، چې امکان لري، چې وياند نوموړي کلمات په غير صميمي صورت ادا کړي او ذهن يې د قرائت پروخت بل ځای وي.
وياند کولی شي ددې د مخنيوي يعنې ذهن د ارامۍ لپاره په لازمو کلماتو فشار راوړي، په مناسب وخت کې وقفه وکړي او کله لهجې ته تغير ورکړي، کله چې موضوع تمامه شوه بايد چې وويلی شی، چې هغه يې څومره ښه او خرابه لوستی ده.
کله چې يو وياند د يوه شي د لوستلو نيت ولري بايد د خپلو دوستانو څخه يوه ته زحمت ورکړي څو موضوع د هغه له خولې واوري او تر هغې وروسته خپل نظر څرګند کړي، چې د هغه خبرې د هغه له ويلو سره په راډيو کې څومره توپير لري البته هغه عبارتي غلطۍ او اشتباه ګانې، چې د محاوري جملاتو د تلفظ په ترکيب کې منځ ته راځي، دا په راډيو کې د مخنيوي امکان لري.
دروانشناسي تجربې ښايي چې د فکري عمليو او جسم د حرکاتو په منځ کې نږدې اړيکه موجوده وي. که د اسپ ځغاستې لوبې نندارې ته لاړ شو نو ګورو چې نندارچيان د هيجان کيدو له شدت څخه خپل لاسونه سره مروړي ولې بدبختانه زياتره وياندويان چې کلمات قرائت کوي ولې د هغې په معنا هيڅ نه پوهيږي ددې ستونزې د لرې کولو لپاره يوه لاره موجوده ده هغه دا چې د تفکر جوړښت په قرائت سره وي.
وياند بايد د بې ځايه لغاتو کارولو څخه ډډه وکړي او په کوم ځای کې چې يوه کلمه د بلې کلمې سره نه يو ځای کيږي نو بايد پر هغې باندې خط (کرښه) راوکاږي.

که د لاسونو او نورو عضلاتو حرکت د ویاند په بلاغت او فصاحت کې ورسره زیات شي نو باید، چې هیڅکله د هغې څخه خوند وانخلي ولیکن د لاسو او موټو تړل او نور حرکات، چې نامطلوبه اوازونه تولیدوي نو ورڅخه ډډه کول په کار دي. ویاند باید پوه شی، چې مایکروفون په هغه اندازه حساس دی، چې اوریدونکې کولی شي د سلګونو میلو فاصلې څخه د هغه د لاس خوځیدو اواز اوریدلی شي.
د راډیو د ویاند لپاره مهم شی له خوښۍ نه ډک شخصیت دی او ویاند اړ دی، چې دغه شخصیت د هوا په څپو خپلو اوریدونکو ته ورسوي او باید هغه صحنه، چې په سترګو یې لیدلی او بیانوي یې نو د کلماتو په واسطه اوریدونکو ته توصیف کړي څو هغوی هم په دې روحی خوند کې ور سره شریک شي.
شکسپیر سره له دې چې د راډیو سره یې اشنایي نه درلوده په هکله یې ویاند ته ښه لارښوونه کړې او وایي: خپل حروف او کلمات په واضح توګه ادا کړئ دا ځکه که هغه وژو یئ، نو اړ به شو، چې د ښار جارچي خپلې مرستې ته راوغواړو زما مقصد دادی، چې أینه د طبعیت په مقابل کې کیږدی یو بل شی، چې په ویاندویۍ کې مهم ګڼل کیږي هغه د تنفس کولو لاره ده؛ په تنفس کې باید په ویاند باندې فشار وارد نه شي او تنفس باید د پوزی له لارې وشي نه د خولی له لارې. همدارنګه ویاند باید پرینږدئ چې د هوا ذخیره یي کومه چې د هغه په سږو کې وی مخ په خلاصیدو شي.
تنګ کالي او شخ کمربند ددې باعث ګرځي، چې ویاند د یو ډول تنفسي فشار لاندې راولي نو په دې وجه باید مخکې د وینا د پیل څخه خپل کالي سست کړئ او کمربند یوه یا دوه کړې لاندې وتړئ سست یې کړئ. کله، چې ویاند په ولاړې

خبرې کوي نو باید، چې مستقیم ودریږي خپل ولي یعنې اوږې استوارې وساتي او سر باید جګ ونیسي څو په ستوني فشار وارد نه شي او پښې یې باید کاملاً په ځمکه ولیګیږي.

۸ انچه په فاصله له عصري مایکروفون څخه لیرې کیناستل د توصیې وړ دي او که سمتي مایکروفون وي نو باید د یوې زاویې یا مستقیماً د هغې پر مقابل کې خبرې وکړي. په سټوډیو کې د کوچني اواز پورته کیدل د اوریدونکو د اخلال باعث ګرځي او پیاوړی ویاند هیڅکله نه پریږدي، چې کاغذ یې اواز وکړي او یا دهغه څوکۍ حرکت وکړي.

هر ویاند باید د خپل اواز په حجم باندې پوی شي او له هغې اندازې څخه، چې د نوموړي اواز طبعي ښیي باید چې تجاوز ونکړي که د اواز حجم کم او زیات شي کولی شي هغه د مخصوصو الاتو په واسطه کنترول او اداره شي ولیکن د عصبیت اثار لکه د اعصابو ټکان او نور هیڅ یوه اله هغه نشي تغیر کولی. د راډیو ویاند ته هغه وخت موفق ویلی شو، چې د هغه اواز د اصابت او ارتجاع قابلیت او وړتیا ولري او ښه یې اداره کړی شي ځکه چې مایکروفون ځیني احتزازات ډیر ښه خپروي. د نرانو یعنې سړیو لپاره ډبل یعنې بم اواز د ښځو لپاره زیر اواز ډیر ښه دی.

ویاند د بیان د سرعت له نظره سره توپیر لري د راډیو په تجارتي مرکز کې قاعدتا یو ویاند سل کلمې په یوه دقیقه کې قرائت کوي په عموم ډول د اخبار مبصرین (۲۲۵) کلمې په یوه دقیقه کې لولي، سره له دې د یوې اوږدې موضوع لپاره بهترین سرعت په یوه دقیقه کې (۱۴۵) کلمې دي. یوازنی علت چې د ویاند اواز خرابوالی شي هغه د هغه خپل هیجان دی، چې باید له هغه څخه ځان لرې وساتي(۴:۱).

په راډيو کې خطابه باید په سرعت سره ونه ویل شي، همدارنګه کم سرعت هم اوریدونکي ستړي کوي. ویاند باید د خپل بیان سرعت د موضوع له اهمیت سره همغږې کړي، نو له دې کبله لازم دي، چې ویاند باید لومړی موضوع د خپل ځان سره ولولي ساعت قید کړي او تل په پام کې ولري، چې د دوخت یوه وړوکې برخه فني کسان او انانسران نیسي یعنی که خپرونه ۱۰ دقیقې وي نو باید هغه په دیارلس نیمو دقیقو کې په بریا سره پای ته ورسوي.

هر ویاند مکلف دی مخکې لدې چې سټوډیو ته ولاړ شي خپلې صفحې وتړي څو هلته د هغې ترتیب غلط نه کړي. سنجاق وهل په هغو ورقو، چې سټوډیو ته یې له ځان سره وړي ډېره لویه سهوه ده همدارنګه باید د نازک کاغذ د استعمال څخه هم ډډه وشي دا ځکه چې هر څومره چې کاغذ نازک وي په هماغه اندازه زیات اواز ورکوي او بهترین کاغذ د راډیو لپاره اخباري کاغذ دی. کله چې د یوې صفحې لوستل پای ته ورسیږي باید هغه د سټوډیو یا مېز یو اړخ ته کیږدي. هغه ویاندویان، چې خلاصه شوي صفحه د نورو ورقو لاندې ږدي نو د غلطی لاره وهي او غلطی ته لاره هواروي دا ځکه چې کاغذ ته حرکت ورکول د مایکرفون په خوا کې نامطلوب اواز تولیدوي

د امریکا ملي نشراتي شرکت یو ویاند ته لاندې شرایط ایشي دي

ښه اواز، واضح ادا کول، صحیح تلفظ غیر محلي، ښه قرائت، د بهرنیو ژبو په هکله کافي معلومات، د اشخاصو د نومونو درست تلفظ د موسیقی او موسیقي د تاریخ په اړه معلومات، اهنګ او اهنګ جوړونکی، د شعر د تفسیر او لوستلو استعداد، د

اوریدونکو د اداره کولو قدرت، (د اعلاناتو د لوستلو په مورد کې) د استفادې لپاره د معلوماتو فن، د عالي شهادت نامې اوسوچ بورد څخه.

هغه ځانګړنې چې له یو ویاند څخه لوی ویاند جوړوي

شخصیت، جاذبه، طبیعي کیدل، صمیمت، عقیده، علاقه، د توافق قدرت، دقت تربیه، استعداد او اداره کول د هغې سره ښه اواز او د لغاتو کافي ذخیره وربانديې زیاتوو. د راډیو متوسطه ویاند، چې په محاوروي صورت خبرې کوي په داسې حال کې، چې د اعلاناتو

http://wirralsouthlibdems.com/2015/02/24/lyndale-closure-bbc-20radio-merseyside/ عکس

ویاند اړ دی، چې په صلاحیت سره خبرې وکړي نو له دې کبله زیات تنفس ته اړتیا نه لري. زیاتره وخت د یوه اعلان لوستونکي بریا په دې پوري تړلې، چې پر مهمو کلماتو باندې فشار واردوي او له عادي کلماتو څخه سرسري تیریږي.

ویاند د یوه اعلان د ویلو په وخت کې د یوه اعلان کونکي حیثیت ځانته غوره کوي او باید په داسې طریقه د اوردیونکو محبت ځانته راجلب کړي. لکه په خپل شخصي

کور کې چې خبرې وکوي، چې د هغه خبرې ټول خلک ومني. د اعلاناتو ویاند لپاره د تنفس کنترول نسبت د خبرونو ویاند ته مهم دی دا ځکه هغه اړ دی، چې زیاتره پرکلماتو فشار وارد کړي نو پدې وجه باید یوه اندازه احتیاطي هوا په خپلو سږو کې وساتي.

هغه ویاند چې اعلان په صمیمي لهجې سره ونه لولي ژر له منځه ځي. اعلان باید په داسې طریقې سره ولوستل شي، چې ګویا ویاند پخپله تجارتي مال ته معتقد دی. د اعلاناتو د لوستلو لپاره څو سبکونه موجود دي ولی تر ټولو بهترین سبک له قلقلو نه ډک او غیر رسمي دی. هر ویاند مکلف دی، چې کلمات په معیاري طریقې سره تلفظ کړي په لازمو کلمو فشار وارد کړي د هغې په ادا کولو کې موفقیت حاصل کړي، هغه خبر، چې په راډیو کې ویل کیږي باید، چې واضح، جامع او صحیح وي او د محلي او یا کلیوالي تلفظ نه ډډه وشي.

هر ویاند، چې ډیر موفق هم وي ټول اوریدونکي خوشحاله نه شي ساتلی. په افغانستان کې پښتو او دری ژبې ثابت معیارونه لري او نشو کولی، چې د تلفظ لپاره داسې طریقه پیدا کړو، چې په ټول هیواد کې په هماغه ترتیب معمول وي باید په داسې حال کې، چې د یوې کلمې تلفظ د زیاتره پوهو خلکو او اشخاصو د منلو وړ وګرځي کولی شو، چې هغه تلفظ معیاري ومنو.

خلاصه دا، چې ویاند باید د کلماتو په تلفظ کې په یاد ولري، چې اوریدونکي تل حق په جانب دي او هغه د تلفظ طریقه معمولا اساس نیسي، چې زیاتره اوریدونکي هغه خوښوي. ویاند اړ دی، چې د کلاسیکي موسیقي په معرفي کولو کې د هنرمندانو اوموسیقي غږونکو او اهنګ جوړونکو نومونه په اصلي بڼه تلفظ کړي د ساري په

توګه که اهنګ جوړونکی فرانسوي وي په فرانسوي ترتيب او که الماني وي په الماني تلفظ د موسيقي اوريدونکی په نهايت درجه متاثر کيږي.

د اشخاصو د نومونو په تلفظ کې قاعده داده، چې بايد نومونه په اصلي تلفظ د هيوادونو صورت وومومي د بحث موضوع په اشخاصو پوري اړه لري وليکن د مملکتونو او ښارونو نومونه په داسې ترتيب تلفظ شي چې د وياند په خپل هيواد کې معمول وي (٦:١).

خبرونه او د هغې ترتيب او اصلاح

خبر کولی شو د بشري فعاليت هغه رسېدلی راپور ونوموو، چې د ټولو خلکو لپاره په زړه پوري وي او يا د عوامو خلکو د تفريح يا معلوماتو باعث وګرځي. خبر کولی شو په راډيو کې په لاندې بڼو خپور کړو:

1. په تمثيلي بڼه
2. ګردی مېز
3. مرکه
4. خبر پخپله د موضوع څخه
5. تبصره
6. مستقيم خبر

1. **ډرام:** کله چې يوه يا څو پيښې د يو کوچني ډرام په بڼه وړاندی کيږي، د تياتر د لفظي هنرونو څخه زياته استفاده کيږي. د پخوانيو خبرونو لپاره تحرير او د اوريدونکو غوږونو ته رسول کيږي، وروسته تر هغې موضوع د ډرام په چوکاټ کې تمثيل کيږي او په هغې کې مسلکي ممثلين کار کوي البته ددغسې پيښنو د زيات

تاثير لپاره تل له موسيقي او صوتي تاثيراتو څخه استفاده کيږي او د پروگرام متن تحريري وي.

2. **گردی مېز:** په گردي مېز کې د ورځني بحث وړ پېښې په مورد مباحثه کيږي او په هغې کې زيار ايستل کيږي، چې خلکو ته معلومات ورکړل شي په دې پروگرام کې معمولاً يو کس مدير او درې وياندويان برخه اخلي او د پروگرام متن نه تحرير کيږي بلکې د هغې چوکاټ د کاغذ پرمخ کښل شوی وي او مدير زيار باسي، چې هره نقطه کې د خبرو ريشه پيوند کړي. بله مباحثه، چې د گردي مېز سره لږ غوندې توپير لري هغې ته علمي مناقشه (علمي بحث) او وايي هغه عبارت دی د گردي مېز د گډونوالو او نورو افرادو څخه. په دغه ډول بحثونو کې يو کس منځگړی او يا رئيس د خبرو سر په لاس کې اخلي او کله کله د خلکو جمعيت هم پکې برخه اخلي.

3. **مرکې:** د خبر دغه بڼه يو ډول ډيالوگ دی، چې له پوښتنو او ځوابونو څخه ترکيب شوی وي. په دغه پروگرام کې دوه کسان برخه اخلي.

مرکه کوونکی، چې پروگرام يې ترتيب کړی پوښتنې مطرح کوي او مرکه کېدونکی، چې معمولاً يو پيژندل شوی شخص او يا کوم متخصص او يا د کومې مهمې پېښې شاهد وي ځواب ورکوي، په زراعتي، کورني او ورزشي پروگرامونو کې زياتره مشهور کسان رابولي تر څو د اړوند خبر وروسته څو پوښتنو ته ځواب ووايي او دغه ډول مرکه په اوريدونکو کې ډېر عميق تاثير لري.(۸۳:۳)

4. **خبر:** په دې خپرونه کې يو راپور ليکونکی د خپلو وسائلو سره د يوې مهمې پېښې جريان خپلو اوريدونکو ته رسوي. ددې ډول پېښو له جملې څخه د ساري په توگه لکه هيجاني ورزشي پېښې، کنفرانسونه، د مهمو موسساتو افتحاح او نورې

وښايو، د لويو طبيعي پېښو د پيښيدو په وخت کې لکه طوفان، زلزله کيدی شي خبر په دې هکله خپور کړو ولی د هغې د جزياتو راپور وروکول د مخکې وړاندوينې د نه لرلو پراساس په دې مورد کې له امکان څخه لرې دی.

5. **تبصره:** کله، چې يو باصلاحيته شخص خپل نظر د خبر سره يا د مستقيم خبر د توضيحاتو سره ووايي، زما په عقيده دغه پېښه څنگه او يا څرنگه دی، نو دې ته تبصره وايي يا په بل عبارت کله، چې يو شخص يوه کلمه د هغې سره په اخبار کې ورزياته کړي او هڅه دې وکړي، چې خلک وپوهوي چې دغه پېښه شوی ده، هغې ته تبصره وايي. تبصره په غير مترقبه واقعاتو لکه د يوه هيواد د رييس جمهور مرگ په ناڅاپي ډول او نورو کيږي.

يو مبصر بايد د ورځې له وروستيو اطلاعاتونه خبر وي او له هغې څخه په تبصره کې گټه واخلي. په هغو موضوعاتو کې، چې صلاحيت ونلري متخصصينو ته دې مراجعه وکړي(۷۸:۴).

6. **مستقيم خبر:** هغه خبر دی، چې په مستقيم ليک سره ليکل شوی وي او په هغې کې ليکوال د خپلو عقايدو او نظرياتو مينې او کينې څخه ډډه وکړي.

مستقيم خبر په حقيقت کې نړيواله آينه ده او په دې سپيڅلي آينه کې يو وړوکی انحراف هم ځای نلري، نو همدا خبر دی چې د مهمو اشخاصو بيانيې، مرکې او د افکارو ټکرونه د نړيوالو غوږونو ته رسوي. د تاريخ ډېر ستر لحظات تشکيلوي او کولی شو، چې هغه د فکري ابلاغ او تبليغ لويه وسيله ونوموو، چې بشر د هغې په کشف کولو بريالی شوی دی.

ددې لپاره، چې په راډيو کې د خبرونو په وړاندې کولو او جوړولو کې له ستونزو سره مخ نه شو باید، چې لاندې تعريفاتو باندې مخکې له مخکې پوه شو.

1. ليکوال- اصلاح کوونکی: هغه کس، چې په خبرونو کې پرته له شخصي تبصرې څخه لاس ووهي او هغه د راډيو د اړتيا مطابق اصلاح کوي.

2. وياند: هغه څوک دی، چې د ليکوال ليکنې او اصلاح شوي خبرونه لولي

3. راپوټر: هغه کس، چې په خبرونو کې لاس ووهي پرته له شخصي تبصرې څخه يې لولي او پردې اساس هغه د ليکوال، اصلاح کونکي، وياند او راپوټر څخه مرکب ونوموو اصلاح کړي.

4. تحليل کوونکی: هغه څوک، چې په اخبار کې په تبصره زياتره افاقي تغيراتو ته علاقه ښيي نه شخصي تغيراتو ته تحليل گر ورته وايي.

د اخبار ترتيب او اصلاح په راډيو کې حياتي ارزښت لري نو د مشخصو افرادو وجود په دې رشته کې اړين دي. ددې لپاره، چې ليکوال-اصلاح کونکی شي نو وحي ته اړتيا نه شته، ولې عالي تعليمات او طبيعي علاقمندي په رشته کې ډېر زيات په درد خوري. سره له دې داسې اشخاص تر هر څه زياتره انرژي ته اړتيا لري. مطالعه او د کار تطبيق د وخت په تيريدو سره ورځنۍ ستونزې حلوي.

هر څوک، چې غواړي ليکوال-اصلاح کوونکی شي باید وکړی شي، چې هر وخت اړتيا ايجاب کړي نو جداً يو څه وليکي او حتی ځيني وخت د يو ډول فشار لاندې هم دغه کار وکړی شي. د نورو څارنه بايد تحمل کړي او ورسره په خوښی دنده سرته ورسوي او همکاري وکړي. خپله شخصي نظريه دلوړو افکارو تابع کړي په دقت سره غوږ ونيسي، په باور سره قرائت وکړي او په مسلسل ډول دې ليکنه وکړي او

هیڅکله دې دفتر پر څلورو د يوالونو او يا له هغې نه بهر د خپل ذهن نه تنبل کوي.
هغه درې مهم عناصر چې یو نوي کارکونکی دې ته اماده کوي، چې لیکوال-ښه اصلاح کونکی شي عبارت دي له:

1. د راډیويي خبرونو د ارزښت په اړه صحیح قضاوت
2. د خبرونو لیکل لکه څنګه، چې د هغې لوستل په راډیو کې مناسب دي
3. د خبرونو اصلاح کول په راډیو کې د خپرولو لپاره

څکه، چې د خبر سرچینه په دې اړه د خبر رسول د اژانسونو په غاړه دي. د خبرونو ځیني لوی مرکزونه په مهمو ښارونو کې په داخل او خارج کې نماینده ګان لري او خپل تازه خبرونه وروسته له چک او اصلاح څخه د هغې مسوولینو ته سپاري.
نن ورځ تیلي ټایپ د خبر لیږدول اسانه کړي او کولی شو د سیم لرونکو یا بي سیمه ماشینونو په واسطه خبرونه د له لرې مسافو څخه په آن واحد کې لاسته راوړو.
هغه څه چې دې برخه کې ډېر مهم دي د راتلونکي مرتبی دوسیې ساتل دي، چې پر هغې کې د جریدو او ورځپاڼو مختلف کټنګونه په تاریخوار ډول اېښودل کیږي او هر کله چې کومو معلوماتو ته اړتیا ولیدل شي پرته له دې، چې کتابتون ته مراجعه وکړي له دوسیې څخه مرسته غوښتلی شي.
په دې ترتیب په ۷ د اپریل د صحت ورځ ده او دهغې د سوابقو د لاسته راوړلو لپاره د تېر کال ۷ اپریل وګوری. دغه دوسیه، چې په راتلونکي باندې نومول شوي په ۱۲ برخو ویشل کیږي هره برخه یې د یوې میاشتې پېښې په برکې نیسي. سربیره پر دې هم د میاشتې تاریخ ښه حفظ کیږي او کله چې کال پای ته ورسید په تحویلخانه

کې حفظ کيږي. په دغې دوسيه کې هر څه، چې په راډيو کې خپاره شوي وي موجود وي.

د خبرونو په تحرير او اصلاح کې مهمترين عنصرد هغې وضاحت دی او دغه وضاحت بايد، چې د اصولو په چوکاټ کې افاده شي، ليکوال بايد په کافي اسانتيا سره مقابل لوری وپوهوي او وضاحت مرکب دی له ساده والی، وقار او طريقې څخه تر هغې وخت چې په ليکنه کې ساده والی موجود نه وي دوه نور جزه وضاحت نشي کولی له بده مرغه د ساده والي لاسته راوړل خورا ستونزمن کار دی يوازې د راسخ عزم او اوږد تمرين په واسطه نه شو کولی ، چې هغه لاسته راوړو.

نن ورځ راډيوګانې او جرايد دواړه زيار باسي، چې ډېر ساده کلمات په خبرونو کې پکار يوسي او په خاص ډول راډيو تر ټولو ډېر د ساده والي لپاره اړه ده ځکه چې:

1. د راډيو اوريدونکي زياتره غير متجانس دي نسبت د ورځپاڼو لوستونکو ته تعليم يې محدود دی

2. د يوې کلمې د معنی پوهيدل په شفاهي توګه نسبت تحرير ته ستونزمن وي.

3. که يوه کلمه د غوږ له لارې ښه وا نه اوريدل شي د اوريدونکي له دماغ څخه ژر فرار کوي. په داسې حال کې، چې لوستونکی د يوې تحريري کلمې معنی د هغې له موضوع څخه پيدا کولی شي.

نو له دې وجې دې د راډيو خبرونه دې په جلا سبک وليکل شي او په ساده والي کې دې له چاپي خپرونو څخه په څو څو ځله مخکې وي. د اخبار د مدير په خونه کې ديترايت لوحه تعليق شوي او پر هغې کې ليکل شوي: د لويو داستانونو د اظهار

لپاره واړه کلمات پکار یوسئ. په دغه رشته کې یو بل تجربه کار وایي: "کله چې پول (پیسه) (پولي) کلمه کې راشي هیڅ کله هم یوه افغانۍ استمال نه کړئ."

د راډیویي بیانیو په مورد کې، چې کوم مطالعات د امریکا د متحده ایالاتو د اوهایو په ایالات کې د راډیو په مکتب کې صورت نیولی، بیانوي چې دولس فیصده اوریدونکي ځیني کلمات لکه تمنیات، امتناع او نور نه پوهیږي. په راډیو کې قاعدتاً هر څومره، چې کلمه مختصره وي په هماغه اندازه بهتره ده ولی که چیرې مطلب په کومه کلمه کې مختصر نشي افاده کیدی، نو د یوې کلمې استعمال لا بد وي.

ددې لپاره چې د یو ویاند بیانیات په محاوره یي بنه وي د تحریر په اصولو کې باید دقت وشي او په لازمو مواردو کې دې ځیني ضمایر په هغې کې ورزیات شي لکه زه، موږ او تاسی او داسې نور. اوس زموږ د ښاروالی د انتخاباتو ورستی راپور اوریدونکو ته وړاندې کوو. د صمیمې لهجې ډیر غټ دښمن فضلیت خرڅول دي، چې دزیاتره ځوانو لیکوالانو له خوا سرته رسیږي ځکه، چې هغوی تل د خپلو معلوماتو راایستل د نورو پرمخ د ساده کلماتو پر ځای لغت پردازي کوي دا ځکه، چې د کور پرځای ځاله د حریق پرځای د اورلگیدنه- او د ښځې پرځای نجلی وایي. لیکونکي یا اصلاح کوونکي دې تر هغې چې امکان لري په مستعملو قالبونو کې د کلماتو ځای پرځای کولو نه ډډه وکړي د هغې بیلگه د غونډې جوړیدل او د شرف حدود او نور دي. همدارنگه د ډیرو ادبي کلماتو پکاروړنه د سرحد تر امکان باید پکار یونه وړل شي ولیکن د عوامو اصطلاحاتو په استعمال کې دې یوازې دخپل ځان څخه یوه پوښتنه وکړي، چې ایا ددغې اصطلاح پکاروړل د زیاترو عوامو د منلو وړ

ګرځي او هغوی له هغې څخه په امان کې کیږي یا نه؟ په هغې صورت کې د یوې اصطلاح استعمال نه یوازې دا چې مجاز دی بلکې ضروري هم ګڼل کیږي.
د ساده کولو بهترینه وسیله د یوې مرکبې جملې ماتیدل او د اوږدې جملې ماتول په څو وړو او ساده جملو دي. واضح بې له دې چې کولی شو په اړه یې وړاندې کړو.
د راډیو او اخباري جملو مقایسه دې، چې د هغې په ضمن کې ښودل کیږي، چې یوه اخباري مرکبه جمله څرنګه په څو بسیطو راډیويي جملو باندې اړول کیدای شي(۵:۱۵۵).

اخباري جمله

(پرون شپه وروسته له دې، چې د خوب زنګ ووهل شوه شدید باد د دریمې لوا د خیمې پښې هوا ته پورته کړې ونې یې له بیخه راویستلی او (۵۰) خیمې یې له ځان سره یوړی د هغې نور مالي زیان (۱۰) زره افغانۍ تخمین شوی دی)(٦:٦).

راډیويي جمله

(پرون شپه شدید باد د دریمې لوا د خیمو پایې (پښې) تر ضربې لاندې رواستلی، طوفان، چې د خوب د زنګ له وهلو وروسته پیل شوی وه ونې یې له بیخه ویستلی (۵۰) خیمې یې له ځان سره وړې، مالي زیانونه یې (۱۰) زره افغانۍ تخمین شوي دي).
د اخبار په تحریر یعنې لیکوالی کې باید هره جمله پر خپل ځای پکار یووړل شي، دغه دوو جملو ته ښه دقیق شئ:
(پولیس، چې د خزانې په دوازه کې ګمارل شوی وه محمد اسلم نن خپل ځان وواوژه) ددغو دو جملو له مطالعې څخه معلومیږي، چې دویمه یې محاوری ته نږدې دی او باید چې پر لومړنې جملې ورته ترجیح یا بهتري ورکړل شي. د راډیو سبک

کوم نوی شی نه دی ځکه، چې پيړۍ مخکې په هغې وخت کې الفبأ نوي اختراع شوي وه، خلکو اخبار په محاوري بڼه يو بل ته رسول او تر هغې وروسته د وخت په تيريدو سره د مرکبې راډيو په منځ ته راتلو سره، چې د زړو او نويو کلمو څخه جوړ شوی وه، د شخصي مکالمې په طريقه وړاندې کيده.

په دې وروستيو کې داسې تمايل منځ ته راغی، چې د ورځپاڼې ژبه د راډيو له ژبې سره يو ډول وګرځي او د نوموړي نظريې د طرفدارانو عمده دليل دادې کله، چې نوموړي صنعت په کوم خبر کې وجود ولري، کيدای شي هغه هم په ورځپاڼه کې چاپ کړو او هم يې په راډيو کې خپور کړو.

سره له دې، چې خبر ښه ولوستل شي بايد په ښه ترتيب سره برابر شي او د خبر برابرولو ښه ترتيب په دې پوري تړلی دی، چې ليکوال خپل اصلاح کوونکی د خپل همسايه په کور کې وګني او هغه ته موضوع د (۵) څخه تر (۱۰) دقيقو پوري داسې شرح کړي، چې د هغه ټوله پاملرنه ځانته راوړوي ددې لپاره اړين دي، چې د خبر په پيل کې د اوريدونکو التفات جلب شي او تر هغې وروسته اصلي خبر وړاندې شي او طبعاً پر هغه خبر کې پنځه عمده او مهم جزهَ دي او يا بايد وي پرته له هغې به اوريدونکی هغې ته هيڅ کامله پاملرنه ونه کړي او دغه پنځه جزء عبارت دي له: څه وخت، څه شی، ولې، څوک، چېرته، څرنګه؟ د خبرونو په ترتيب او تنظيم کې لازم دي هغه خبرونه، چې د زياتره خلکو ته په زړه پوري وي، لومړی خپاره شي، همدارنګه بايد اوريدونکی په داخل ديوې کورنې کې په نظر کې ونيسي او د هغوی تشخيص په زړه پوري والی (دلچسپي) مراعت کړي يعنې د ښځو لپاره ارايش (سينګار) غذا، صحت، عشق په هکله خبرې وشي. همدرانګه بايد وپوهيږو، چې

نارینه د سیاست، د ټولنی کاروبار، صنایع، ورزش، له کور بهر ژوند، سیر او سفر، مکتب، لوبې او سرگرمي پوري اړوند کارونه خوښوي(۱۷۲:۷).

هغه څوک، چې د خبرونو په ترتیب کولو موظف وي باید تر هر څه لومړی په پیل کې په خبر کې د یوې پوښتنې داخلول او یا د متن پیل په یو هیجان لرونکي متن باندې د اوریدونکو دلچسپي تحریک کړي. همدارنگه باید پر هر مورد کې دغه درې اصله خپل شعار وگرځوي، چې د خبرونو په تحریر کې هیڅ وخت د کلام له صحت، افاقیت او انصاف څخه یوه زره هم ډډه ونه کړي.

مهم قانوني ټکی، چې دخبر لیکوال تل هغه په نظر کې ولري دادې چې باید د خریدار په سترگه ورته وگوري، چې ایا په دغه خبر کې داسې کوم ټکی موجود دی، چې د حرمت باعث او یا دیو یا څو اشخاصو د اتهام سبب شي.

په بل عبارت باید وپوهیږو، چې هر شخص د یوه پولیس له خوا توقیف کیږي حتماً او لوزماً قاتل یا مجرم نه دې، همدارنگه هر شخص، چې تر محاکمې لاندې نیول کیږي، حتماً او لزوماً په کوم جرم باندې نه دې مرتکب شوی او امکان لري وروسته له کافي تحقیق څخه برئت حاصل کړي. همدارنگه هغه کسان، چې کولی شي، په کافي سهولت سره د هغو کلمو څخه لکه طبیب، قصاب، قانون پوه، روحاني، ریاکار ، نالایق مامور او ماتې خوړلي تاجربدنام کړي، نشي کیدی، چې په خبرو کې وي.

دخبر لیکوال تل باید لاندې ټکي د خپلی لومړنی دندې په حیث وگڼي او ډېر ښه یې رعایت کړي.

1. د ژبې د غلطیو تصحیح
2. د موضوع د غلطیو تصحیح څو کومه اشتباه رامنځ ته نه شي.

3. د سلیم ذوق په نظر کې نیول
4. له خبرونو څخه د تعصباتو له منځه وړل
5. ددې په نظر کې نیول، چې په خبر کې څوک توهین نشي
6. د خبر پرارزښت باندې تجدید نظر او تعادل په نظر کې نیول
7. د خبرونو د ښه جوړولو اسلوب
8. د خبر د لوستلو وخت په نظر کې نیول.

په پای کې دوه مهم جزونه د خبر د لیکوال عرضه کیږي، چې یو د الفاظو پوسیله تجسم او بله یې بشري علاقه دی. د راډیویي خبر لیکوال لپاره اړین دي هر هغه څه، چې غواړي باید ذهن کې پاتي شي گمان دې وکړي، د مناسبو کلمو په واسطه په نظر کې ورته مجسم کړي د نوموړو کلماتو د ښه استعمال یوه بیلگه داسي ده: (ستړیو خبرنگارانو د فتحې زیری خپل انتظار ایستونکي ملت ته ورساوه)

د دویم جز په مورد کې دومره عرض کیږي، چې د بشري ټولنی افراد عموماً د څو مشترکو شیانو سره علاقمند دي او هغه عبارت دي له: اطفال، حیوانات، ظرافت، غم، عشق ، عجیبې او غریبی پیښې.

د پنځه دقیقې خبرونو دمتن نمونه، چې له یوه راډیویي مرکز نه وړاندې شوې ده.

1. په دې ساعت کې په (ن) کور کې غم او ښادي یو د بل سره گډه دي.

ورسته له دې د یوه طرف یا یوې جنأ له خوا د (ن) کور وسوزیده څلور کلنه انجلی (ک) یې ورڅخه روغه رمټه وژغورل شوه لیکن د (ک) سپي چې (ل) نومیده هلاک شوهغه خپل ژوند د (ک) نه قربان کړ.

2. اورلگيدنه په ۳ بجو د (ن) کور په زيرزمينی کې چې د (و) په جاده کې واقع ده پيل شوه د هغې علت د آب گرمی نه بولي، د اور لمبو دشاتنی زينې له لارې سرايت وکړ او له هغه ځايه د ماشومانو خونې ته ورسيد، چې هلته ماشوم (ک) ويده وه (ن) ميرمن د (ل) اواز د همسايه کور له برنډې څخه واوريده.

وفادار سپی له هغه ځايه منډه واخيستله او خپل ځان يې د (ک) خونې ته ورساوه څو هغه د اور له لمبو څخه ژوندې را اوباسي، څو دقيقې وروسته د اطفايې کارکونکو اور مړ کړ ولی (ل) په سترگو ونه ليدل شو. د اطفايې کارکونکو د هغې په اور سوي جسد د زينو په لار کې پيدا کړ، چې د اور شغلو هغه له څلورو خواوو څخه احاطه کړی وه.

3. (ن) ته رسيدلی تاوان يولک افغانۍ تخمينوي. هغه وايي مونږ کولی شو کور ترميم کړو، ولی حقيقي ضايع (ل) دی. هغه د (ک) ژوند وژغوره مونږ به هيڅکله دا هير نه کړوهغه وړوکی سپی (د قهرمانانو له جملې څخه دی)

4. د ورځې په پيل کې مخکې له دې چې (ن) رياست ته ولاړ شي دښاري سرويسونو لايحه يې امضأ کړه. ددې لايحې مطابق د نويو سرويسونو د خريداری لپاره دوه ميلونه افغانۍ تخصيص ورکړ شوی دی.

دغه سرويسونه به د ميوند جادې او نوي ښار ترمنځ پکار واچول شي او د في نفر کرايه به يوه افغانۍ وي.

5. محمد عادل د غوړيو د جگ نرخ د خرڅلاو په اړه پنځه سوه افغانۍ جريمه شوه. هغه په يوه متوسطه کس باندې يو من غوړي خرڅ کړل په داسې حال کې، چې هغه ۵۰ افغانۍ د ښاروالی له نرخ څخه يې تجاوز کړی وه. کله، چې خريدار

خپل ځان معرفي کړ معلومه شوه، چې د ښاروالی د تفتیش رئیس دی محمد عادل وویل: هغه سړی، چې زه یې لکه موږک په درې کنجو کې راګیر کړم.

6. دا ول محلي خبرونه: اوس وروستي بهرني خبرونه وړاندې کیږي.

د فلسطین وضع تر اوسه بحراني ده. هغه جنګونه چې د بیت المقدس په کوڅو کې روان دي، درې کسان نور هم وژل شوي دي د اعرابو ویاند ویلي: تر هغې وخته، چې انګلستان خپل سیاست ته تغیر ورنکړي، دا مقدسه ځمکه به د جنګ په ډګر بدله شي. له لندن څخه پدې هکله کومه تبصره نده شوې.

7. په چین کې څو کلي د بربادې سرحد ته رسیدلي. کله چې د یونایتد پریس استازي د جنګ له ځای څخه لیدنه وکړه، وویل، چې خوراکي موادو او لباس ته احتیاج په چین کې مخ په زیاتیدو دي.

8. په واشنګټن کې د امریکا رئیس جمهور ویلي دي، چې موږ به د وریجو او دوا لیږد ته چین ته دوام ورکړو هغه وویل د امریکا سفیر به له چین څخه راستون شي څو د هغې هیواد په امورو کې راپور ورکړي.

9. دیوې ښځې او میړه د ازدواج مسائل، چې د خوابښې لخوا ډېرو زیاتو ستونزو سره مخ دي نن ورځ ماسپیښن د فلادلفیا په محکمه کې یې د طلاق موضوع مطرح وه. مارټن ملر، چې بانک لرونکی ده د خپلې میرمن څخه یې د جلا کیدو تقاضا وکړه دا ځکه، چې انږور له خوابښی سره له ژوند کولو انکار کړی دی. دملر وکیل ادعا کوي، چې د میرمن ملرد دا وضع د میړه پر مقابل کې د میړو د ترک کولو حکم لري. قاضي الیرت جونز وایي موږ یې اقتباس کوو "موږ هیڅ میرمن دې ته نه اړ

باسو، چې د خپلې خوابښې سره ژوند وکړي د يوه کور د چلولو لپاره يوه ښځه کافي ده"

د اقتباس ختم، جونز د حکم د صادرولو څخه انکار وکړ. ملر به مرافع طلب شي.

10. اوس د فوټبال د سيالۍ نتايج ستاسې حضور ته وړاندې کوو، د مجارستان د فوټبال تيم د انګلستان د ټيم پر مقابل کې په دوو ګولونو غالب شو. دا لومړی ځل دې، چې د شرقي اروپا ورزش کاران پر خپلو غربي رقيبانو غلبه حاصل کوي.

11. د خبرونو لنډيز-اهم اخبار

1. د ښاروال (ج) (۴) کلنه لور ورسته له دې چې اور يې د کور يوه برخه وسوزوله نجات ورکړ شو.

2. سپي د اور په لمبو کې ديو ماشوم ژوند ته نجات ورکړ ولی پخپله حيوان د اور په لمبو کې خپل حيات له لاسه ورکړ.

3. نوي سرويسونه به د ميوند جادې او نوي ښار په منځ کې د ميزان مياشت کې په کار واچول شي.

د هوا حالت

د هوا پيژندنې ادارې د کابل او د هغې د شاوخوا حالاتو په هکله داسې راپور ورکوي د هوا د حرارت لوړه درجه ۲۷ رطوبت ۴۲ فيصده- نن شپه به اسمان وريځ پوښلی وي او کله کله به شديد باران ووريږي. ټيټه درجه د حرارت ۱۲، باد د شمال غرب لخوا. سبا به اسمان وريځ وي د ماسپښين لخوا به اسمان صاف وي. د حرارت لوړه درجه به سبا ۳۰ معتدل باد به د شرق لخوا لړيږي د جمعې په ورځ به هوا صافه خو يوه اندازه به سړه وي (۸۹:۸).

بيانيې

معمولاً کولی شو، چې هر څوک دعوت کړو څو په راډيو کې بيانيه ورکړي. بيانيه ديو وتلي وياند په قول عبارت ده له يو اړخيزه محاورې څخه د اوريدونکو د هر يو کس سره هر څوک، چې په راډيو کې خبرې کوي بايد د ويلو لپاره په زړه پوري موضوع ولري هغه بايد په جذاب صورت بيان کړي، او خپل شخصيت ته په خوښې سره تبارز ورکړي. هغه کسان، چې په دغه ډول بيانيو کې موفق بلل کيږي، هغه کسان دي، چې د خلکو په زړه پوري والی يې موندلی دی او په داسې وياندويي گوته ږدي، چې د خلکو د خوښې او علاقې باعث وگرځي.

په دغو بيانيو کې بايد په زړه پوري بشري معلومات د يو بل سره امتزاج شي. همدارنگه د وخت حدود بايد مراعت شي او وياند په هره دقيقه کې بايد (۱۴۰) کلمې افاده کړي او هر فکر په بيانيه کې بايد بل فکر په طبيعي ډول تعقيب کړي.

هره راډيويي بيانيه بايد لاندې پنځه ټکي په برکې ونيسي:

1. يو په زړه پوري حکايت يا نقل قول له کوم معقول ظريف څخه.
2. د هغو نقطو خلاصه، چې په بيانيه کې ځای پر ځای شوې دي.
3. د پورته ذکر شويو نقطو خلاصه، سريع انکشاف يا د هغو رابښکته کيدل.
4. اوريدونکو ته لارښوونه څرنگه، چې وياند غواړي عملي کړي او څرنگه يې په دې اړه زياتره معلومات حاصل کړي.
5. وروستی خلاصه د ذکر شوو نقطو د اوريدونکو د ذهن ساتلو لپاره

پردې سربېره بايد د بيانيې متن داسي وليکل شي، چې د اوريدونکو دفهم وړ وي او هغه افکار، چې غواړي يې جديداً يې اوريدونکو ته ورسوي پکار ده، چې په ساده الفاظو توضيح کړي.

په راډيويي بيانيه کې له هغه څه، چې بايد ډډه وشي عبارت دي له:

اشاره يي نومونه لکه دغه او هغه، د ربط حرف لکه څوک، څه وخت، فوق او فوق الذکر، اول الذکر، اخيرالذکر او نور. څرنګه، چې مخکې هم ذکر شول، هر هغه څه، چې د جريدو لپاره ليکل کيږي او هغه څه، چې د راډيو لپاره ليکل کيږي توپير لري.

د ساري په ډول دغه جملې ملاحظه کړئ:

(جريده! دا هغه فصل دی، چې د ځنګل راکښون او مزرعه انسان بيدار وي او د نباتاتو نوي رسيدلي عطر هوا مملو کوي)

(راډيو: کله، چې دغه فصل پيل کيږي راکښون احساس کوي، چې بايد د مزرعې او ځنګل لورته لاړ شي پدغه وخت کې غواړي،چې خپل دماغونه د نويو رسيدلو نباتاتو له عطرو څخه ډک کړي)

بيانيه ورکونکی بايد کوښښ ونکړي، چې يو طرف ته خپل ځان داسې ظريف وښايي. البته ديوې نيمې قصې داخلول واجب دي ولې پکار ده، چې دهغې ځای بايد وپيژندل شي او د بيانيې پرصفحو باندې شميره وليکل شي پکار نده، چې سنجاق ولګوي او په هره صفحه کې جلمې بايد پای ته ورسيږي دا ځکه، چې صفحه پای ته ورسيږي او بله صفحه لاس کې ونيول شي يوه وقفه رامنځته کيږي او اوريدونکي يو لږ وخت انتظار باسي ډېره ښه به وي که په داسې حالاتو کې بيانيه

ورکونکی خپل ځان او خپله موضوع انانسر ته وروپیژني څو هغه د نوموړي صلاحیت په یاده موضوع کې اوریدونکو ته ووایي.

وینا

وینا د راډیویي خپروني ساده بڼه ده، چې د مفاهیمو مجموعه د مختلفو جملاتو پر چوکاټ کې د ځانګړي پیغام په صورت کې اوریدونکي ته وړاندې کوي، له هغې ځایه چې وینا یواځې کولی شي، چې سترې کوونکي وي، یو وینا کوونکي خپرونه کولی شي د رنګارنګي په لور په وړاندې کولو او منلو کې په مختلفو لنډو برخو، په منطقي صورت وویشو او ځیني برخې یې د موسیقي په واسطه یو له بل سره پیوند کړو. په دا ډول خپرونه کې سوژه په لیکلي او لوستلي صورت راځي او لیکوال د موخې په پاملرنې سره او د پیغام اخیستونکو په نظر کې نیولو سره وینا تدوین کوي او تهیه کوونکي ته یې استوي. تهیه کونکی وړ او پکار وړونکی اجرأ کوونکی د وینا لپاره را دعوت کوي.

متن د تمرین لپاره د ویاندویانو په واک کې ورکوي او د ستونزو د لیري کولو څخه وروسته خپرونه د ثبت لپاره اماده کوي. د ساده وینا په یوه خپرونه کې عمده مسایل عبارت دي له: د درست بیان مراعت کول، د مجلې پر اساس ټکو باندې تأکید د ریتم رعایت او مناسب اهنګ د خپروني د محتوا سره او د نظر وړ ژبه او متناسب لحن پیدا کول د نظر وړ مفاهیمو سره.

یوه بڼه راډیویي وینا په یوه چاپي نوشته یا لیکنه کې ټولې موجودې ښیګڼې د یو مخامخ ټکر لرونکي دي. د راډیویي وینا بهترین ډول هغه دی، چې د یوې دوستانه خبرې په هکله مشخصه موضوع وي او دا پخپله په راډیویي وینا کې دیو رنګ

جوړښت وجود ته اړتيا دی. دا په دې معنا ده، چې د وسطه پيل او د ساده راډيو وينا پای وي. د ټولو مخاطبانو د عامه درک قدرت ته پاملرنه د رسنۍ د ځانګړتياو څخه ده. په يوه راډيويي وينا کې د زده کړې د زياتو ټکو وجود چندان مناسب نه دی.

د خپرونې متن بايد ډېر ساده او روان وليکل شي. له ذهن څخه ليري او عجيب او غريب کلمات لکه څنګه، چې کيدی شي د وياند لپاره ظاهري اعتبار يا باور ورکړي ولی شايد د اوريدونکي د ځورونې حتا عصبانيت موجب شي. د يوې ښې وينا درې پښې يا پايې يا درې ضلعې عبارت دي له:

يووالی

وينا بايد د جملاتو يو ډول او يورنګي څخه برخمنده وي. تر هغې وخت، چې ستاسې وينا د يوالي، رواني او تأکيد څخه بهرمنده نوي يوه څلور پښو يعنې څهارپايو ته به ورته وي، چې ځينې پښې به يې ماتې وي. کله چې ځانګړو کسانو او پيژندل شوو کارپوهانو څخه د مختلفو معقولو په وړاندې کولو کې ګټه واخيستل شي نو په ډېره ښه طريقه به د راډيويي وينا اعتبار کيدو باندې ور زيات شي او په عين وخت کې کارپوه بايد خپل مطالب په ساده او روانه ژبه او د فهم وړ بيان کړي.

وينا بايد ساده او د فهم وړ وي

د وينا تأکيد بايد په هغې ډول وي، چې اوريدونکي وروسته له اوريدلو څخه هم هغه په ذهن کې وساتي. دې مقصد ته د رسيدلو لپاره د کلام په پيل کې په اوريدونکو کې د علامې د پيدا کولو لپاره لازم د نظر وړ مسلې باندې تأکيد او يا د لازمو دلايلو په ذکر کولو سره به د اوريدونکي د علاقې پر ميزان کې زياتوالی راشي.

دا بايد ذکر کړو که هغه وينا، چې د پورته ذکر شوو مواردو څخه خالي وي د هغې درې پښو يا درې پايې ته ورته دي، چې يوه د هغوی يې له لاسه ورکړي وي.

په يوه راډيويي خپرونه کې وياند پر سلام اچولو باندې پيل کيږي. وينا کولی شي، چې پرته له کوم تکليف څخه د سلام پر اچولو باندې پيل کړي. د راډيويي خپرونو په نويو الګوګانو کې وياندويان د خپرونې په پيل کې خپل ځان معرفي کوي او د اوريدونکو لپاره پيژندل شوي هويت لري. همدغه کار ددې موجب شوي دي، چې د يوې راډيويي خپرونې وياند بايد د ځانګړي باور او هويت لرونکي وي.

ولې په پرمختيايي هيوادونو کې د خپرونې وياند عموماً راډيويي وياند د يو ناپيژندل شوي عامل په عنوان او يوازې د ليکوالانو د مطالبو انتقال کوونکي ياديږي. مهم ټکي چې په ځينو ويناوو کې بايد هغې ته پاملرنه وشي دادي: کله، چې يو تخصصي موضوع د يو کار پيژندونکي او کارپوهه په واسطه مطرح کيږي. دداسې وينا قوت په ځوځله له هغه حالت څخه زيات دي، چې د خپرونې يو عادي وياند هغه ولولي.

کار پيژندونکی کس بايد په دې باندې قادر وي، چې خپل اطلاعات په ساده او روانه ژبه خپلو اوريدونکو ته منتقل کړي. واقعيت دادی، چې د راډيو د مخاطبانو په منځ کې يو له بل څخه متفاوت خلک وجود لري. که چېرته يوازې يو اوريدونکی په نظر کې ونيسي وينا مو زياتره فردي اړخ غوره کوي. په دې صورت کې د هر اوريدونکي احساس به دا وي، چې تاسې يوازې د هغه سره دخبرو په حال کې ياست. لکه څنګه مو چې وويل مناسب ترينه راډيويي وينا هغه وينا ده، چې له (۱۰) دقيقو څخه کم وخت ونيسي او که چېرې زيات شو نو بهتره ده، چې په وړو وړو برخو وويشل شي.

وينا په راډيو کې د معمولي قالب څخه دی، چې زموږ په دوديزه ټولنه کې هم سابقه او ريښه لري. زموږ خلک د وينا په ښه په مسجدونو او مختلفو مذهبي مراسمو کې

او ځيني وخت د اجمتاع سره سرو کار لري. عمده ترين اصل د يوې وينا په خپرونه کې د مطالبو منفي تدوام او د اصلي فکر حفظ بيان شوی دی او د مناسب او صحي لحن پيدا کول د وينا لپاره دي.

تهيه کوونکی بايد ټول دغه اصول د توفيق د ايجاد په منظور په وينا کې د ويناوالو سره په منځ کې کيږدي يعنې د هغو سره شريک کړي او هغه ته د صحي کار په سرته رسولو کې هدايت ورکړي. راډيويي ويناوې کولی شو په دوو برخو وويشو.

عمومي ويناوې

د وينا نه موخه د عمومي موضوع په هکله د تبليغ يا يوه فکر القأ رانغبنتل يا رانغاړل او يا اخلاقي او اجتماعي مضامين دي. په دا ډول ويناوو کې بايد دقت وشي، چې د اصلي فکر په خوا کې د موضوعي بيان طرح نشي چې اصلي موخه او فکر مغشوش کړي او يا د هغې اثرات خنثی يعنې له منځ يوسي.

علمي ويناوې

لکه څنگه چې په موضوع کې د تهيه کوونکي دخالت د تخصص د نه لرلو دليل مهم ندې ولې تهيه کوونکی په ذوق سره کولی شي د بيان د طريقې په اجرأ کې د رنگارنگي او جذابيت د رامنځ ته راتلو لپاره مداخله ولري.

د راډيويي خپرونو د ويناوو بدترين ډول د توان ترحده د هغو کسانو له منځ غوره کړو، چې په زړه پوري اواز ولري. د راډيو په ويناوو کې بهترين ډول د هغو مختصر يعنې لنډ او ساده ترين د هغو دي. د يوې راډيويي عمومي ويناوو لپاره ايډيال د (۱۵) دقيقو په حدودو کې او د تخصصي ويناوو لپاره تر (۴۵) دقيقو پوري ټاکل شوي دي.

ګردی مېز، بحث (وینا)

بحث یا (Discussion) د یوي موضوع په اړوند بحث ته وایي یعنې د یوې موضوع په اړه یو ګروپ بحث یا وینا کوي. پردې بنا د بحث پر بنسټیزه بڼه کې اجراکوونکی وجود نلري. معمولاً موږ کولی شو د یوې مجلې په ریتم د بحث په عنوان استفاده وکړو، دا چې مجله له څو برخو څخه تشکیل شوی دی. که پکار وي، چې خپرونه یوازې په بحث کې شامله وي، اصلاً د اجرأکونکي وجود ته اړتیا نشته نو پردې اساس ستاسې د خپرونې کیفیت په دې پوري تړلی دی، چې بحث تر کومه حده غني او قوي دی.

ګردی مېز زیاتې پکار وړنې لري د خپرونې د ویناوو د ګروپ له جز څخه ګڼل کیږي. په دغې خپرونه کې معمولاً دوه یا څو متخصصین د خپرونې د پرمخ وړونکي سره مسله او ستونزه مطرح کوي، چې د یوه ځانګړي اجتماعي ګروپ یا پر ټولو خلکو پوري اړه لري. هر څوک د خپل د لیدلوري اود خپرونې اصلي موخې په پاملرنې سره د هغې په اړه بحث کوي(۱۷:۱۰).

په دا ډول خپرونه کې چلونکی یا پرمخ وړونکی باید په موضوع حاکم وي او تر لازم حده پوري د خپرونې له موضوع سره اشنایي ولري او وکولی شي مطرح شوي اندیښنو ته منطقي پیوند او د فکري تسلسل په مراعت کولو سره تعقیب او نتیجه ګیري یې وکړي. د تهیه کونکي پاملرنه او نظارت د فکر په انسجام کې د برخو صحي اجرأ په ګردي مېز کې د اعضاو د نوبت یا وار مراعت او د بحث معقول دوام د مهمو اُصولو څخه دي، چې باید هغو ته پاملرنه وشي. د ګردي مېز پرمخ وړونکی یا اجرأکونکی کولی شي د برخوالو د ځانګړنو څخه یو او یا د کافي او کاملو اطلاعاتو لرونکي

شخص وي. گردی مېز دراډيويي پيغامونو د وړاندې کولو د قالبونو څخه يو د مختلفو موضوع گانو لپاره دي، چې پر هغې کې د معينې موضوع په اړه مختلف کسان خبرې کوي. د برخوالو تعداد په گردي مېز کې معمولاً له (۳) څخه تر (۴) پوري اجرأکوونکي يا گردانندہ سره په بحث کی دی.

يو گردی مېز د لاندې مشخصاتو لرونکی دی:

- مهمې پوښتنې بايد په جالبه طريقه مطرح شي.
- بايد اوريدونکي مختلف فکر کولو ته وهڅول شي.
- ښودل بايد مشترکه گروهي هڅه وي، چې د مسلې د حل د لارې د پيدا کولو لپاره گدې هڅې او يو د بل سره د افکارو په تبادله کې وي.

راډيو د خلکو په خدمت کې

د هرې راډيو دنده خلکو ته تفريح، راحت او خدمت دی يا په بل عبارت د راډيو هر مرکز مکلف دی داسې دنده سرته ورسوي، چې خلک زيات راحت وکړي او اړتياوې يې ډېرې ښې پوره شي او ډېره ښه تفريح وکړي.

ښه پروگرام هغه دې، چې تفريحي عناصر د موسيقي او ډرام سره په ظرافت گډ شي. هر هغه څه، چې خلکو ته اړين تصور کيږي عبارت دي د زراعتي محصولاتو په نرخ باندې پوهيدل، د اسعارو او ابهامو قيمتونه، دهوا د حالاتو خپريدل، د دهقانو او تجارانو لپاره اړين دي هغه وخت د ټولو لپاره اړين بلل کيږي، چې حرارت او يا برودت خپلې انتها ته ورسيږي. زياتره راډيويي مرکزونه وخت په وخت غواړي اعلان کړي، چې داکار د کارگرو ښځو لپاره ډېر په درد خوري. د داخلي او بهرنيو پيښو په اړه معلومات د ځيني کسانو لپاره اړين او ځينو لپاره راحت گڼل کيږي. زياتره راډيويي

مرکزونه د ورځې درې ځله خبرونه خپروي. د مامورینو سره مرکه ، داوریدونکو لپاره د دلچسپي وړ گرځي د پارلمان د مجلسونو جزیات د حساسو شعباتو، د پولیسو د فترونه، او یا د تجارت خونې، د خلکو لپاره په زړه پوري دې او د ښار له برجسته کسانو سره مرکې د ټولو کسانو د علاقې وړ گرځي.

د راډیو پروگرامونه باید په داسې ډول برابر شي، چې د خلکو لپاره د صنایع، تجارت، بانکداری او د ښار وتلي او برجسته کسانو په هکله معلومات ورکړي. په ټوله کې دغه پروگرامونه کې کیدی شي فوالکور او ډرام هم ورداخل کړو. د مهمو خبرو خپریدل د ورکو یا لا درکه کسانو په لټه کې، پودر شیندل، او ورک شوي شیان د راډیو داخلاقي دندو څخه دی(۵:۱۱).

یو راډیویي مرکز باید کم تر کمه په اونۍ کې یو ځل صحي پروگرام ولري د دا ډول پروگرامونو موخه د اشخاصو په اړه کره او تازه معلوماتو ورکول دي، چې خپلې حفظ الحصي ته دلچسپي نه لري او یا دهغې په ارزښت نه پوهیږي. ددغو پروگرامونو مطالب باید په ډېره ساده او عامیانه ژبه لیکل شوي وي او ډېر اوږده نه وي ترڅواوریدونکي ستړي نه کړي. د نوموړي پروگرام ویاند هغه پوښتنو ته، چې د اوریدونکي په ذهن کې راځي ځواب ووایي.

د صحي پروگرام وخت باید په کامل دقت سره تعین شي د سارې په توگه د معدې د سرطان په اړه طبي وینا د شپې د ډوډوی په وخت کې باید تصادف ونه کړي د راډیو مرکز باید اجازه ورنکړي، چې د پروگرام واک د یو تعداد ډاکټرانو په لاس ورشي بلکې یو صلاحیت لرونکی مقام هغه تر څارنې لاندې راولي. همدارنگه باید د پروگرام برابرول د طب د متعلم او یا د کوم لږ شهرت ډاکټر په لاس کې وي نه دا، چې د یو

ډېر ماهر او مشهور طبيب په لاس کې داځکه، چې لږ شهرت ډاکټر ډېر وخت لري زيات تحقيق کوي او د نورو نظرونه په ارامې سره اوري او مني يې.
د صحي پروګرام بهترينه بڼه وړوکی ډرام دی پدې شرط، چې د هغې مواد صلاحيتدار طبي مقام برابر کړي او دهغې متن د ډرام ليکوال وليکئ او د هغې تمثيل مسلکي ممثلين په غاړه واخلي.
د صحي پروګرام بله طريقه مستقيمه مرکه ده، چې په هغې کې حقايق داسې په زړه پوري د محلي موسم او شرايطو په نظر کې نيولو سره سم وړاندې کيږي او د پوښتنو او ځوابونو پروګرام، چې په هغې کې د يوې موضوع په اړه سوالونه کوي او بل هغې ته ځواب ووايي. د ډاکټرانو لپاره نسبتاً مشهور او مناسب نه ليدل کيږي.
زراعتي پروګرام د ټولو پروګرامونو څخه عاميانه وي او په هغې کې حقايق کم وړاندې شي او دغه محدود حقايق هم په زړه پوري لنډو حکايتونو، لطيفو، باندې ظريف او په زړه پوري جوړ شي. بل مهم پروګرام، چې کيدی شي هغه د قانون انفاذ ونوموو، تشويق محتوا او د خلکو ترغيب د قانون د اوامرو په پيروي او د پوليسو سره همکاري دی، چې د ټولنی د نظام سره مرسته کوي.

راډيويي حرفه

د يوی راډيو په مرکز کې ددندې سرته رسول د شخص لپاره يو ډول اعتبار ورکوي او يا محبو بيت رامنځ ته کوي ولی هغه څه، چې ددې اعتبار او محبوبيت څخه مهم دي د هغې ساتل دي. له ټولو کسانو څخه، چې په راډيو کې دنده سرته رسوي انانسر ترټولو مهم رول په غاړه لري.
د امريکا ملي نشراتي شرکت د انانسر د جذبولو لپاره لاندې شرايط ايښي دي:

1. دبهرنیو ژبو په اړوند معلومات، نومونه، اوپراګانې او اهنګونه او بهرني تصنیف جوړونکي، د فرانسوي، الماني او ایټالوي اهنګونو او نغمو عنوانونه او لړ هسپانوي.
2. د ذهن حضور، ښه حافظه او ښه انانس في لبديهه.
3. د اعلاناتو درست لوستل.

سربیره پردې، د راډیو هر مرکز غواړي، چې انانسر د صحیح قضاوت قوه ولري څو وکولی شي په اضطراري وخت کې پخپله تصمیم ونیسي، متین او خون سرده وي او وکولی شي د خپل بیان سرعت ته پخپله تغیر ورکړي څو پروګرام یې د ټاکلي وخت څخه کم او زیات نه شي.
د علمي رتبې لرل، چې له کوم دارلفنون څخه وي دانانسر لپاره مزیت بلل کیږي دا ځکه، چې هغه باید دهر شي په اړه باندې پوه شي او په اصطلاح هر کاره وي څو د څو لحظو لپاره یو ادبي پروګرام معرفي کړي او بیا وروسته یو مذهبي پروګرام وړاندې کړي همدارنګه پکار ده، چې د موسیقي اصطلاحاتو باندې پوه شي، په خبرونو کې بهرني نومونه ښه تلفظ کړي، غږ یې په زړه پورې وي، د لغاتو کافي ذخیره ولري، د تخیل او ابتکاري قوې خاوند وي، او وکولی شي پرته له سریزې او تیارې څخه خبرې وکړي. دیو موفق انانسر ډېر مهم صفت دهغه پابندي ده دائکه، چې د شپې او ورځې په هر وخت کې هغه احضار وي او د هغه د کار منظم ساعتونه په حقیقت کې نامنظم وي او ډېره وړوکي بې نظمي د راډیو کار ګدوډ کوي او راډیو ددې ځای نده، چې پر هغې کې دېر وړوکی عذر او معذرت ومنل شي.
د پروګرامونو مدیر په سټوډیو کې د هر چا پر کار نظارت کوي او متوجه دی، چې ټول شیان د مرام مطابق پرمخ ولاړ شي. هغه پریکړه کوي، چې د اعلاناتو په منځ

کې يعنې ددو اعلانونو او يا مضمون په منځ کې او د هنري خپرونو او تجارتي خپرونو د اړخونو ترمنځ په حقيقت کې يوه د وصل حلقه يعنې رابطه په حساب راځي او خپله گوته يې د خلکو په نظم باندې ايښي او هغه کسان، چې د خلکو پرمنځ کې محبوب دي هيله کوي، چې راډيو ته راشي او د څو لحظو لپاره وينا وکړي. د پروگرام د مدير ستره دنده تفريحي پروگرامونو ته ابتکاري اړخ ورکول دي.

د راډيو په هر مرکز کې د څو ليکوالو موجوديت د لومړنيو لوازمو او يا وسائلو څخه گڼل کيږي څو هغه څه، چې انانسر غواړي مخکې له مخکې برابر ليکل شوي وي. دغه ليکوالانو ته پکار ده، چې د تخيل دعالي قوې لرونکی وي، د کافي لغاتو ذخيره، دبصيرت او قضاوت قوه ولري او په ځانگړي توگه وکولی شي، چې جذاب اعلانات او ښه ډرامونه وليکي. دا ډول کسان معمولاً له هر اړخه ډېر رضايت بخش نه وي نو له دې وجې زياتره راډيوگانې نوموړي د اعلاناتو په ليکلو مصروف کړي. ډرامونه او ديالوگونه له بهر څخه برابروي او د قرارداد مطابق هغوی ته پيسې ورکوي. هغه ليکوالان، چې له راډيو څخه بهر قرار لري يا دراډيو سره يې قرارداد کړی وي او يا هر وخت، چې کوم شی يې ليکلی وي د يو تجارتي جنس په توگه عرضه کوي.

د راډيو د موسيقي گروپ د هيواد له بهترينو ارکسترانو څخه مرکب وي او بايد هر يو فرد يې وکولی شي څو ډوله موسيقي الات غږول يې ياد وي يا په بل عبارت هر يو د موسيقي غږونکو څخه بايد هم کلاسيکه موسيقي او هم د خلکو په زړه پوري موسيقي لکه محلي او نورې هغه د موسيقي د ښه پارچو د وړاندې کولو لپاره بايد تل په مشق او تمرين باندې مصروف وي.

د تمثيلي فعاليتونو او داعلاناتو د شعبې په اړه مو مخکې شرح ورکړه ولی هغه څه، چې د يوه راډيويي مرکز لپاره ددغو شعباتو په خوا کې لازم دي د اشتهاراتو شعبه ده، چې دهغې په وسيله د راډيو خپل خدمتونه خلکو ته ورپيژندل کيږي او هغوی ته دا ثابتوي، چې دا راډيو څومره ورته گټوره ده.

هغه کارونه، چې په يوه راډيويي مرکز کې د ښځو لپاره لازم دي پرانانسر سربېره د منشي گيري دنده، تليفون، د اشتهاراتو ليکل، د ماشومانو د پروگرامونو تنظيم، کتابداري، ممثل او نور(۱۲:۴).

د با تجربه اشخاصوسپارښتنې

اندره باروچ، چې خپل عمر يې د امريکا په بهترينو راډيويي مرکزونو کې تېر کړی تازه کار ویاند او انانسر ته لاندې سپارښتنې کوي:

1. د يوه پروگرام د تمرين لپاره مه په غصه کيږی. تمرين تاسې تکميلوي ولی بې ځايه غصه تاسي ناهيلي کوي.
2. عصبيت ته په ځان کې ځای مه ورکوی. که په خپل عصبيت باندې غلبه نشی کولی نو بهتره دا ده، چې بله دنده ځانته غوره کړی.
3. د پروگرام په لومړيو کې لږ شان هيجان زياتره وياندويانو ته پيښيږي ولی ژر تيريږي. که د پروگرام تر اخيره مو لاس وريږديده معلومه ده، چې د راډيو لپاره نه يې جوړشوی.
4. خپل استعداد ته انکشاف ورکړئ. که کوم کس ستاسې د توقع برخلاف له دندې گوښه کړي بل څوک ستاسې وجود ته اړتيا لري

باب ستين تن د راډيو تلويزيون د مخکښانو له جملې څخه وايي ستاسې شخصيت او لياقت په خبرو کې په صميمي او طبيعي ډول ستاسې د کاميابۍ ضامن دی. البته پخپله د کاميابۍ کالونه وروسته په لاس راځي. هغه څه، چې زه يې غواړم، چې ټولو وياندويانو او انانسرانو ته يې ورياد کړم هغه دادي، چې خبرې کول دخلکو لپاره لکه خوړل او تنفس کول يو طبيعي امر دی ولی د خلکو لپاره وينا کول يو هنر په حساب راځي بايد هغه ياد کړو. ادهرلهي، چې دا شل کاله کيږي، چې په وياندويې کې مصروف دی او له دې لارې يې زيات شهرت او اعتبار ترلاسه کړی وايي:

انانسر يا وياند د کاميابی لپاره لاندې صفتونو ته اړتيا لري:

1. ډير ښه او په زړه پوری اواز.
2. وسيع او کافي تعليم.
3. د اواز تربيه.
4. د خلکو سره مينه.

چول چيزمن، چې د بالتيمور د ښار له ډيرو تکړه، وتلو او نامتو وياندويانو له جملې څخه دی داسې سپارښتنې کوي:

1. زيار وباسئ، چې خپل کار زده کړی او په دې برخه کې د نورو کار وګورئ.
2. بايد پوې شئ، چې د کومو شيانو سره سروکار لرئ.
3. د خپل اوريدونکي په اړه فکر وکړئ او خپل سبک ته دهغې په ذوق باندې تغير ورکړئ.
4. د وياندويۍ په يوه رشته کې تخصص حاصل کړئ.

5. انسان واوسئ او د انسان په شان حرکت وکړئ.
6. وپوهیږئ، چې صمیمي لهجه ټول اوریدونکي تاسو ته معتقد کوي(٦٦:١٣).

لنډیز

ویاندویي او یا هم نطاقي په راډیو او تلویزیون کې زیاتره خلک داسې گمان کوي، چې دا یوې بیانیې ته ورته عمل دی له خطابې سره کوم توپیر نه لري، دا په داسې حال کې چې زیاتره ځایو کې لیدل شوي، چې د راډیو تلویزیون موفق او بریالي ویاندویان یا نطاقان نه شي کولای، چې په عام محضر کې په زړورتیا سره خپرې وکړې، هر ویاند په دې باندې مکلف او مؤظف دي، چې په راډیو کې مسلکي زده کړه ولري د دې له پاره چې دی کله په یو ډول او کله په بل ډول کلام باندې پیل وکړي.

په راډیو کې د ویاند توپیر له له خطابې څخه دوه اساسي علتونه لري یو دا چې ویاند باید د اوریدونکي د دلچسپي ساتلو له پاره د وړاندې کولو لاري بېلا بېلې کړي او بله دا چ د راډیو ویاند د خطیب برعکس نه شي کولای اوریدونکی وگوري او د خپلو لاسونو د حرکاتو او څهرې په واسطه خپلو خبرو ته روح ورکړي.

په راډیو کې د خبرو کولو بهترینه لاره مستقیمه محاوره ده، ویاند باید په داسې لارې سره خپلې خبرې وکړي ، چې گویا د هغه په مقابل کې یو واحد کس قرار لري. د راډیو ویاند باید د یوه خوږ ژبي میلمه رول په غاړه واخلي نه دا چې د یوې کورنۍ راحت اخلال کړي. نو په دې اساس ویاند باید چې د امکان تر حده په صمیمانه لهجه او غیر رسمي خبرې وکړي. هغه باید همدرد، صمیمي او له حرارت سره وي او له هر ډول ځان ښودنې څخه ډډه وکړي.

تمريني پوښتنې

۱- د وياندويۍ هنر فطري دی، که اکتسابي او که د دواړو ګډه ګډوله!؟

۲- د ښې وياندويۍ او ښه وياند ځانګړنې کومې دي؟

۳- وياند د رسنيز باور په لاسته راوړنه او مخاطب را جبلولو کې څه رول لوبولی شي؟

مأخذونه

۱- آهنگ. محمد کاظم. (۱۳۷۷). اساسهای نگارش، چاپ اول مرکز نشراتی اسلامی صبور، پيښور.

۲- اريافر، شمس الحق. (۱۳۷۵). وياندويي فن، رياست نشرات راديو تلويزيون زميمه اواز مجله کابل.

۳- ارشد علی، ژباړن: احمدزی، امیرجان وحید. (۱۳۸۷). رادیو ژورنالیزم، دانش خپرندویه ټولنه پېښور.

۴- حیدری، ذبیح الله. (۱۳۹۰). کاربرد ژانرهای اطلاعی در رادیو. مطبعه عازم کابل.

۵- حبیب ، لیلی. (۱۳۹۰). تولید برنامه های رادیو، پوهنتون بلخ، دیپارتمنت رادیو تلویزیون.

۶- ریچل، الیسن. ژباړونکې: کرگر، زرغونه. (۲۰۰۲). .... د بي بي سي د نړیوال ټرسټ برخه.

۷- سهار، نذیر احمد. (۱۳۹۲). تلویزیوني خبریالي، اسد دانش چاپخونه، پېښور.

۸- سلوایی، هتلکوتس، یروسلاف فیرست اوتاچیمن. ژباړن: آهنگ. محمدکاظم. (۱۳۴۵). قواعد علمی ژورنالیزم. دانش خپرندویه ټولنه پېښور.

۹- ستانکزی، محمد عیسی. (۱۳۸۶). راډیو پروګرامونه، دانش خپرندویه ټولنه پېښور.

۱۰- منیب،فرید احمد. (۱۳۹۲). راډیو ژورنالیزم، مرکز نشروطبع الفاروق، کابل افغانستان.

۱۱- واله، عبدالحق. (۱۳۴۶). راډیو، مطبعه دولتی کابل نمبر مسلسل (۴۱).

شپږم فصل
مرکه څنګه وکړو؟

سريزه

(Interview) يا مرکه د يوې ځانګړي ځانګې د يوه کس سره کيږي لکه انجينر ، ډاکټر ، ساينس پوه، ژورناليست ، د زړه د ناروغي له پوه ، د کومې کلتوري يا ټولينزې اداري له مشرانو او نورو سره له دې څخه موخه داسې مرکه ده ، چې د کوم کس د بېلا بېلاو خواوو د راسپړلو له پاره سرته رسيږي او يا د کوم کس د فکر او ژوند په عامه توګه په تلويزيون او جريدو کې ليدل کيږي ځکه د راډيو وخت محدودوي . مرکه کوونکی بايد د مرکې چاپيريال ارام وساتي ، چې په هغې کې منحرف کوونکی وسايل د حواسو تمرکز خراب نه کړي او دغه راز شور او زوږ مزاحمت ونه کړي او دغه راز نور افراد هم بايد موجود نه وي . د مرکې د اطلاعاتو د ثبت وسايل د مرکې د ډول پورې اړه لري . که فرضاً څېړونکی يا مرکه کوونکی په پخواني پروګرام سره او د ځانګړې موخې په پام کې نيولو سره د مرکې کار پيلوي نو له دې امله پوهيږو او بايد پوه شي ، چې د کومو موضوعاتو او مسايلو په هکله له مرکه ورکوونکي څخه پوښتنې کوي او کوم ځوابونه تعقيب کړي او د انسانيت کوم ډول اطلاعات راټول کړي ، چې وکړای شي د څېړنې د مسئلې ځواب ورکړي. له دې امله اړ دي، چې له مرکه ورکوونکي څخه د پوښتنو د ډول او شمېر په اړه مخکې فکر وکړي او هغه تدوين او ترتيب کړي . مرکه کوونکی حالت او د پوښتنو د طرحه کولو ډول بايد داسې وي ، چې لومړی د پلټنې حات ځانته ونه نيسي او مرکه ورکوونکی ورنه خفه نه شي او د مرکه ورکوونکي منفي عکس العمل رامنځ ته نه کړي . د بدن د غړو د

حالت په بدلون او په اشارو او کنایو سره د اغراق ډوله څرګندونو یا د مرکه ورکوونکي له خوا د حقایقو د پټولو له پاره زمینه برابره نه شي. مرکه د دې سبب کیږي ، چې مرکه کیدونکی یا ځواب ورکوونکی په ښه توګه د پوښتنو او څېړنې په موخه ښه پوه شي او له دې امله د مناسبو ځوابونو د درک، کشف او د معلوماتو د تر لاسه کولو امکانات رامنځته کیږي او له څېړونکي سره د حقیقت او واقعیت په لاسته راوړلو او مجهولو د کشفولو په برخه کې مرسته کوي . په دې فصل کې راډیویي مرکه ، د مرکې ډولونه ، خبري مرکه ، معلوماتي مرکه ، غیر رسمي مرکه ، مذاکراتي مرکه ، شخصي مرکه ، مسلکي مرکه ، د مرکې د میتود ډولونه ، ساختار لرونکې یا منطقي مرکې، نیمه نا منظمه مرکه و نیمه ساختار لرونکې مرکه یا نیمه نامنظمې مرکې ، د مرکې په میتود کې اجرایي کتنې ، د هر ډول مرکې لړۍ ، د مرکې تودول ، سړول او د مرکې تړل ، د مرکې ثبتول ، د مرکې د میتود لیکنې، خبروته پای ورکول ، د مرکې د میتود نیمګړتیاوې ، په مرکه کې د پام وړ ټکي او نورو ته ځای ورکړل شوی او په تفصیل سره توضیح شوي دي.

مرکه

راډیويي مرکه د ویناوو د ژوندي ډول څخه دی. ددې طریقې څخه په استفادې سره د لیکوال د ویلو مطالبو بالقوه ظرفیت زیاتیږي. د خلکو راوستل میکروفون ته هغوی، چې د ویلو لپاره ډېرې خبرې لري ولې په لیکلو باندې قادر نه دي او یا د هغوی د دندو اشتغال میزان تر دې حده دی، چې د مختلفو لیکلو لپاره وخت نه لري. دا امکان ورته برابریږي، چې خپلې خبرې ووایي.

http://electschreck.com/sample-cover-letter-broadcast-journalism/ 21 عکس

خلک یو د بل سره د زړه خواله او خبرې ډېرې زیاتې خوښوي هغوی حتا د نورو له خبرو څخه خوند اخلي. په همدې دلیل د مختلفو موضوع ګانو وړاندې کول په راډیويي خپرونه کې د مرکې په بڼه د خپرونې ساده ویناوو په قالب کې له بې کارې څخه بهتره دی(۱:۸۳).

میداني مرکه

د ستوډيو نه بهر مرکه يا رپوټ د کلي او ښار په سطح د میداني مرکې لپاره د لاسي ثبت څخه کیدی شي گټه واخلو. د اواز د ثبت د پکار اچولو طريقه او له هغې څخه او تر هغې مهمه استفاده ډېره مهمه ده. دستگاه د کار څخه د اگاهي لرل دي. د ملاقات ځای ته د ورتللو څخه مخکې د مرکې لپاره باید لاندې موارد بررسي یعنې چک کړئ:

http://electschreck.com/sample-cover-letter-broadcast-journalism/22 عکس

1. د بطريو چارچ باید کنترول شي.
2. تش يا خالي کسټونه باید اضافي له ځان سره ولري دا ځکه ممکن ده، چې د کار پروخت کې د نوي او مناسبې سوژې سره مخامخ شي.

د مقصد په طرف د حرکت نه مخکې باید يو خالي کيست په ټېپ کې واچوي او په میک کې خبرې کول او ثبت د کیفیت کنترول کول او د هغې امتحان کول اړین دي. دا ځکه چې دا به ډېر ناگواره او مایوس کوونکي وي، چې د مرکې په پیل کې د دستگاه له نقص څخه خبر شي. مخکې د مرکې له سرته رسولو څخه اواز د سطحې د تعین لپاره او د ټېپ د عقرب د خوځېدو څخه مطمن او اواز د کیسټ د څرخولو او د تاویدو کار باید سرته ورسوي.

د ځيني فني ټکو په رعايت سره کيدی شي ښه او بريالی مرکه وړاندې کړي. بل مهم ټکی دادې، چې زياتره د استفادې وړ ميکروفونونه په ميداني مرکه کې بايد په ياد ولري، چې دا ډول ميکروفون استعمال کړي، چې د باد له غرس او بې ځای نا رابلل شويو زړه خرابونکو اوازونو څخه مخنيوی وکړي. په داسې حال کې، چې له تاسو سره باد نيونکی ميکروفون نه وي کولی شي به ابتکاري ډول هغه په يو د ستمال کې تاو کړی او بيا هغه په درې پايه يا ترای پاټ باندې نصب کړی د بادګير يا بادنيونکي ښه غوره کوي(١:٨٦).

راډيويي مرکه (Radio Interview)

انټرويو د انګريزی ژبې کلمه ده، چې معنا يې خبرې او اترې ده، مخامخ خبرې په راډيو کې له مرکې څخه موخه داسې با قاعده ليدنه اخيستل کيږي، چې سوال او ځواب وي شوي خبرې اترې تر ښه ايډت وروسته خپريږي. سي شروډ په خپل کتاب Journalistic Interview کې ليکي: "په ژورنالېزم کې تر ټولو مهم کار د رپوټينګ او او په رپوټينګ کې تر ټولو مهم کار مرکه اخيستل دي. د مرکې موخه د په زړه پوري، مهمو يا پټو معلوماتو تر لاسه کول دي."

ډاکټر عبدالسلام خورشيد په فن صحافت کې مرکه داسې تعريفوي: " مرکه د پلان شوي ليدنې نوم دی. په اخباري اصطلاح کې له هغه څخه موخه هغه ليدنه ده، چې په هغې کې پر ټليفون، شفاهي ډول يا په ځانګړي ډول حقايق او نظر معلوميږي (٢:٦٧).

د مرکې ډولونه

1. خبري مرکه
2. معلوماتي مرکه

3. ډله ييزه مرکه
4. غير رسمي مرکه
5. مذاکرتي مرکه
6. مسلکي مرکه
7. شخصي مرکه

zخبري مرکه

د ډېرو خلکو د په زړه پوري والي لپاره خبري مرکه خپريږي. دا مرکه نږدې هر چا ته په زړه پوري وي. په هغې کې د مهمو پېښو په اړه له اړوندو کسانو سره مرکې کيږي.

معلوماتي مرکه

د کوم پلان يا پروژې په اړه د لومړنيو معلوماتو د ترلاسه کولو په موخه وي. په هغه کې د يوه پلان د راتلونکو لګښتونو، د هغه پلان له امله د سيمې د خلکو په ژوند اغيز او نور معلومات شامل دي. په هغې کې عددونه او شمېرې په تفصيل بيانيږي

غير رسمي مرکه

دا مرکه د ځای او پروګرام له ټاکلو پرته کيږي. کله چې کوم مشر چارواکی يوې غونډې ته ورځي او هلته تر وينا کولو وروسته له هغه څخه يو څو پوښتنې کيږي. دغه ډول مرکه له ولسمشر، لومړی وزير، ايالتي وزيرانو او نورو سره کيږي. ځيني وختونه سختې پوښتنې کيږي. ځيني وخت د يوې پوښتنې په هکله د ټولو ګډونوالو نظر پوښتل کيږي بيا وروسته هغه اډېټ کيږي.

مذاکراتي مرکه

د ولسي غبرگون معلومولو لپاره کله، چې له يوه څخه د ډېرو خلکو نظر معلومېږي نو هغې ته مذاکراتي مرکه ويل کيږي. په هغې کې د يوې مسلې په اړوند د زياتو خلکو نظر معلومېږي څو د کومې خبري پېښې په ترڅ کې عامه نظر په ډاگه شي.

شخصي مرکه

له دې څخه موخه داسې مرکه ده، چې د کوم کس د بېلا بيلو خواو د راسپړلو لپاره کيږي يا د کوم کس د فکر او ژوند د بېلا بيلو خواو په هکله د هغه دفکر د معلومولو لپاره اخيستل کيږي. دغه ډول مرکه په عامه توگه په تلويزيون او جريدو کې ليدل کيږي ځکه د راډيو وخت محدود وي.

دا مرکه د يوې ځانگړي ځانگې د يوه سره کيږي لکه انجينر، ډاکټر، ساينس پوه، ژورنالېست، د زړه د ناروغيو له پوه، د کومي کلتوري يا ټولنيزې ادارې له مشرانو سره. ددې ډول مرکو لپاره مرکه کيدونکو ته له مخه تيارې اړين دی څو د اړوندې موضوع په اړه اړين معلومات ولري او مرکه معلوماتي شي(۷:۳).

د مرکې ميتود

مرکه هغه ميتود دی، چې په هغه کې له ځواب ويونکي سره د پوښتنه کوونکي يا څېړونکي د مستقيم ارتباط له لارې د څېړنې د اړتيا وړ اطلاعات راټوليږي. په واقعيت کې مرکه دوه اړخيزه مکالمه ده، چې د پوښتنه کوونکي د پوښتنې په طرح کولو سره په څېړنې پوري د اړوندو اطلاعاتو د ترلاسه کولو په خاطر پيل کيږي. دغه کار په مخامخ ډول يا د تليفوني ارتباط له لارې سرته رسيږي.

د مرکه کوونکي او مرکه کيدونکي ترمنځ ددوستانه ارتباط ټينگول ددغه ميتود په گټورتيا کې مهم رول لري، ځکه مرکه په واقعيتونو، احساساتو، تمايلاتو او د ځواب

وروکونکي په علایقو باندې د پوهیدو په خاطر طرح او پروګرام یې جوړیږي. دغه کار له مرکه کوونکي سره د دوستانه ارتباط د ټینګولو او د باور د رامنځته کولو له مخې سرته رسیږي. په دې میتود کې مرکه کوونکی په مرکه کیدونکي کې د نفوذ په لټه کې نه وي.

هغه نه غواړي، چې داسې عمل وکړي، چې په هغه کې د بدلون د رامنځته کیدو سبب شي. دغه راز مرکه کوونکی باید پوه شي، چې صبر، خپلویتوب او د ناوړه شرایطو د رامنځته کیدو زغم یو ضروري کار دی ځکه که چېرته وغواړي د ناملایمانو په مقابل کې عکس العمل څرګند کړي د مرکې کار مخته نه شی تللی. یعنې که چېرته مثبت یا منفي عکس العمل وښیي، چې د مرکه کیدونکي د څرګندونو په ډول کې بدلون رامنځته کړي یا هغه وهڅوي، چې د مطلب یا موضوع په بیانولو کې له اندازې زیات اغراق وکړي یا هغه پټ کړي ددې سبب کیږي، چې څیړنکی یا مرکه کوونکی د مرکه کیدونکي دروني واقعیتونه درک نه کړي. له دې امله مرکه کوونکی باید په پوره صبر او حوصله سره د مرکه کیدونکي ویناوې او څرګندونې ثبت کړي. دداسې کلمو او لغتونو څرګندول او د تاکیدي حالتونو نیول، چې د مرکې طبیعي جریان دهغه له تګلوري څخه وباسي باید له سرته رسولو څخه یې ډډه وشي.

مرکه کوونکی باید د مرکې په بهیر کې لاندې ټکو ته پام واړوي:

1. مرکه باید د مرکه کیدونکي د طبع او روغتیا تهدیدوونکي او خلاف نه وي.

2. مرکه کوونکی باید مرکه کیدونکي د مرکې له موخو او ددغه کار لپاره د هغه د ټاکلو له علت څخه خبر کړي.

3. مرکه کیدونکی باید د ثبت له میتود او د ورکړل شوو ځوابونو له ضبط څخه خبر وي او هغه ومني یعنې دا، چې باید د ثبت له میتود څخه لکه لیکل، علامه وهل، د غږ ضبط په دستگاه سره غږ ضبط کول، میکروفون ایښودلو یا عکس اخیستلو او فلم اخیستلو سره موافقه وکړي.

4. لکه څنگه، چې وویل شول مرکه کوونکی باید هڅه وکړي، چې د مرکه کیدونکي باور ځانته جلب کړي او هغه ته ډاډ ورکړي، چې د مرکې موضوعات او څرگندونې په پټ او محرم پاتې شي. د مرکې کیدونکي د باور د راجلبولو لپاره باید مخکې ورسره تماس ونیول شي او دهغه د توجیه کولو وروسته په هغه کې لازمه تیاری رامنځته کړي.

5. مرکه کوونکی باید هڅه وکړي، چې په چاپیریال باندې واکمنه دوستانه فضا او شوق رامنځته کوونکي وي. د بېلگې په توگه، مرکه د ستړیا سبب نه شي، بلکې هڅه وشي، چې د مرکې ځای راحت وي او دمرکې وخت لنډ وي د غه راز پخپله مرکه کوونکی هم باید په ارامی او راحت سره مرکه وکړي، ځکه له دې پرته د ستړيا رامنځته کیدل نه یوازې دا، چې د مرکې له بهیر نه مخنیوی کوي، بلکې په مرکه کیدونکي باندې هم اغېز کوي، چې ژر ستړی شي.

6. مرکه کوونکی باید د مرکې په بهیر کې هوښیار او ځیرک او په عین حال کې د طرح شوو مسائلو په وړاندې خپله بې تفاوتي هم وساتي او که چېرته د څرگندونو

بهیر له طبیعي حالت څخه ووت (د بېلګې په توګه انکار یا اغراق رامنځته شي) د مناسبو تدبیرونو په نیولو سره هغه طبیعي جریان ته راوګرځوئ.

7. مرکه کوونکی باید د مستقیمو او څرګندو ځوابونو له ورکولو څخه، چې د مرکه کیدونکي د پوښتنې په برخه کې په موضوع کې د هغه د عقیدې څرګندوی ځان وساتي له دې پرته که چېرته مرکه کیدونکی وکړای شي د مرکه کوونکي د بې طرفۍ حالت بدل کړي یا د مسلې یا موضوع په باره کې دهغه په عقیده پوه شي، کولی شي د پوښتنې د ځواب بهیر ته په داسې ډول لوری ورکړي، چې مرکه کوونکي ته خوښ وي.

8. مرکه کوونکی باید پاملرنه ولري که چېرته ځواب ورکوونکی د موضوع په باره کې د پوښتنې او ځواب ورکولو په دوام باندې ونه توانیږي. د هغې په دوام باندې دې ټینګار ونه کړي او دداسې یو حالت په پوهیدو سره دې سمدلاسه د بل نوي مطلب او موضوع په لوري لارښونه وکړي.

مرکه کوونکی باید د امکان ترحده له مرکه کوونکي سره هم ژبه، هم فرهنګ او هم جنس وي، چې یو له بل سره ښه تفاهم وکړي. له دې نه پرته به مرکه له خنډ سره مخ شي او البته کله، چې بله چاره موجوده نه وي، له ژباړونکي څخه دې ګټه واخیستل شي او د مرکې کار دې یو داسې ژباړونکي ته پریږدي، چې په دې برخه کې یې زده کړه کړې وي خو باید پام ولرو، چې دداسې مرکې نتیجه به د مرکه کوونکي او مرکه کیدونکي ترمنځ د مستقیمو خبرو په څیر اعتبار ونه لري. له دې سربېره، د دریم شخص او کس شته والی د مرکې په چاپیریال باندې منفي او ناوړه اغیزه لري او ریښتني او صحیحه نتیجه ترې لاسته نه راځي

۱. په داسې وختونو کې، چې مرکه کوونکی احساس وکړي، چې د مرکې جريان له خپل اصلي تگ لوري څخه وتلی دی بايد په لازمه هوښياری او ظرافت سره او دمناسبو پوښتنو په طرح کولو سره د مرکې جريان خپل طبيعي تگ لوري ته راوگرځوي، خو بايد د پوښتنې ځواب مرکه کيدوونکي ته القا نه شي.

۲. مرکه کوونکی بايد هڅه وکړي، چې د مرکې پوښتنې ذهن ته وسپاري او ياد يې کړي او دهغو په طرحه کولو کې د منطقي ترتيب رعايت وکړي.

۳. مرکه کوونکی بايد د مرکه کيدونکي عين مطالب د مرکي کارت ته وليږدوي او په هغو کې د شخصي نظرياتو له گډولو څخه ځان وساتي او دغه راز له مرکه کيدونکي سره له جدل، مناقشې، او شور مشور څخه ځان وساتي.

۴. مرکه کوونکی بايد د مرکې چاپيريال ارام او خلوت وساتي، چې په هغه کې منحرف کوونکي وسايل د حواسو تمرکز خراب نه کړي او دغه راز شور او زوږ مزاحمت ونه کړي او دغه راز نور افراد هم بايد موجود نه وي.

۵. د مرکه کوونکي حالت او د پوښتنو د طرح کولو ډول بايد داسې وي، چې لومړی د پلټنې حالت ځانته ونه نيسي او مرکه کيدونکی خپه نه شي او د مرکه کوونکي منفي عکس العمل رامنځته نه کړي. دويم د بدن د غړو د حالت په بدلون او په اشارو او کنايو سره د اغراق ډوله څرگندونو يا د مرکه کيدونکي له خوا د حقايقو د پټولو لپاره زمينه برابره نه شي.

٦. مرکه کونکی د مرکې د کار له پای ته رسیدو وروسته باید ثبت شوي ځوابونه له ځنډ پرته یو ځل وګوري. که چېرته یې ولیدل، چې نیمګړتیا موجوده وه او یا کوم سوال ته ځواب ورکړل شوی نه وی نو بیا دې له مرکه کیدونکي څخه ځواب وغواړي او د مرکې کار دې پای ته ورسوي(۱۴۵:۴).

http://pusatmuzikreco.com.my/product_info.php?products_id=272 عکس 23

د مرکې د اطلاعاتو د ثبت وسایل

د مرکې د اطلاعاتو د ثبت وسایل د مرکې په ډول پوري اړه لري. که فرضاً څیړونکی یا مرکه په پخواني پروګرام سره او د ځانګړې موخې په پام کې نیولو سره د مرکې کار پیلوي نو له دې امله پوهیږي او باید پوه شي، چې د کومو موضوعاتو او مسایلو په هکله له مرکه کیدونکي څخه پوښتنې کوي او کوم ځوابونه تعقیب کړي او اساساً کوم ډول اطلاعات راټول کړي، چې وکړای شي د څیړنې د مسلې ځواب ورکړي. له دې امله مجبور دی، چې له مرکه کیدونکي څخه د پوښتنو د ډول او شمېر په باره کې مخکې فکر وکړي او هغه تدوین او ترتیب کړي. مرکه کوونکی له دې وروسته هغه په یوه مناسبه طریقه جوړوي ورکوي، چې د مرکې په کارت سره یې تغیر وو. د سوالونوله تدوین نه وروسته مرکه کوونکی هغوی په یوه مناسب طرف کې ترتیبوي، چې د مرکې کارت نومیږي. د اطلاعاتو د ثبت وسایل، د مرکې کارت دی، چې د موضوع او څیړنې د مسلې سره په ارتباط کې پوښتنې په کې وي. دغه کارتونه له

پوښتنلیکونو سره ورته والی لري خو په دومره توپیر سره، چې د هغو د پوښتنو حجم کم وي او کار يې هم له پوښتنلیکونو سره توپیر لري. پوښتنلیکونه د پراخې مطالعې اود سترې ټولنې د مطالعې په برخه کې وي، خو په مرکه کې د مطالعې وړ افراد لږ وي او د مرکې کارت د محدودو کسانو لپاره وي.

د مرکې وسایل هم د پوښتنلیکونو په څیر په دوه ډوله دي

https://i.ytimg.com/vi/VQLfbm9Npz8/hqdefault.jpg 24 عکس

الف: معیاري شوي وسایل، چې د هغو باور، اعتبار، او موثقیت منل شوی وي او د ځانګړي مطالعې لپاره یو شمېر پوښتنې لري دا د څېړنې لپاره ساده وسایل دي.

ب: د څېړونکي له خوا جوړ شوي یا غیر معیاري وسایل، چې د میزان شوو او معیاري وسایلو د نشتوالي په وخت کې ځیني کار اخیستل کیږي. دغه پوښتنې څېړونکی طراحي، تعریف او سازماندهي کوي یا يې جوړوي، چې باید له لازم باور څخه برخمن وي.

د مرکې د میتود ډولونه

د مرکې ډولونه کولی شي په یو دوام لرونکي خط باندې وښایو. دغه مرکې د کار د میتود او د اړوند سنجش د وسایلو له مخې په دریو (۳) ډولونو ویشل کیږي:

1. ساختار لرونکي یا منظمې مرکې
2. نیمه ساختارونکې یا نیمه منظمې مرکې
3. غیر ساختار لرونکي یا غیر منظمې مرکې

ساختار لرونکي یا منظمې مرکې

دغه مرکې، چې تړلې، معیاري، او هدایت شوي مرکه هم ورته هم وايي او له مخکې څخه د سنجش شوو وسایلو درلودونکي ده یعنې د پوښتنو شمېر او ډول، ترتیب او دغه راز د پوښتنو کارتونه له مخکې څخه جوړ او تیار وي او مرکه کوونکي د مرکې په وخت کې له هغو څخه په کار اخستنه او په هغه ترتیب سره، چې پوښتنې په کې تنظیم شوي وي د مرکې کار پیلوي. په دې میتود کې څېړونکي یا مرکه کوونکي کولی شي له وسایلو څخه کار واخلي او دغو وسایلو ته د لومړیتوب حق ورکړي او هم کولی شي له خپلو جوړو شوو وسایلو څخه کار واخلي. په دې ډول مرکو کې له هر چا یو ډول پوښتنه په یو میتود ترسره کیږي له دې امله د ځوابونو ترمنځ هر ډول توپیر داسې تصور کیږي، چې ریښتنې دي. په دې ډول مرکو کې د خبرو اترو په محور کې لاندې ټکي شاملیږي:

- متحد الشکل جوړښت
- د مرکې د بهیر معیاري کول
- د ځوابونو د پرتله کولو وړتیا

نیمه نا منظمه مرکه

دغه ډول مرکې ته ازاده، خلاصه، غیر معیاري او نه هدایت شوي مرکه وايي. په هغه کې د سنجش اواز مخکې له مخکې طراحي شوي وسایل نه وي. البته څېړونکي پروګرام لري یعنې دغه میتود داسې نه دې، چې هدف او میتود ونه لري او یا دا چې مرکه کوونکی څه خاص پروګرام ونه لري، بلکې په دې معنا دی، چې څېړونکی د منظمې مرکې د میتود په څیر د خبرو طراحي شوي وسایل نه لري. په ځانګړي ترتیب سره د پوښتنو شمېر ورسره نه وي، بلکې د زیاتو دقیقو او ژورو رپوټونو

د لاسته راوړلو لپاره زیاته ازادي او عمل لري له دې امله ځیرونکی کولی شي زیات دقیق او ریښنه یې ځوابونه ترلاسه کړي.
په دې میتود کې پوښتنه کوونکی لومړی د مرکې پوښتنې په خپل ذهن کې لري یا امکان لري په یوه کاغذ یې یاداښت کړي وي خو د هغو په طرح کې په ځانګړي ترتیب ځان ملزم نه بولي. یعنې هغه لومړی حالت او شرایطو ته په پام سره او د مرکه کیدونکي تیاری ته په پام سره له پوښتنو څخه یوه مناسبه پوښتنه طرح کوي او د مرکې کار مخته وړي او بیا له شرایطو سره مناسبه دویمه پوښتنه کوي او په همدې ډول نورې پوښتنې کوي. دویم د مرکې کوونکي لپاره ازادي زیاته وي، چې که چېرته د مرکې د پوښتنو او ځوابونو په ترڅ کې یوه نوي اوغیر منتظره موضوع او مطلب رامنځته شو، نو سمدلاسه یوه مناسبه پوښتنه کوي، چې د اړوند ځوابونو او معلوماتو شتمني او غنا زیاته کړي او په دې ډول د حقیقت د کشف په برخه کې یو ګام نور هم نږدې شي. دریم دغه میتود د ځواب ورکوونکي او مرکه کوونکي لپاره یوه مناسب وخت دی، چې له محدودیت څخه لیرې د طرحه شوو پوښتنو په باره کې خپل نظر ور دننه کړي.
په هر ډول، خلاصه مرکه د مسئلې په ژوروالي باندې د پوهیدو په برخه کې یو مناسب میتود دی. په تېره بیا، چې د مرکې لپاره لږ کسان وي. په همدې دلیل یو شمېر کلینکي ارواپوهان، ټولینز مرستندویان، سلاکاران، او د زده کړې لارښوونکي په خپلو څیړونو کې د ازادې او نا منظمې مرکې له میتود څخه کار اخلي ځکه، چې د ازادې مرکې دغه میتود د کیفي اطلاعاتو او معلوماتو د لاسته راوړلو په برخه کې مناسب میتود دی.

په دې ډول مرکو کې د خبرو اترو محتوا او سياق دواړه ددغه بهير مهم ابعاد جوړوي. په دې ډول مرکو کې په لاندې ټکو باندې زيات ټينګار کيږي:

- روښانه څرګندونه او توضيح
- په ښه او استادانه ډول د چارو ترتيب او تنظيم

نيمه ساختار لرونکي يا نيمه منظمه مرکه

- په دغه ډول مرکو کې زياتره وختونه مرکه کوونکی ازادي لري، چې د خپل ژوندانه کيسې په ځانګړو طريقو سره وکړي. که څه هم مرکه کوونکی حاضر او چمتو وي، چې د روايت دوام تحريک کړي.
- مرکه کوونکی له مرکه کيدونکي سره د يوه فعال شخص په ډول، چې تر څيړنې لاندې عمل کوي نه د حقايقو او تجربو په باره کې د يو رپوټ ورکوونکي په توګه
- په دغه ميتود کې غالباً د بحث وړ موضوع شخصي، صميمي او هيجاني موضوعات وي او مقصد دا وي، چې د خلکو د ژوندانه د تجربو په برخه کې سم معلومات او پوهه ترلاسه کړي.
- د مرکې کيدونکي کيسه او روايت او په هغه ميتود سره، چې دغه کيسه او روايت د مرکې کوونکي له خوا تعبير او تفسير کيږي د روايتي پروګرامونو د پيمان پربنسټ جوړوي او شکل ورکول کيږي(۲۷:۵).

د مرکې په ميتود کې اجرايي کتنې

د څېړونکي لپاره د پروګرام د جوړولو د پيل او د مرکې د پوره کولو په برخه کې لازمه ده، چې ځينو اجرايوي ټکو ته پام واوړي او هغه په لاندې ډول دي:

الف: د سنجش د وسايلو د باور والي او موثق والي او د اطلاعاتو د راټولولو په برخه کې باید ډاده شي.
ب: د مرکه کیدونکي لپاره دې له هرې خوا څخه باید مساوي شرایط رعایت کړي.
ج: د سنجش د وسایلو د توجیه او د هغو د بشپړیدو او دغه راز د مرکې د سرته رسولو لپاره دې ځانګړې رهنما ترتیب او د سنجش له وسايلو سره دې ضمیمه کړي، چې مرکه کوونکی هغې ته په مراجعې سره د پوښتنو ځوابونه او احتمالي ابهامات ترلاسه کړي.
د: هڅه دې وکړي، چې د رپوټونو د ثبت او ساتلو لپاره د غږ د ثبت او دوربین په څیر له مرستندویو وسایلو څخه ګټه واخلي، خو باید د مرکې ترپیل د مخه او له هغو څخه له کار اخیستلو د مخه د مرکه کیدونکي سره باید موضوع ښکار کړي او دهغه موافقه ترلاسه کړي.
ه: د پوښتنلیک د میتود په څیر مرکه کوونکی باید لومړی په توجیهي او ښوونیزه دوره کې ګډون وکړي، چې د څیړنې او مرکې له بېلا بیلو مسایلو سره اشنا شي. په دغه زده کړه کې دواړه نظري او عملي خواوې باید شاملې وي. په دې ډول به مرکه کوونکی لازم مهارتونه ترلاسه کړي.
و: ښه به وي، چې مرکه کوونکی سنجش او د اطلاعاتو د راټولولو وسایل او په بل عبارت د مرکې کارت مخکې له مخکې ونه آزمويي، چې د هغوی له باوروالي او موثقیت څخه ډډه وشي. دغه کار مرسته کوي، چې هم د سنجش وسایل اصلاح شي او هم مرکه کوونکی لازمه عملي زده کړه ترلاسه کړي. البته توصیه او سپارښتنه

کيږي، چې په څېړنه کې تر زياتې اندازې پوري له تجربه کارو مرکه کوونکو څخه ګټه واخيستل شي.

ز: د مرکې ميدان او ساحې ته د ورتګ لپاره بايد لازم اټکلونه او سنجشونه سرته ورسيږي.

لومړی بايد له مرکه کيدونکي شخص سره د وخت د ټاکلو لپاره لازمه هماهنګی وشي.

دويم مرکه بايد په ادب او درناوی او د مرکه کيدونکي د علاقې سره سم ميتودونو پربنسټ پيل شي.

ح: که چېرته څو تنه مرکه سرته ورسوي نو بايد اجرايوي او هدايت کوونکي او څارونکي سازمان دې جوړ شي، چې د مرکه کوونکو د کار څارنه وکړي او د رامنځته کيدونکي اجرايوي مسير ستونزې حل کړي.

د هر ډول مرکې لړۍ

- مقدمه(سريزه) (د نيکو اړيکو رامنځته کول او ايجادول)
- د مرکې تودول يا (Warm up)
- د مرکې اصلي متن (Content)
- د مرکې سړول (Cool up)
- مرکې ته خاتمه ورکول (Closure)

الف- مقدمه (سريزه) (د نيکو اړيکو رامنځته کول)

- د خپلې څېړنې موخه روښانه کول
- څېړنه څه ته وايي؟

- تاسو په دغو راتلونکو شوو معلوماتو څه کوی؟
- تاسو څومره وخت ته اړتيا لری؟
- ځواب ويونکو ته ډاډ ورکړئ، چې ددغو پوښتنو لپاره سم او نا سم ځوابونه نشته
- د مرکې د ثبت لپاره اجازه واخلئ، نه دا چې فرض کړی، چې دغه معلومات تاسو ته درکړل شي.

ب- د مرکې تودول (Warm up)

- له مرکه کيدونکي سره مرسته وکړئ، چې په راحت کې شي او ډاډ احساس کړي.
- ډاډ حاصل کړئ، چې ستاسو لومړنۍ پوښتنې اسانه وي، چې ځواب ورکړی شي.
- په خپلو پوښتنو کې ډېرې شخصي پوښتنې مه شاملوی.
- خپل کار په ډېره عامه طريقه سره پيل کړی، چې ستاسو کليدي موضوعاتو او ملاحظاتو ته رسيده گي وکړي

ج- سړول او د مرکې تړل (Cool of and Closure)

- وروسته له هغه، چې تاسو خپل عمده موضوعات احتوا کړي، امکان لري ډېر شخصي يا هيجاني موضوعات وي.
- يو شمېر عمومي پوښتنې وکړئ.
- فضا په راحت کې وساتئ
- مثبت يادداښتونه د مرکې د پای ورکولو لپاره وړاندې کړئ.

د- خبرې پای ته رسول (Closure)

- له ځواب ورکوونکو څخه هيله وکړئ که چېرته د ويلو لپاره څه ولري او غواړي هغه ورباندې ورزيات کړي، چې پخوا يې تاسو ته ويلي وي، هغوی دې پرې اقدام وکړي.
- له ځواب ورکوونکو څخه هيله وکړئ که چېرته هيله ولری له تاسو څخه پوښتنه وکړي، هغه پوښتنه دې وکړي.
- په پای کې له هغوی څخه په مينه مننه وکړئ.

هـ- د مرکې ثبتول

- د ټيپ يا ريکارډر په واسطه مرکې او خبرې اترې ثبت کړئ.
- هغه شيان ثبت کړئ، چې بايد هغه په ياد ولرئ.
- په زياته شرحه سره يادداشت واخلئ.
- مهم شيان ثبت کړئ، چې بايد هغه په خاطر کې ولری.
- انعطاف منل: د غير متوقعه پېښو لپاره تياری ولرئ.

و- د مرکې د متيود ښيګڼې

1. د ژورې او موردي (Case study) مطالعې د مرکې لپاره د مرکې ميتود مناسب ميتود دی، ځکه، چې په هغې کې تر مطالعې لاندې افراد محدود وي نو له دې امله د څېړنې د ټولنې پراخوالی کم، خو د مطالعې ژوروالی ډېر زيات دی او څېړونکی کولی شي په ښه توګه د اړوند مطالعې موضوع ژوروالی او زاويه پيدا کړي. د ماشومانو او ناسازګارو افرادو يا ديوې اقتصادي، اجتماعي او محيطي نابرابري يا رواني ناروغانو په هکله مطالعه د مرکې په ميتود سره په ښه توګه سرته رسيږي

2. د مرکې میتود د ټولنې د هغو افرادو لپاره، چې لازم سواد ونه لري ډېر ګټور دی ځکه، چې پوښتنلیکونه څېړنه او مطالعه بشپړولای نشي.

3. مرکه ددې سبب کیږي، چې مرکه کیدونکي یا ځواب ورکوونکی په ښه توګه د پوښتنو او څیړنې په موخو ښه پوه شي له دې امله د مناسبو ځوابونو د درک، کشف، او د معلوماتو دتر لاسه کولو امکان رامنځته کیږي او له څیړونکي سره د حقیقت او واقعیت په لاسته راوړلو او مجهولو د کشفولو په برخه کې مرسته کوي.

4. د مرکه کوونکي او مرکه کیدونکي ترمنځ مناسب محیط او چاپیریال رامنځته کیږي او ددې سبب کیږي، چې ځواب ورکوونکی له څیړونکي سره لازمه مرسته وکړي او هغه د څیړنې موخو ته ورسوي.

5. که چېرته مرکه او په تېره ازاده مرکه د مرکه کوونکي په هوښیاره لارښونه سره سرته ورسیږي ددې سبب کیږي، چې ځواب ورکونکی خپله اندیشه او مفکوره په ازادۍ او مینه سره بیان کړي.

د مرکې د میتود نیمګړتیاوې

1. دغه میتود ډېر وخت نیسي، زیات لګښت او وخت غواړي او کم او محدود خلک د پیژندنې او څیړنې لاندې نیسي.

2. د مرکې د میتود له لارې لاسته راغلي معلومات د پوښتنلیک د میتود په څیر د سترې ټولنې په برخه کې کار ورکولی نه شي ځکه، چې دغه معلومات د محدود شمیر کسانو پر بنسټ ولاړ وي.

3. د اطلاعاتو د تغبیر او تفسیر قابیلیت په تېره بیا په ازادو مرکو کې ښکته او ټیټ وي او څیړونکي باید په دې کار کې زیات پام او حوصله ولري ان دا، چې د مرکې

له پیل څخه د مخه باید څېړونکی د اطلاعاتو د تحلیل او تفسیر میتود اټکل او طرحه کړي.

4. په دغه میتود کې تجربه کارو او ازمایښت شوو مرکه کوونکو ته اړتیا ده، ځکه، چې مرکه کول یو تخصصي او مسلکي کار دی او هر څوک یې له عهدې څخه نه شي وتلی.

5. هغه شخصي تماسونه، چې د مرکه کوونکي او مرکه کیدونکي ترمنځ ټینګیږي د دواړو خواو ترمنځ د عاطفي اړیکو د پراخوالي سبب کیږي. له دې امله امکان لري، چې اطلاعات او معلومات د شخصي نظرونو له څرګندولو سره ګډ شي او مرکه کوونکی داسې ځوابونه ورکړي، چې د مرکه کوونکي خوښ شي، که څه هم واقعیت ونه لري یا مرکه کیدونکي د مخه تردې، چې د واقعیتونو په کشف پسې هڅه وکړي داسې قضیې او خاص حالتونه وڅیړي، چې دهغه حدسونه پیاوړي کړي.

6. څرنګه، چې مرکه یو انعطاف منوونکی میتود دی احتمال لري، چې ددې سبب شي مرکه کوونکی فکر وکړي، چې هر ډول یې زړه وغواړي، پوښتنه وکړي یا مرکه کیدونکي تصور وکړي، چې هر څه یې زړه وغواړي ووایي طبیعي ده، چې دغه ډول تصورات د اطلاعاتو په صحت کې، چې راټولیږي اخلال رامنځته کوي.

په مرکه کې د پام وړ ټکي

په مرکه کې باید لاندې ټکي په پام کې ونیول شي

1. د مرکوال او مرکه کیدونکي ترمنځ ډیر تشریفاتي او رسمي اړیکه نه ده پکار څو په خپل منځ کې پردیتوب احساس نه کړي. د پردیتوب د احساس پرمهال ځواب ورکوونکی ازادې خبرې نه کوي او له هغه څخه ډیر معلومات نه شي ترلاسه کیدلی.

2. مرکوال باید په دې پوه وي، چې هغه شخصي خبرې نه کوي بلکې ټوله مرکه يې خپريږي ځکه نو داسې پوښتنې پکار دي، چې د اوريدونکو د استازې حق ادا کړي. د اوريدونکو استازې هغه وخت کیدای شي، چې کله مرکوال د اوريدونکو په شکونو او پوښتنو خبر وي. که مرکه د اوريدونکو د ذهني پوښتنو اړوند نه وي نو اوريدونکي هغه نه اوري.

3. د مرکه کيدونکي غبرگ لږ لوړ پکار دی څو دهغه ارزښت په ډاگه شي. د مرکه کيدونکي خبرې باید غوڅې يعنې قطع نه شي. له دې سره دهغه پام بل لور ته اړوي ددې خبرې امکان شته، چې اصل ځواب ورځينې پاتې شي.

4. مرکوال ښايي د اوريدلو پروخت يواځې سر وښوروي هو ښه صيب، سمه ده بلکل ستا خبره پر ځای ده او داسې نورو خبرو سره مرکه کيدونکي پاملرنه خرابيږي. په هغې کې خبرې کوونکی په خپلو خبرو کې ځنډ احساسوي او په سمه توگه يې نه شي ويلی.

5. پوښتنه له يوې ځانگړي زاويې مه کوئ. ددې مطلب دادې، چې پوښتونکی يواځې د خپل فکر تايئد يا کومه ځانگړې خبره کول غواړي.

6. پوښتنه په خوښ او هسک انداز سره وکړئ او د سوال کولو پروخت د زياتې خپلوي انداز خپل کړئ، چې مرکه کيدونکې دا ونه گڼي، چې هغه ازمايي. په خوښ انداز د پوښتنو ځواب کې په عامه توگه خوښ غبرگون وي سخته پوښتنه هم په ښه او نرم انداز وکړئ.

7. د مرکې موضوع او شخصيت ته په پام سره پوښتنې تياري کړئ. د پوښتنو خاکه برابره کړئ. د مرکې تيارى ډير مهم وي.

8. که مرکه که مذاکراتي وي نو ښکاره ده په هغې کې مرکوال له یو څخه زیاتو خلکو سره مرکه کوي. په دغې صورت کې مرکوال داسې تاثر ونه کړي، چې هغه د کوم نظر پلوي یا مخالف دی. په بله وینا ناپیلی انداز خپل کړئ څو خلک په خوښی سره ډېر معلومات درکړي

9. د معلوماتي مرکې لپاره داسې کسان غوره کړئ، چې د اړوندې موضوع کار پوه وي. د مرکې لپاره تل د یوې ادارې مشر غوره کیږي.

10.مرکه، چې په کوم ترتیب ثبتیږي ضرور نه ده، چې په هغه ترتیب خپره شي. هغې ته یوه بله بڼه هم ورکول کیدلی شی.که د پوښتنو د لیکلو پرمهال کوم ترتیب په پام کې وي نو له ثبت وروسته هغه ترتیب بدلیدلی شي. دا هم کیدای شي، چې مرکه کیدونکی په منځ یا پای کې کومه ډېره ارزښتناکه خبره وکړي نو په ایډېټ کې پروډیسر هغه پیل ته را اړولی شي.

11.زیاته غوره داده، چې پروډیوسر په خپله مرکه وکړي، ځکه نوموړی په اسانه د مرکې لورې ټاکلی شي. که پروډیسر د کوم لامل له مخې مرکه ونه شي کولی نو، کوم بل داسې څوک هغې ته گماري، چې د پروډیوسر په ټولو غوښتنو پوه شی او د مرکې خیال هم وساتي څو د پروډیوسر د خوښې مرکه وکولی شي.

12.مرکوال ته د موضوع په اړه د ډېرو معلوماتو ترلاسه کول پکار دي.

13.له چا سره، چې مرکه کوي هغه ښه وپیژني.

14.مرکوال ته له سیمه یزو او ملي سیاست څخه خبریدل په کار دي

15.د پوښتنو انداز باید غوریدلی او لهجه په زړه پوري وي.په نیولي انداز د پوښتنو کول نه دي پکار.

16.تر مرکې د مخه وخت، ځای، او پوښتنې ټاکل پکار دي په دې سره يوه ښه مرکه کيدلی شي.

17.د مرکې لپاره د وخت ټاکلو لپاره مرکه کيدونکي ته د دومره وخت ورکول اړين دي، چې هغه په اسانه مرکه وکولی شي. غوره داده، چې هغه ته پوښتنې وروښودل شي څو اړوند عددونه او شمېرې په اسانۍ سره راټولې کړی شي. له دې سره مرکه ډېره کره او معلوماتي کيږي.

18.پوښتنې بايد يو له بل سره اړوندې وي او د خبرو په څير تړاو لري. د يوې پوښتنې په اړه پوښتنې په ترتيب سره وپوښتل شي. د پوښتنو تکرار نه دي پکار.

19.پوښتنې اسانه او د پوهاوي وړ پکار دي.

20.تر مرکې دمخه دا ويل پکار دي، چې دا مرکه د راډيو لپاره ده، ځکه يې نو ثبتوو. ځيني کسان د ټيپ ريکارډر په ليدو سره ټکني کيږي.

21.د مرکې تر پيلولو د مخه د څو دقيقو لپاره په سټوډيو کې ازادې خبرې وکړئ څو دمرکې کيدونکي وېره او پرديتوب له منځه ولاړ شي.

22.مرکوال دې په مرکه کې خپله پوهه نه په ډاګه کوي. د هرې پوښتنې د ځواب تاييد اړين نه دی او نه ښايي د پوښتنې کلمې سختې وي (٦٧:٦).

مرکې

امريکايي خبريال کرستين جنجر وايي: مرکه د رپوټ جوړولو بنسټيز توکی دی. مرکه د معلوماتو، نظرياتو او تجربو تبادله ده. هغه څه، چې مرکه له نورو بحثونو بيلوي دادې، چې د پوښتنو مسيرد خبريال په لاس وي. د مرکې تنظيم تل اسانه نه وي. خلک غواړي، چې له خبريال سره خبرې وکړي په ځانګړې توګه کله، چې

رپوټ يوه پيچلې موضوع وي. کله، چې له عامو چارواکو سره خبرې کوئ لومړی له مقدمې نه پيل وکړئ، ځکه خلک غواړي، پوه شي چې لوړپوړي چارواکي څه کار کوي.

تجربه لرونکو خبريالانو موندلې، چې د ښښې په غوښتنه، او د هغو خنډونو په لري کولو کولی شي آن هغه چارواکي، چې له مرکې نه بيزار هم وي، مرکې ته يې راوکاوږی او مرکې ته يې وهڅوي. که هغوی وخت نه درلود خبريال کولی شي د مرکې لپاره يو ځانګړی وخت وټاکي يا هم هغه ځای، چې خبريال وکولی شي له مرکه کوونکي سره خبرې وکړي، وټاکي. د لنډ وخت غوښتنه هم کولی شي د مرکې لپاره د چمتو کيدو په برخه کې مرسته وکړي.

هغوی ويريږي، ځکه فکر کوي، چې دغه رپوټ هغوی بد معرفي کوي. په درناوي له هغوی سره خبرې مرسته کوي، چې هغوی خپل ډار پريږدي او له تاسو سره مرکې ته چمتو شي. هغوی نه پوهيږي، چې څه ووايي. خبريال بايد دا ورته په ډاګه کړي، چې ولې په دې رپوټ کې دهغوی نظر ته اړتيا ده او دا هم ورته روښانه کړي، چې له نوموړي څخه د کومو معلوماتو ترلاسه کولو ته اړتيا لري. چارواکو ته لاس رسی ګران وي خو خبريال بايد د هغوی سکرتر يا هم دعامه اړيکو څانګې ته ورشي او د مرکې لپاره وخت واخلي. که چېرته خبريال ته شک پيدا شو، چې ښايي غوښتنه يې ترچارواکي ونه رسيده، ځيني خبريالان بيا خپل وړ کس ته ليک استوي او يا هم د غرمې د ډوډی پرمهال يا هم له رسمي وخت نه وروسته له هغوی سره تيليفوني اړيکه نيسي او کوښښ کوي هغوی ته ځان وروروسوي.

کله، چې د مرکې وخت وټاکل شو او له دې وړاندې، چې له نوموړي مو پوښتنې ګرويږنې پيل کړې، لږ چمتوالي ته اړتيا شته. ځيني خبريالان يو لړ پوښتنې برابروي، خو د مرکې پرمهال يې نه لولي، بلکې د مرکې په پای کې د خپلو پوښتنو لېست ته مراجعه کوي، چې ډاډه شي ايا ټولې پوښتنې يې پوښتلي دي.

پوښتنې د مرکې د ملا تير جوړوي. سوالونه د کښتې د تيغې په څير دي، چې کښتۍ ته دمسير په ورکولو کې مهمه ونډه لري. د ښو پوښتنو ځواب ښايي بشپړ معلومات، حيرانوونکي ځوابونه او ستاسو له توقع نه ډېر معلومات وي. ناسمې پوښتنې تاسو حيرانوي، چې ولې دا کس ستاسې له خبرو ناخوښيږي. هغه پوښتنې، چې ډېرې مشخصې وي ښايي، چې تاسو په يو ناسم لوري سم کړي. د رپوټ د ليکلو او چمتو کولو لپاره په مهارت مرکه بنسټيز عنصر بلل کيږي.

لومړۍ پوښتنه په مرکه کې ډېره مهمه ده، ځکه د پوښتنې لحن د نورو پوښتنو مسير او لوری ټاکي. ډېر شمير خبريالان غواړي، چې مرکه په ګنګل ماتونکو پوښتنو (Ice breaker) پيل کړي، چې په دې توګه مقابل لوری د ارامۍ احساس وکړي دغه شان پوښتنه ستاسو سره مرسته کوي، چې مقابل لوری مو پوښتنو ته په ډاډه زړه ځواب درکړي او ستاسو شتون له نوموړي سره ستونزې نه را ولاړوي او د باور فضأ رامنځ ته کوي. ډېر وخت غوره پوښتنې پرانيستې پوښتې دي، چې يواځې د هو يا نه په کلمو نه ځوابيږي بلکې نورو معلوماتو ته هم اړتيا لري. که له يوې خوا غوره ده، چې ښې پوښتنې وپوښتئ، خو بل لوری دا هم مهمه ده، چې مقابل لوري ته واک ورکړئ، چې خبرې وکړي او تاسو غلي اوسئ او مهم معلومات ترلاسه کړئ، هغه څه، چې اورئ تاسو ته د نورو پوښتنو چانس په لاس درکوي.

رابرټ سيجل، چې په واشنګټن کې په ملي راډيو کې کار کوي، نوموړی د خپلې هغې مرکې په اړه څرګندونې لري، چې له يوه ترکي ديپلومات سره يې پر پاپ جان پال باندې د يوه ترکي وګړي له بريد وروسته تر سره کړي وه. د نوموړي لومړۍ پوښتنه داوه: ايا تاسو ويلی شئ ددې کس، چې د ايټاليا په کوم ځای کې ژوند کوي، هلته څه کوي؟ څه ډول د ايټاليا ويزه ورکړل شوي وه؟ ددې ټولو پوښتنو ځواب منفي وه. له ډېر کوښښ وروسته سيجل دمه وکړه نږدې و، چې له مرکې تېر شي، خو خبريال دا چوپتيا په دې ماته کړه: له دې پرته، چې هغه په ترکيه کې يو مشهور قاتل وه او د يوې سترې ورځپاڼې د اډيټر له ترووره وروسته له زندان نه وتښتيد، سيجل وايي: ښه به داوه، چې خپله مرکه کې په دې پوښتنه پيل کړي وه، چې دې کس په اړه راته معلومات راکړي.

خبريال کولی شي له مقابل لوري سره د تيليفون پرليکه د برېښناليک له لوري يا هم د تيليفوني پيغام له لوري مرکه وکړي خو هره طريقه خپلې ښيګڼې او نيمګړتياوې لري. يوه مرکه د يو کس په اړه بشپړ احساس راکوي په ديوالونو باندې څه ډول انځورنه دي؟ ايا مېز پاک دی؟ په الماري کې څه ډول کتابونه دي؟ له مرکه کيدونکي سره ليدنه خبريال ته دا توان ورکوي، چې د نوموړي د برخورد او چلند په کتو ديوې سرچينې په توګه پر نوموړي د اعتبار کچه وټاکي. ايا نوموړی په غوسه دی يا ارامه؟ ايا نوموړی غواړي له خبريال سره وګوري؟

د پونيټر په انستيتوت کې د ورکشاپونو مشر کوستوفر سکالون د خپلې هغه مرکې کيسه بيانوي، چې له يوې ميرمنې سره، چې ميړه يې د سرطان د ناروغۍ له امله مړ شوی و، کړي وه. د متوفی ميرمنې نوموړي ته ټول کور وښودو او د خوب په

خونه کې يې وويل: پوهيږې، چې زه هره شپه د خپل خاوند لږ عطر په بالښت وهم او تراوسه هم احساسوم، چې هغه زما سره دی. دغه هغه جزيئات دي، چې لوستونکی احساسوي، چې سکالون دا مرکه نېغ په نېغه ترسره کړې نه د تيليفون يا د انلاين له لارې.

تيليفوني مرکه لږ وخت نيسي او ځيني خبريالان هغه د يادانښت نيولو لپاره غوره ګڼي، ځکه خبريال دې ته اړ نه وي، چې له مقابل لوري سره د سترګو اړيکه وساتي. آن دا چې هغوی کولی شي، چې په کمپيوټر کې هم ياداشتونه وليکي. د برېښنا ليک له لارې مرکه کيدای شي په هغو مواردو کې، چې مقابل لوری لرې وي، ګټوره وي خو خبريال هغه څه، چې ويل کيږي اوريدلی نه شي او هم په مناسب وخت کې هغه تعقيقبولی نه شي.

د انټرنېټ له لارې د لنډو پيغامونو پرمټ مرکه کول هم د تيليفون مرکې ته ورته دي خو په دې صورت کې ستونزه داده، چې په دې باور کول ستونزمن دي، چې ايا کوم کس، چې د انټرنېټ او کمپيوټر تر شا ناست او ځوابونه ليکي حقيقي دی او که څنګه؟

د همدې انديښنې د مخنيوي په خاطر د ويرجينيا ورځپاڼې د خبر په خونه کې د انلاين راپوټونو لپاره يوه تګلاره جوړه کړې ده. د انټرنېټ خدمتونه، لکه نور مزي (لين) خدمتونه کنټروليږي. هغه خبريالان، چې د برېښناليک يا هم د انلاين له نورو بڼو نه کار اخلي، بايد هماغه حرفوي معيارونه په پام کې ونيسي. هغوی بايد ځان د خبريال په توګه وپيژني او ووايي، چې څه ډول معلومات پلټي او ولې؟ هغوی بايد

د واقعیتونو، نظرونو هماغه ارزونه وکړي، چې کله د معلوماتو د نورو بڼو د ترلاسه کولو پرمهال یې کوي.

مهمه نده، چې هغوی څه ډول مرکه کوي ډېر شمېر خبریالان که څه هم ځیني پوښتنې ورسره وي خو هغه اخر ته ساتي، په لومړي سرکې مرکه لنډه کوي خو بیا یې وروسته په دغو سوالونو غزوي. خبریالان له هغه چا سره، چې مرکه کوي ددوهم ځل لپاره د اړیکې لاره چاره هم پوښتي، په ځانګړې توګه که چېرې خبریال غواړي څو ساعته وروسته له نوموړي نه مننه وکړي ډېر شمېر خبریالان یوه بله پوښتنه هم لري، هغه دا چې که مرکه کیدونکی کس د مرکې په پای کې پوښتي چې په دې اړه نو د چار سره خبرې وکړم.

بنسټیزې لارې چارې

ډېرې مرکې ثبت کیږي او دلیل یې دادی، چې خبریال وکولی شي هغه څه یې، چې پوښتلي او هغه څه یې، چې اوریدلي په دقیقه توګه نسبت ورکړي او ښه داده، چې نوموړی کس په دې اړه وپوهیږي. په ځانګړې توګه هغه کسان، چې په ورځپاڼو، راډیو، تلویزیون کې له نقل قولونو سره هغومره روږدي (بلد) نه وي. که چېرته معلومات ثبت نه شي، نو مرکه کیدونکی باید له دغو معلوماتو نه د ګټې اخیستنې په څرنګوالي پوه شي او له هغې سره موافقه وکړي.

یوه مرکه ددې لپاره نه ده، چې چاته نسبت ورکړل شي، بلکې مرکه ددې لپاره کیږي، چې په رپوټ کې یې له معلوماتو نه کار واخیستل شي او د سرچینې نه په مستقیمه توګه نقل کیږي. خبریال کولی شي په عامه توګه یوه سرچینه معرفي کړي. د بېلګې

په توگه د بهرنيو چارو وزرات او يا د يوه ساختماني شرکت انجينر او داسې نور، خو په دې شرط، چې مقابل لوری يې له خپريدو سره موافقه کړې وي.
ډېرې خبري اداري نااشنا سرچينو نه د کار اخيستو لپاره ليکلي تگلارې لري، د بېلگې په توگه نيويارک ټايمز وايي: ناڅرگندې سرچينې بايد هغو حالاتو ته وساتل شي، چې پرته د هغې معلوماتو نه رپوټ خپريدلی نه شي، که څه هم داعتبار وړ او د خبر ارزښت لپاره مهم وبلل شي. کله، چې له دغو معلوماتو کار اخلو موږ بايد دې ته ژمن اوسو، نه يواځې داچې لوستونکي د هغې اعتبار ته راماتوو بلکې دا هم څرگنده کړو، چې موږ له دې انگيزې نه څه زده کړې دي.
خبريال بايد دې ته ژر قانع نه شي، چې مقابل لوری له پخوانۍ سابقې نه وغږيږي ځکه پوهيږي، چې دا موضوع نوموړي ته نه ورگرځي. له يوې سرچينې نه پرته له دې، چې نوم يې واخيستل شي، کار اخيستل د معلوماتو په اړه اعتبار موضوع له اوريدونکي سره نوره هم ستونزمنه کوي.
پوښتنې د مرکې د ملا تير دی
ځيني وخت داسې پيښيږي، چې خبريال بايد د موضوع شاليد په اړه معلومات ترلاسه کړي او دا يواځينۍ لاره ده، چې سرچينه خبرو ته چمتو کوي. سرچينه د خپل خونديتوب په اړه انديښنه لري او که نور پوه شي، چې نوموړي له خبريال سره د خبرو لپاره موافقه کړې ده، چې د پخوا په اړه معلومات ورکړي. هر يو په خپل وار سره د ځان په اړه انديښنه پيدا کوي. لاندې لارښوونې له پخوانۍ سابقې څخه د موفقيت لپاره د پريکړې په اړه دي:
- د رپوټ دا موضوع د ټولنې له ډېرې انديښنې نه سرچينه اخلي.

- بله لاره نه شته، چې معلومات ثبت کړل شي.
- سرچينه په هغه موقف کې ده، چې په حقيقت کې پوه شي (ستاسو په رپوټ کې)، چې ولې د سرچينې نوم بايد واخيستل شي.

په ځينو پلازمينو کې دولتي ادارې د پخوانۍ په اړه غربيږي. ژور شاليد په دې معنی ده، چې له معلوماتو نه کار اخيستل کيدی شي خو، نه د مستقيم نقل قول په توگه ثبت شوي معلومات د نورو سرچينو لپاره تکراريدلی نه شي خو د خبريال لپاره ډېر ارزښت لري.

دا په خبريال پورې ده، چې ډاډه شي دواړه لوري په موضوع پوه شوي او د مرکې په اړه يې اساسي قواعدو سره موافقه کړې ده. ځيني وخت سرچينه غواړي، چې د مرکې په منځ کې هرڅه بدل کړي او ووايي، چې تاسو نه شئ کولی له دې معلوماتو نه کار واخلئ ځکه نو ښه داده، چې هرڅه له هماغه پيل نه سم وليکئ او د معلوماتو له ړنگولو او له هغې نه له تيريدو سره ترهغې، چې امکان لري او له مرکې وړاندې يې په اړه څه ويل شوي موافقه مه کوئ.

خبريالان بايد پوه شي، چې څومره کولی شي رښتيني واوسي او د سرچينې پيژنگلوي ساتلی شي. د ځينو دليلونو له مخې خبريالان له گواښ سره مخامخ کيږي او ځيني يې بيا آن بندي کيږي خو دا په داسې صورت کې ده، چې که هغوی محکمې ته د محرمو معلوماتو په اړه له ويلو نه ډډه وکړي.

که خبريال غواړي له گواښ سره مخامخ نه شي نو ښه داده، چې په رپوټ کې د سرچينې پيژندگلوي وکړي. ځيني خبريالان دا وړتيا لري، چې له بهر نه ثبت شوي غږونه له سره ثبت کړي. اريک نادلر د همدغو کسانو له ډلې يو دی. کله، چې يوه

off the record مرکه بشپړه شوه هغه ځیني نقل قولونه، چې په بشپړه توګه بې خطره دي لولي او پوښتنه کوي، چې ولی هغه on the record وایي. کله، چې سرچینې ورسره ومنله یاداشتونه خپل بیا لولي او د کار د اخیستو لپاره یې د مرکې کیدونکي اجازه ترلاسه کوي.

خبریالانو ته مهمه داده، چې د هغو معلوماتو په اړه ځان پوه کړي، چې د سرچینې له لوري وړاندې محدودیت لګول شوی یعنی معلومات تر یو لړ شرایطو لاندې راټول شوي او تر یوه ټاکلي وخت پورې نه شي کارول کیدای. د بېلګې په توګه یوه دولتي اداره له دې وړاندې، چې خپله نوې تګلاره اعلان کړي ښایي، چې څو ساعته وړاندې یې خلاصه چمتو کړي. دا له خبریال سره مرسته کوي، چې د نوې پالیسی په اړه له جوړیدونکي کنفرانس وړاندې ځان چمتو کړي، خو هغه خبریالان، چې په دې اړه یې معلومات له وړاندې ترلاسه کړي تر هغې وخته له یو لړ محدودیتونو سره مخامخ وي.

په سمه توګه ترلاسه کول

د باور ترلاسه کول د یوه خبریال تر ټولو مهمه شتمني ده او سموالی د هغې د ساتلو لپاره ښه وسیله ده. خبریال باید ټول معلومات، چې د رپوټ لپاره یې ترلاسه کوي چک کړي او آن باید دوهم ځلې یې هم چک کړي. خبریالان هم تیروتنه کوي خو دا تیروتنې باید ډېرې لږې وي. کله، چې postland oregnign امریکایي ورځپاڼې خپله تیروتنه مطالعه کړه نو اډیټران یې دې پایلې ته ورسیدل، چې تېروتنه د دریو لاملونو له امله رامنځ ته شوې ده:

1. له حافظې نه کار اخیستل

2. فرض کول
3. له دوهمې سرچينې سره معامله
4. خبريالان په رپوټونو کې د تېروتنو د مخينوي لپاره په لومړۍ ليکه کې راځي

خبري سرچينې Source of News

په خبريالی کې د سرچينې څرګنداوی او پر سرچينې ډډه د خبر او خبريال مهمه دنده ګڼل کيږي. کله، چې خبريال له يوې سرچينې يا خبري څانګې خبر او د خبر جزئيات اخلي د سرچينې يادون يې اړين دي هغه پېښې، چې ريښې يې ژورې او لانجمنې وي سرچينه يادول يې مهم بلل کيږي.

د خبر ليکنې په ادبياتو کې د سرچينې بحث ته ډېر ارزښت ورکول کيږي. سرچينه ريښه او آر بلل کيږي. حقيقي او حقوقي اشخاص د خبر سرچينه کيدای شي حقيقي افراد لکه ولسمشر، وزير، د پوهنتون او نوري ټولنې او مؤسسې. خبري سرچينې حقوقي شخصيت هم کيدای شي.

له خبري سرچينې څخه د ګټې اخيستنې اړتيا.

د خبر د سرچينې ښتون او څرګنداوی د مخاطبانو اړتيا او غوښتنه ده.

مخطبان کولی شي له دې لارې د خبر پر روغتيا، رښتينتوب او مخيني وپوهيږي او تر ارزونې لاندې ونيسيکه څه هم پدې وروستيو کې د بريښنايي او نورو سرچينو په زياتوالي سره د بې باوره او نابوري سرچينو په پرتله او توپيرولناشوني او ستونزمن کار دی، خو بيا هم د خبر له سرچينې څخه د ګټې اخيستنې اړتيا په لاندې برخو کې پيښيږي.

لاسوند (مستند کول)

په پورتنيو کرښو کې مو وويل، چې د سرچينو ځرګنداوی او د خبر رښتينتوب د مخاطبانو په اړينو غوښتنو کې راځي. د خبر لاسوندتوب او پر سرچينې ډډه د خبر ارزښت او سوچه توب ته قوت وربښي.

1. باور او ويسا

کله کله د خبر سرچينه ځرګنده خو ويسا او باور يې کم وي. خبريال بايد هڅه وکړي، چې د خبر لپاره ځرګنده باوري سرچينه غوره کړي. که چېرته د يوې نا باوري سرچينې پر خبر ډډه وشي کېدای شي خبر نيمګری او يا هم درواغ وخيژي. دغه نيمګړتيا او دروغ خپرونې د خبريال حيثيت تر پوښتنې لاندې راولي.

2. پاز خلاص

کله کله داسې خبرونه ورکول کيږي، چې رښتينتوب او بې شکه وي. که چېرې خبريال يا خبري رسنې غواړي د خبر له پاز او مسؤليته ځان خلاص کړي. سرچينه راوړل يې اسانه او غوره لاره ده. ډېر وخت داسې پيښيږي، چې خبري رسنې يا خبريال پيښې ته په رسيدو کې له ستونزو سره مخ کيږي.
دغه وخت خبريال يا رسنی اړې دي، چې له نورو سره د سيالی او د خبر په خپراوی کې د پيړی، او د مخاطبانو د اړتياوو په پام کې نيولو سره خبري سرچينې رسنيو ته مخ وراړوي. که چېرې د خبر په خپراوی کې بيړه او د پيښې نه پخلی د خبر په دروغ ختو وپايئږي. رسنی او خبريال يې له مسؤليته خلاص دی.

د سارې په ډول که د يو سياسي مشر يا نورو کسانو د وژل کيدو په څير خبر درته رارسيدلی وی او په روغتيا کې يې شک در اوچتيږي. د ځان د خلاصې او له نورو رسنيو سره د سيالۍ په خاطر کولی شي. خبر د سرچينې په يادون سره خپور کړي: د ايتوتاس د خبري اژانس له مخې احمدشاه مسعود درې ورځې مخکې مړ شوی دی.

په پورتنی بيگله کې تاسې گوری، چې دخبر ارزښت او حساسيت له مخې خبري سرچينه د خبر په پيل کې راوړل شوي که خبر دروغ وخيژي پر رسنی او خپرونو يې باور نه وي، خو بيا هم د امکان تربريده د خبر د رښتينتوب او نورو اړينو توکيو په اړه پلټنه پکار ده.

د پورتني خبر په اړه بايد ووايم کله، چې ما په سهار ورځپانه کې دخبري ايډيټور (خبر سمونکي) په توگه دنده ترسره کوله دغه خبر مو له راډيويي څپو واخيست. کله، چې د خبر سرليک ليډ او متن جوړيدل، په سر ليک کې مو د سرچينې توري غټ کړل(اتوتاس). سهار، چې کله خبر خپور شوه د تليفون په کرښه د ښکنځلو وار نه وه د ځان د خلاصی لپاره د سرچينې نوم ياد کړي او کوښښ مو کاوه د خبر ترنيمايي زيات مسؤليت په سرچينې ورواچوو، خو څو شيبې وروسته خبر ريښتيا شو او د ورځپانې تيراژ په دوهم چاپ سره له ۳۰۰۰ گڼو څخه ۷۰۰۰ گڼو ته ورسيد(۱۱۹:۷).

له سرچينې د گټې اخيستنې لارې چارې

په چاپي او بريښنايي خپرونو کې له سرچينې څخه په بيلا بيلو ډولونو گټه اخيستل کيږي.

a. خپرونې (مطبوعات)

په خپرونو کې د پیښې ځای او سرچینه زیاتره د خبر په پیل کې راوړل کیږي. د بیلګې په توګه:

- کابل (هیواد خبریال)
- نیویارک، د ملګرو ملتونو ودانۍ، رویټر خبري اژانس
- کندهار (سي، این، این)
- پیښور (خبري سرچینې)
- سیول، سویلي کوریا (اتوتاس)

په پورتنیو بیلګو کې تاسې ګورئ هغه پیښې، چې د رامنځ ته کیدو سیمې یې روښانه نه وي هلته د ښار او هیواد نومونه راوړل کیږي. یا که د پېښې په اړه څو خبري سرچینو خبر ورکړی وي تاسې کولی شئ د خبر په پیل کې خبري سرچینې یا اژانسونه راوړئ.

b. راډیو تلویزیون

په راډیو تلویزیون کې سرچینې یا ډول له خپرونو سره توپیر لري. د راډیو تلویزیون مخاطبان له سرچینې سره د ورځپاڼو او خپرونو په څیر نه مخامخ کیږي. خبریالان کولی شي سرچینه د خبر په پرانیستي کرښه (افتتاحیه، لیډ، متن) او نورو برخو کې راوړي.

c. اژانسونه

د خبري اژانسونو (News agencies) په تلکس او خبرونو کې د پېښې د ځای سیمې او نورو توکیو ترڅنګ د خبر استولو نېټه، سرچینه، او نور اړین ټکي هم راوړل کیږي.

۱/۱۷د غازې ښار، فرانسپرس، د ورى ۲۷ مه باختر. د اسرايلو د هوايي پوځ يوې چورلکې نن سهار د غازی پر جنوبي سيمو کې راکټي بريدونه وکړل.

د سرچينو ډولونه

سرچينې بيلا، بېل ډولونه لري، چې پرځينو به يې رڼا واچوو

1. خبريالان (Journalists)

خبريالان له خپل چاپيريال څخه د خبرتيا، مطالعې او ژورې ځيرکی په درلودو او لوستوالو او اوريدونکو د اړتيا او غوښتنو په پام کې نيولو سره د خبر سيمې ارزوي. تر ارزونې او پيژندې وروسته سيمې ته ننوځي او د خبر په موندلو، جوړاوی او خپراوی لاس پوري کوي.

2. شاهدان

د خبريال لپاره ترټولو غوره سرچينه د پېښې عيني شاهد او په پيښه کې دخيل کسان دي. خبريال په عيني حالاتو کې د يته نه اړوځي، چې په سرچينو پسې وگرځي، ځکه خبريال اوس يوه ډېره ارزښتناکه او غښتلي سرچينه موندلي. لاندې خبر وگورئ دلويي جرگې ښځينه استازو په ځغرده د خپلو حقوقو نارې وهلي او د مجاهدينو پر مشرانو يې ټکونه کول.

3. پازوالان (Editors)

پازوالان د ټولنې د واقعيتونو او هر اړخيزو مسائلو له مطالعې سره په خپله د خبر سرچينې گرځي. ډېری ايډيټران د ټولنې له مشهورو نوماندانو، سياسي او ټولنيزو

ښيرو سره راشه درشه او نژدې اړيکې لري. دغه اړيکې په خبر موندلو او د سرچينې په يدا کولو کې غوره رول لوبوي. ايډيټران کولی شي له مړو او مشهورو کسانو سره په تيليفوني اړيکو غوره او مهم خبرونه ترلاسه کړي.

4. خبري مديران (News Editors)

خبري مديران د ټولنې، رسنی او خلکو د اړتياوو د ملي او نړيوال وضعيت د پيژندلو پر بنسټ د خبر جوړولو پريکړه کوی. دغه کسان له بيلا، بيلو رسنيو سره په تماس کې غوره خبرونه ترلاسه کوي. رسنی کولی شي د خبري ايډيټرانو له تماس او اړيکو څخه په استفادې سره له نورو رسنيو غوره خبرونه ترلاسه کړي.

5. خبري رسنی (Media)

رسنې هم د خبريالانو د سرچينې په توگه پيژندل کيږي او زياتره ورځپاڼې، جريدې او نورې خپرونې د يو بل پر خبرونو ډډه کوي. که چيرې دکابل ننيو خبرونو ته ځير شو ډېر داسې خبرونه او مطالب به پکې ووينو، چې بيگاه مو له راډيو اوتلويزيون څخه اوريدلي وي.

همدا راز ډېرې بريښنايي خپرونې له چاپي خبرونو گټه اخلي، خو يو ټکی، چې د خبري رسنيو څښتنان او پازوال يې بايد په پام کې ونيسي دادی، چې له نورو رسنيو لکه (انټرنېټ يا بريښنا پاڼو) تر بريده زياته استفاده، د رسنيو اعتبار راټيټوي.

6. سازمانونه، اداري او...

سازمانونه، ادراې، گوندونه، او نور ټولنيز ارگانونه، چې د بيلا بېلو پېښو او مسائلو په اړه خپل ليکونه، اطلاعاتي او پريکړه ليکونه خپروي، دا هم د خبريال لپاره يوه خبري سرچينه بلل کيږي.

7. د اطلاعاتو بانک (Information Bank)

د اطلاعاتو بانک د معلوماتو يوه تېزه، بيړنۍ او ډاډمنه سرچينه ده. د اطلاعاتو په بانک کې ملي او نړيوال خبرونه، د ګوندونو، ډلو ټپلو او نورو ټولنيزو ادارو اطلاعيې پرتې وي. خبريال کولی شي له څنډ پرته يې ترلاسه کړي. د اطلاعاتو بانک کولی شي د وړ طرحې پربنسټ په ډېر لږ وخت کې ديوې پېښې لامل هم جوت کړي.

8. ټوليزې (عامه اړيکې) Public Relation

د سازمانونو ټوليزې اړيکې هم يوه خبري سرچينه جوړوي. دغه اړيکې د خبريال او سرچينې ترمنځ د هم غږۍ او اسانتياوو برابرولو يوه غوره لاره ده.

9. خلک (ولس)

ولس هم خبري رسنيو ته د پېښو د بهير په ليږد او د خبر ورکولو سره د خبريالانو لپاره غوره خبري سرچينه جوړي.

10. وړ سرچينې

تر باوري سرچينو وروسته هغه سرچينې مهمې او اړينې بلل کيږي، چې د يو چا تر واک او وړتيا لاندې وي. د بېلګې په توګه د دفاع وزير د دفاع وزارت په چارو کې د وړتيا وړ سرچينه ده. دغه سرچينه نشي کولی په مالي، ډيپلوماتيکو او نورو چارو کې مالومات ورکړي يوازې پر خپلو وړتياوو (صلاحيتونو) او اړوندو چارو راڅرخي.

11. رسمي سرچينې (Formal Sources)

په دې ډول کې هغه سرچينې راځي، چې په رسمي ډول د اطلاعاتو او خبر ورکولو وړتيا ولري. د خپلو کاري چارو، پرمختياوو او نورو فعاليتونو په اړه خبري رسنيو ته

معلومات ورکوي او پدې ډول هم اداره او هم رسنی دواړه سره نښلوي. د پولیسو منصبوال د امنیتي خبر، ملکي چارواکي، حکومتي تګلارو او د ملګرو ملتونو اداره د بشري مرستو لپاره ښایي رسمي سرچینې وي. په رسمي سرچینو کې د رسمي چارواکو لکه د کورنیو چارو ویاند او نورو چارواکو تائید راوړل اړین دي.

ډېر وخت داسې پیښیږي، چې وینا د یو تن خو سرچینه یې په ټولې ادارې پورې تړلې کیږي. د افغانستان او ګاونډیو هیوادونو خپرونو دغه ستونزه زیاته ده او ډېر وخت داسې هم پیښیږي، چې د رسنی او ادارې ترمنځ خبره محکمې ته ورسیږي. کله کله د یوې پېښې په اړه متضاد نظرونه وي. د پېښې یو اړخ پر بل اړخ تور لګوي، چې ستونزې پیدا کوي او دوهم بیا پر لومړي هغه پړه اچوي دغه ستونزې د افغانستان په څیر په جګړه ځپلي هیواد کې زیاتې دي.، په دغسې لانجمنو او سره ټکر حالاتو کې خبریال ته پکار ده، چې د دواړو اړخونو (دواړو سرچینو) نظرونه خپاره کړي.

د خبریالی په نړیوال سبک کې د سرچینې خبري په ټولیز ډول په څرګند ډوړل نه راوړل کیږي او که داسې معلومات تر لاسه شوي وي، چې خبرې به نن پای ته ورسیږي.

داسې انګیرل کیږي، چې او...

د خبر او معلوماتو د ورکړې لپاره سرچینه باید څرګنده او معلومه وي. شک او ابهام د خبر او خبریال ارزښت او حیثیت ته زیان رسوي. په افغانستان کې زیاتره خبرونه په مجهولي او ناڅرګندې سرچینې سره خپریږي او دغه ستونزه مخ پر زیاتیدو ده.

په سرچینه څنګه اعتبار کولی شو؟

دخبري رسنیو مخاطبان تل هڅه کوي، چې د خبر یا پېښې د سرچینې هویت او اعتبار معلوم کړي. له خبرونو او نورو خبري ژانرونو سره د سرچینو راوړل د خبر د تائید او رښتینتوب ترڅنګ مخاطبانو ته پر پېښه او خبر د ډاډ زمینه برابروي. د سرچینو یادون د ومره اړین بریښي، چې کله کله خبري رسنی د پوښتنې او ګرویږنې لامل هم کرځي.

د ورځپاڼې سرچینې

په ورځپاڼو او چاپي خپرونو د شویو مطالبو سرچینې او اخځونه زیاتره په ۱۲ ټکو کې راځي.

۱. هغه خبرونه او سرلیکنې، چې د ژورنالېستانو او لیکوالو له خوا د ورځپاڼې د خپریدو په سیمه کې چمتو کیږي.

۲. له هیواد او بهر نه د ځانګړو او ثابتو خبریالانو رالیږلي مطالب.

۳. د ورځپاڼو د غیر مستقیمو همکارانو لیکنې.

۴. د کورنیو او بهرنیو اژانسونو سپړنې او خپرونې.

۵. د ټولنیزو اړیکو له ځانګو څخه ددولتي او رسمي ادارو تر لاسه شوي اعلامې او خبرونه.

۶. د ګوندونو، ډلو، ټولنو، او عادي خلکو ترلاسه شوي خبرونه.

۷. له کورنیو او بهرنیو خبري رسنیو اخیستل شوي مطالب.

۸. د کورنی راډیویي او تلویزیوني خپرونې

۹. د بهرنیو هیوادونو د سفارتونو او استازیو ورځینی، اونیزې ا و میاشتنی خپرونې او بولیټنونه.

۱۰. د تليفون او ليک لارې د لوستوالو راليږلي خبرونه.

۱۱. له کتابتونونو او ارشيفونو چمتو مطالب.

۱۲. له مستندو خبري فلمونو چمتو شوي مالومات او مطالب

خو د چاپي خپرونو تر ټولو ارزښتمنې خبري سرچينې د خپلو خبرياالنو ځانگړي راپورتاژونه دي، چې د لوستوالو له اړتياوو اوغوښتنو سره سم چمتوکيږي. ورځپاڼې او نوري خبري رسنۍ د موضوع تناسب ته په پاملرنې سره دغه ډول راپور تاژونو ته ډېر ارزښت ورکوي. توليد شوي خبرونه او راپورتاژونه د خبري رسنيو د کار کوونکو او پازوالو په بشپړ ډاډ سره خپريږي.

13. د ارواپوهنې له مخې د سرچينې اعتبار

د سرچينې د اعتبار (Source Credibility) په اړه ډېرې کمې څېړنې تر سره شوي، خو د ټولنيزي اروا پوهنې د تمايل بدلون (Attitude Change) په بحث کې په دې اړه ډېر څه ويل شوي او دايې روښانه کړيده، چې پيغامونه په يوه او سره ورته کچه اغېز نه پريباسي. ځيني ځانگړي لاملونه شته، چې د هغو اغېزو کچه لوړوي يا يې د اغېز مخنيوی کوي. په اروا پوهنه کې سرچينې له دريو اړخونو مطالعه کيږي:

1. د پيغام سرچينه
2. د پيغام منځپانگه
3. پيغام اخيستونکی

د ټولنيزي اروا پوهنې پدغه بحث کې د پيغام سرچينه د يادو شويو تمايلاتو د بدلون تر ټولو ستر لامل او د سرچينې باور، راښکون او ځواک له زاويو د ارزونې وړ بلل شويده.

پر سرچینه اعتبار

مسلک یا ځانګوالي پر سرچینه د اعتبار ترټولو ستر لامل کیږي، ځکه ډیری خلک د ځانګوالو او کار پوهانو پر خبرو باور کوي او په سړه سینه يې مني. په بله وینا، د اعتبار وړ سرچینه نظر له ستاینې او منني سره مخ کیږي. ډېر لږ داسې پیښیږی، چې کارپوه او مسلکي سرچینه دې تر نیوکو لاندې راشي.

د سرچینې راښکون

ظاهري راښکون او محبوبیت د سرچینې اعتبار نوره هم ډیروي. دغه ځانګړنه تر ډېره بریده په سوداګریزو اشتهارونو کې کارول کیږي، ځکه د سرچینې د پیغام اخیستونکي د راښکون او پرمخطبانو د ډېر اغیز لامل ګرځي. دغسې بیلګې په راډیو تلویزیونونو او نورو خبري رسنیو کې په ترا ډول لیدلی شو. مشهور او نوموتي هنرمندان، لوبغاړي، د جګړو اتلان يې جوتې بیلګې دي.

د سرچینې ځواک

ځیني اروپوهان پدې اند دي، چې د سرچینې ځواک د پیغام اخیستونکي پرتمایلاتو اغیز شیندي او ډېر ژر پکې خپریږي یانې ځومره، چې سرچینه د اعتبار او ځواک ښبتنه وي په همغه کچه يې اغېز هم ډېر وي.

د سرچینې د اعتبار په اړه څیړنې

مخکې مو وویل، چې په دې اړه دومره څیړنې ندې شوي خو په ۱۹۸۵ او ۱۹۸۹ کالونو کې د امریکا په متحده ایالاتو کې د ورځپاڼو، خبریالانو او سرچینې د اعتبار په اړه یو څه څیړنې وشوې، چې بده پایله يې درلوده.

سي سيلو ګازيانو (Cecile Gaziano) او کريستين مک ګراځ (Kristin Mac Grath) لومړني کسان وو، چې په ۱۹۸۵ کال يې په امريکا کې د خپل څيړنيز راپورتاژ په سريزه کې د سرچينې اعتبار په اړه يو څه وليکل. هغوی د راپور د سرچينې د اعتبار څېړنه پر دوو مخينو (سابقو) ووېشله: په ترڅ کې د سرچينې د اعتبار لپاره دوه ټوکي په ګوته کړل:

1. **ريښتينتوب (Trustworthiness)**
2. **ځانګوالی (Expertise)**

دغه مسئله ددې لامل شوه، چې د څېړونکو ټوله پاملرنه د شننی لامل وګرځي. څيړونکي پردې وپوهيدل، چې د سرچينې اعتبار څو اړخيز مفهوم ليږدوي او ځانګړنې يې په هر ارزونه کې بدلون مومي.د سرچينې د اعتبار په اړه ځينې څيړونکي د خبرونو (جغرفيايي ډګر) د بدلونونو د يو مهم لوبغاړي په توګه پيژني. ځينو څيړنو دا ښودلې ده، چې د ځينو ټولنو خلک په سيمه ييزو مسايلو کې تر راډيو تلويزيون نه ورځپاڼو ته ډېر ارزښت ورکوي او ريوټونه د ملي او نړيوالو مسايلو په برخه کې بيا د ورځپاڼو په پرتله راډيو تلويزيون ته ډېر ارزښت ورکوي. د امريکا د ۱۹۸۵ کال څيړنه په څو برخو کې ترسره شويده.

1. د سرچينې د اعتبار اړخونو ته کتنه.
2. د ورځپاڼو ا وتلويزيون (ارتباطي) وسايلو د خبرونو په برخه کې د خلکو د خبر پيژندنې او تميز لوړتيا.
3. په سيمه ييز پوښښ کې د اتبا ستونزې.
4. د سرچينې د اعتبار اړخونه.

له څېړنې څخه د لاسته راغلیو پایلو شننه دابنیي، چې د سرچینې د اعتبار په لامل (عامل) کې لاندې ۱۲ سکالوګانې راغونډې شوي دي. انډول او نیاو، بې غرضي، د پېښې بشپړه سپړنه، روغتیا، د خلکو د ځاني ژوند درنښت، د پلویانو څار، د ټولنیز ژوند او اړوندو موضوعاتو شتوالی، له الواکونو نه د حقیقتونو بیلتون، وسیامنتوب، د خلکو خوښي، سکالو، باید په دریو لاملونو (نیاو، ریښتینتوب، او روغتیا) وویشل شي. په هر حال په دغه څېړنه کې دورځپاڼې او راډیو تلویزیون د لاسته راغلي اعتبار کچه په پورتنیو ۱۲ توکیو پوري تړلي دي.

د ډله ییزو اړیکو د وسایلو پیژندنه

د څېړنې په اوږدو کې له یوه مورد پرته تلویزیون تر نورو ټولو خبري وسایلو غوره بللی شو دغه څېړنه په امریکا کې شویده، نه په افغانستان اوګاونډیو هیوادو کې په دغو پوښتنو او پلټنو کې نیمایي خلکو ورځپاڼه د خپلې هنداري رسنۍ په توګه ټاکله.که دغه څېړنه د افغانستان په څیر په یوه بریښنایي هیواد کې ترسره شي، راډیو ښایي د خلکو تر ټولو رابنکوونکي اومنلي وسیله شي(۸:۱۵۱).

وړیا سرچینې او مخبر

پلټونکي خبریال ته د رضا کاره سرچینو په باره کې هم له ډېر احتیاطه کار اخیستل په کار دی. کوم خلک، چې پخپله خوښه او وړیا توګه پلټونکي خبریال ته د هر ډول مرستې کولو ته‌تر وهي نو هغه په اصل کې د خپلو موخو د پوره کولو لپاره دهغه له ژورنالستیک حیثیت څخه د ګټې اخیستلو کوښښ کوي. هغوی ښه پوهیږي، چې کوم شی، چې هغه خپله ورځپاڼه کې نه شي چاپ کولی هغه د خبریال په مرسته خپروي او په دې ډول له هغه څخه ګټه اخیستلی شي.

ددې خبري شونتيا ډېره لږه وي، چې يو رضاکار ددې بې غرضه مرستې وړانديز وکړي. په عمومي توګه هيڅوک په رضاکارانه ډول ديوه خبريال وسيله ده جوړيږي هغه خامخا موخه او غرض لري. ښايي دا موخه ډېره عادي وي، ځيني وختونه داسې خلک ديو بل چا د کار الې جوړيږي. ټولي رضاکارې سرچينې هم داسې نه وي، چې له خدای (ج) څخه ويريدونکي مخلص، ديانتداره او ملي جذبې لرونکي، چې د خپل چاپيريال له بد ګڼلو څخه تنګ شي نو ډېر قيمتي او ارزښتناک معلومات خبريال ته برابروي، داسې معلومات، چې له دې سرچينې پرته بل چېرته نه موندل کيږي.د دارنګه اجورتي مخبرانو په باره کې هم له احتياطه کار اخيستل په کار دې کيدای شي، چې کوم مسلکي ټګمار د معلوماتو د برابرولو په پلمه، ورځپاڼه او يا کومه بله رسنۍ تېر باسي. په لويديځ المان کې نازي مشر د هټلر يادښتونه د څو لکو ډالرو په بدل کې پريوې ورځپاڼې وپلورل، ليکن وروسته هغه جعلي يعنې غلط وختل. د ورځپاڼې باور ته هم زيان واوښت او دمالي زيان په زغملو سربېره له قانوني اړخه هم له ستونزو او پريشانيو سره مخ شو. د ناسمو معلوماتو په خپرولو سره عامه نظرونه ګمراه کيږي اوس، چې له يوې موضوع څخه د خلکو د پام اړه ولو د پاره ديوې درندې مسلې د خپرولو او مشهورولو زمانه ده.

پلټونکي خبريالانو ته د رضاکارو سرچينو د خدايي خدمتګارانو په څير مخبرانه او اجورتي اطلاع ورکوونکو په باره کې ډېر احتياط په کار دی او په ډېر سوچ او فکر سره داسې معلومات استعمالول په کار دی. په دې ځای کې ددې خبرې يادول اړين دي، چې ځيني رسنۍ د خپلو خبريالانو د مرستې لپاره باقاعده تنخوا لرونکي کسان ساتي. سره له دې، چې دا تنخواګانې ډېرې لږې وي.

دا خلک په عامه توګه پوره لوستونکي هم نه وي، لیکن د هغو د معلوماتو حس ډېر تېز وي او هغوی، چې کله درسنۍ د لچسپی په اړوند پېښه په خپله سیمه کې ویني، نو له ځنډ پرته هغه د خپلې ورځپاڼې دفتر ته مخابره کوي. تر هغې وروسته د کوم مرستیال مدیر یا خبریال په لارښونه زیات معلومات برابروي دغسې خلک اجورتي مخبر نه ګڼل کیږي. دا رنګه خبریال، چې د خپلې کومې سرچینې په خاطر څومره لګښت کوي هغه هم د اجوري یا معاوضي په ډله کې نه راځي.

دولتي او نا دولتي سرچینې

د معلوماتو د دولتي او نا دولتي ریکارډ تفصیل ډېر اورږد دی. په اصل کې د هر دفتر داسې ریکارډونو تفصیل لیکل کیږي، چې له هر خبریال سره په څېړنه او پلټنه کې مرسته کولی شي.

1. اداري دفترونه

A. د مشر دفتر

a) د بیلا بیلو دندو لرونکو کارکوونکو رپوټونه (په ځانګړي ډول د ښاروالی انجینر، د روغتیایي مشر او دمالیې د مشر ریکارډ).

b) د بیلا بیلو ځانګو ترمنځ د لیکونکو کاپیانې (د پرتلیز جاج د پاره).

c) د ښاریانو شکایتونه او د هغو دله منځه وړولو هڅې.

d) د ځانګړو پلانونو په هکله رپوټونه.

e) د پیدایښت او مړینې د ثبت پاڼې.

f) د اور وژنې د ثبت پاڼې.

g) د میټرو د بولیټین کارپورشن د غونډو د کړنو د ثبت پاڼې.

h) د عامه اړيکو څانګه

i) د قضا مرستيال.

j) د ګمرک او نورو محصولاتو د ثبت پاڼې

B. د پوليسو دفترونه:

a) د ولايتي څېړونکو پوليسو عمومي مشر، دولايتي پوليسو عمومي مشر د دفترونو د ثبت پاڼې.

b) د زندان د پوليسو لوړپوړي مشر او د زندان د پوليسو مشر د دفترونو د ثبت پاڼې.

c) د لومړنيو رپوټونو لايف آی آر او زخمي پلټونکو رپوټونو ريکارډ.

d) د پېښو او پوليسو پټ (په ځانګړي ډول (سپيشل پوليس) رپوټونه.

e) د جرمونو عددونه او شمېر.

f) د مخابراتي پيغامونو د ثبت پاڼې.

g) د ځانګړو ډلو د کار کولو د ثبت پاڼې.

h) د ترافيکي پېښو جرمانه پاڼې.

i) د موټر چلولو د لايسنسونو لپاره غوښتنليکونه.

j) د ځانګړو پلټونوکو رپوټونو د ثبت پاڼې.

k) قانوني څانګه.

C. د ولسوالی د محکمو دفتر:

a) ګدام او دساتونکو ځای هغه ځای، چې هلته پريکړل شوي کاغذونه ساتل کيږي.

b) د ثبت دفتر.

c) د وسلو دلايسنسونو لپاره د غوښتنليکونو د ثبت پاڼې (د شويو لايسنسونو د ثبت له پاڼو سره).

d) د کميسون د مشر، ولسوالی، سيمه ايز حکومتي دفتر او د کميسيون د مشر دوهم مرستيال د کميسار د فترونه.

e) د قاضيانو د عدليې کړنو د ثتب پاڼې.

f) د سيمه ايز حکومتي دفتر راپور.

g) د اور لوبو، د وسلو کاروبار او نورو باروتي موادو اړوند د ثبت پاڼې.

h) د ولسوالۍ د وکيلانو ټولنه (د وکيلانو دفترونه او کتابتونونه).

D. ښاري دفاع:

a) اور لګيدنې، د ځايونو بربادي، او نورو پېښو ريکارډ (دپرتليز جاج لپاره).

b) د ښاري دفاع د بېلا بيلو خلکو د کارونو د ثبت پاڼې.

E. عامه خدمتونه:

a) د ښاري پرمختيا اداري د ثبت پاڼې.

b) د ښارګوټي پلان.

c) د اوبو رسونې دفتر.

d) د طبيعي غاز اړوند دفترونه.

e) بريښنايي ښلوونکي (تيليفون، تار، د پوست خوني دفترونه او د تيليفون د مشرانو ريکارډ).

f) د اوبو او بريښنا اداره

F. عامه روغتيا:

a) د عامه روغتيا رئيس.

b) دولتي او نا دولتي روغتونونه.

c) د جراحي او مرستون د ثبت پاڼې.

d) د ډاکټرانو، نرسانو، د روغتون د ښځينه کتونکو او د نورو مرستندويه عملي زده کړې او روزنې د ثبت پاڼې.

e) د وبا او نورو خپريدونکو نارغيو په باره کې رپوټونه.

f) د روغتونونو او عامې روغيتا اړوند د نورو ادارو د معاينې په باره کې د رپوټونو د ثبت پاڼې.

g) د زهر لرونکو د چاپيريال د ککړتيا او عامې روغيتا د ساتنې اړوندو هڅو حالت.

h) د چاى خونو، رستورانتونو او خوارکي توکيو د پلورونکو معاينه د عامې روغيتا اړوندو اصولو او قواعدو د ثبت پاڼې.

i) د شرابو نشه يي توکو، تمباکواو نورو نشه کوونکو توکو د پلور او معاينې اړوند د ثبت پاڼې.

G. مالي ادارې:

a) د بانکونو د فترونه.

b) د محاسبو د کتونکو دفترونه.

c) د ماليې پانګونې او مرستندويه ادراې.

d) د بيمې ادراې.

e) د عوايدو د ماليې دفترونه.

H. د ملکيتونو د ماليې او ګمرکاتو دفترونه. لوی او واړه عدالتونه:

a) ستره محکمه او استيناف.

b) ځانګړي قاضيان او ملکي قاضيان.

c) ځانګړي ډول محاکمه (د فساد مخنيوی).

d) د اړوند وکيلانو ټولنه.

e) د لوی څارنوالی دفترونه.

f) قانوني کتابتونونه.

g) د قانوني جريدې دفترونه

I. ترانسپورت

a) د اورګاډو ټول دفترونه.

b) د اورګاډو د ټکټ ثبتول (مسافر او سامان(.

c) د سړک ترانسپورت بورډ.

d) د ترانسپورت واکمنه اداره دوړو او لويو موټرو د ثبت او د ثبت پاڼو دفتر.

e) ددولتي او نا دولتي بسونو، موټرونو او ټرکونو اډې.

f) قضايي کمپنۍ

g) د ولايتي سکرتريت او اړوندو ريکارډونو دفتر.

h) د مرکزي حکومت سيمه ايزه دفترونه، بهرني سفارتونه.

i) صادرات.

j) ولسي جرګه (ریکارډ او کتابتونونه د مرکزي حکومت دلرلو په صورت کې سینیټ(پارلمان شورا).

k) پوهنتونونه، کالجونه، او د مسلکي زده کړې اداري.

l) ایالتي شورا (رایکارډ او کتابتون، د مرکزي حکومت په بڼه ولسي او مشرانو جرګه).

m) زندانونه.

n) صنعت او سوداګري.

o) د صنعت او سوداګرۍ دفترونه.

p) د شرکتونو د ثبت او کتلو ادراه.

q) د صنعت کارو او سوداګرو د هوساینې اړوند دفترونه.

r) د کورنیو او وړو صنعتونو دفترونه.

s) د ونډو (د پیسو د بدلولو) ځانګه.

J. دیني اداري:

a) مدرسې او ښوونځی.

b) د حج او اوقافو اداره.

c) جوماتونه او د اوقافو شخصي اداري او نکاح تړونکو دفترونه.

K. د ښاروالی اداري:

a) د ولسوالی شورا.

b) اتحادي او ښاري شورا (دطلاق عرایض، غوښتنلیکونه، د اجراتو ریکارډ او د کورنیو او نورو مسلو ریکارډ).

L. کتابتونونه:

a) کتابتونونه.

b) لرغونتوب موزيم او کتابتونونه.

c) ملي تاريخي سندونه او د ساتنې ځايونه.

M. سياسي ادارې:

a) د سياسي ډلو دفترونه.

b) د خلکو گوندونه او مالي ادارې.

c) د ورځپاڼو او جريدو ريکارډ او حواله ورکوونکي کتابتونونه.

d) د راډيو تلويزيون خپرونې او نورو اړوند ريکارډ

e) د څېړنې او سرچينو څانگې

N. ساعت تيري او لوبې:

a) د بېلا بيلو لوبو، ډلو او ټولنو د ثبت پاڼه.

b) سټوډيم، جمنازيم او لوبغالي.

c) د فلمونو د ويشلو او د راډيو او ويډيو ادارې.

d) د ډرامونو او تياترونو ټولنې.

O. سيلاب او اسماني افتونه:

a) د هوا پيژندنې ادارې.

b) د سيلاب د مخنيوي او مرستندويه هځو د ثبت پاڼې.

ياد شوي ليک لړ د پلټونکي خبريالی د تازه او نوي کارکونکو ته يواځې د يوې لارښونې د اشارې حيثيت لري. د معلوماتو سرچينې بې شمېره دي او يوه پلټونکي

خبريال ته دا معلومول په کار دي، چې هغه څه ډول د عددونو شمېر او څرنګوالی ترلاسه کولو په موخه کوم ځای یا دفترونو ته مراجعه کوي.

ژورنالېزم نن سبا يوه ډېره سپېڅلي دنده ده. دا په خپله ژورنالېست پوري اړه لري، چې نوموړي دنده د څه لپاره او څنګه وکاروي. ايا د ګټې لپاره، ايا د عزت او اعتبار لپاره، ايا د ناسمې ګټې لپاره، ايا دقومي او ژبنيو تعصباتو لپاره.... همايون اديب په خپل پلټونکي ژورنالېزم کې داسې ليکي: ژورنالېزم داسې شګلنه دښته ده، چې هلته د کينې، غچ اخيستنې، تيزي او تُندی لمبې تن او روح دواړه لمبه کوي. کوم خلک، چې د عدم استقلال، جرئت، زغم او سرښندنې ښکارندويي کوي او د جنګ په دې ډګر کې ځان ازمويي. دحق ويلو ريښتني دنده ترسره کوي. هغه نه يوازې نوموړي دندې ته عزت او وياړ وربښني بلکې ملنګ ډوله او قناعت په زيور سمبال پلټونکي ځلانده رول پايښت اغېز هم ثابتوي، خبريالان لټوي، چې د ژورنالېزم ځلا، وياړ اوعزت هم د هغه له دم او قدم څخه وي(۹:۴٦).

خبري اژانسونه

د خبر رسولو اژانسونه په ملي او نړيواله کچه نن ورځ بل هر وخت ته خپله د اطلاع رسولو خدمتونه په ډېره فعالانه توګه سرته رسوي. نوموړي سازمانونه خپلې دندې د ټولو ورځپاڼو، راډيوګانو او تلويزيونو په برابرولو کې په فعاله توګه سرته رسوي.

د رويټر د خبر رسولو اطلاعاتي اژانس (کوم، چې د برتانيا په هيواد پوري اړه لري په ۱۸۵۱ زيږديز کال کې د الماني جوليس له خوا تأسيس شو). فرانس پريس (کوم، چې د فرانسې په هيواد پوري اړه لري، د هاواس تر نوم لاندې او له دويم نړيوال جنګ څخه وروسته خپل نوم ته تغير ورکړ يعنې فرانس پريس شو.

په ۱۸۳۵ زیږدیز کال کې تأسیس شوی، اسوسیتیډ پریس (کوم، چې د امریکا په هیواد پوري اړه لري په وروستی بڼه په ۱۹۰۰ زیږدیز کال کې منځ ته راغلی وو د هغې بنسټ په ۱۸٦۸ زیږدیز کال کې د نیویارک په ښار کې ایښودل شوی.

یونایتیډ پریس انټرنشنل د (امریکا په هیواد پوري اړه لري کوم، چې په ۱۷۰۹ زیږدیز کال کې تأسیس شوی).

تاس کوم، چې د شوروي هیواد پوري اړه لري یعنې اوسنی روسیه ده، په ۱۹۷۱ زیږدیز کال کې تأسیس شوی او د شوروي د دړې وړې کیدو څخه وروسته د انترتاس په نوم ونومول شو او د روسیې د هیواد د اژانس په نوم فعالیت کوي، چې له خپل فوق العاده شهرته بهره مند دی.

د خبر رسولو ذکر شوي اژانسونه اطلاعات او خبرونه د ګردی نړۍ د سلګونو ډله ایزو مطبوع الکترونیکي رسنیو لپاره برابروي او خپرونو ته یې چمتو کوي. په میلیونونو انسانان د نوموړو خبرونو اواطلاعاتو څخه په ګرده نړۍ کې استفاده کوي. د خبر رسولو په اژانسونو کې کار او فعالیت په واقعیت کې ډېر په زړه پوري او له خطره ډک دي.

اکثره هغه څوک کوم، چې ددغو ژورنالیستي او تعلیمي سازمانونو څخه فارغیږي، د کار موندنې لپاره په دغو سازمانونو کې هڅه کوي او دغه ډول کار د خپل ځان لپاره عالي امتیاز ګڼي. واقعیت دادې، چې یو تعداد زیات نوي فارغین نه شي کولی، چې په اسانۍ سره د خبر رسولو په اژانسونو کې دنده ترلاسه کړي بلکې هغوی باید یو څه وخت په کوچنیو او لویو ورځپاڼو او رسنیو کې تیر کړي او کافي تجربه په لاس ته راوړي.

یو عالم ویلي دي، چې د خبر رسولو د اژانس کارمند باید (گرداننده) وي دا ځکه، چې د خبر رسولو د اژانس کاروکوونکي د ورځې دلس گونو کارونو سره مخامخ کیږي. که دې د گرداننده گي خصلیت ونه لري، ددغو ټولو کارونو پرمخ وړلو له عهدې څخه نه شي وتلی. د خبر رسولو د اژانس کارکوونکي باید خبر ولیکي، تصحیح او تدوین یې کړي، د پېښې له ځای څخه خبر راټول کړي او تصمیم ونیسي، چې کوم مطلب ښه اهمیت او سمون لري.

د پورتنیو مطالبو د ملاحظې له مخې په صراحت سره کولی شو، چې درک کړو، چې د خبر رسولو د اژانس کارکوونکي باید (گرداننده) وي یعنې د تصمیم او قضاوت نیولو صلاحیت ولري(۲۲:۱۰).

لنډیز

مرکه هغه میتبود دي ، چې په هغې کې له ځواب ورکوونکي سره مرکه یعنېد پوښتونکي یا څېړونکي له مستقیمې لارې د څېړنې د اړتیا وړ اطلاعات راټولیږي . په واقعیت کې مرکه دوه اړخیزه مکالمه ده ، چې د پوښتونکي د پوښتنې په طرحه کولو سره په څېړنې پورې د اړوندو اطلاعاتو د تر لاسه کولو په موخه پیل کیږي.

دغه کار په مخامخ ډول یا د تلیفوني اړیکې له لارې سرته رسیږي . مرکه کوونکی باید د امکان تر حده له مرکه ورکوونکي سره هم ژبه ، هم فرهنگ او همجنس وي ، چې یو له بل سره ښه تفاهم وکړي . له دې پرته به مرکه له خنډ سره مخامخ شي . او البته کله چې بله لاره موجوده نه وي له ژباړونکي څخه دې گټه واخیستل شي او د مرکې کار دې یو داسې ژباړونکي ته وسپاري ، چې په دې برخه کې یې زده کړې کړې وي ، خو باید پام ولرو ، چې د داسې مرکې نتیجه به د مرکه کوونکي او مرکه

ورکوونکي تر منځ د مستقيمو خبرو په څېر اعتبار ونه لري . پر دې سربېره د دريم کس شتون د مرکې په چاپېريال باندې منفي او ناوړه اغېزه لري او ریښتینی او صحيح نتيجه ترې لاسته نه راځي .

تمريني پوښتنې

١- مرکه څو ډولونه لري او تر ټولو مهم ډول يې کوم دی؟

٢- د مرکې پرمهال د مرکه کوونکي لپاره تر ټولو اړين ټکی کوم دی، څو ډېر تمرکز پرې وکړي؟

٣- مرکه کوونکی څنګه کولی شي، ښې برلاسې مرکې وکړي؟

مأخذونه

1. ارشد علی. ژباړن، احمدزی، اميرجان وحيد. (١٣٨٧). راډيو ژورناليزم. خپرندويه ټولنې تخنيکي ځانګه پيښور.
2. اديب، همايون. (١٣٨٧). پلټونکي خبريالي. دانش خپرندويه ټولنه پښور.
3. حليم، صفيه. (١٣٩١). راډيو ژورناليزم. مومند خپرندويه ټولنه، جلال اباد.
4. حبيب، احمد خالد. (١٣٩١). ژورناليزم بنسټونه. مومند خپرندويه ټولنې تخنيکي ځانګه، جلال اباد.
5. سهار، نذيراحمد. (١٣٩٢). ټلويزيوني خبريالي. دانش خپرندويه ټولنه تخنيکي، پيښور.
6. سلوای، هشتکووتس-يروسلاف فيرست اوتاهيچمين. ترجمه. آهنگ، محمد کاظم.(١٣۴۵). قواعد علمي خبرنگاري. نشرات باختر اژانس، کابل.
7. شينواری، محمد آصف. (١٣٩٢). د مطبوعاتي مرکې ارونه (اصول). ختيځ خپرندويه ټولنه جلال کوټ، ګرديز.
8. منيب، فريداحمد.(١٣٩٢). راډيويي ژورناليزم. مرکز نشر و طبع الفاروق، کابل.

اووم فصل

خبرونه څه ته وايي ؟

سريزه

د راډيو خبريالان خبرونه په بيړه د فضا له لارې خپروي او هر څوک کولی شي د يوې راډيويي نظر يې په درلودلو سره هغه واوري . د راډيو خبريالان په خپل غږ او کلماتو رپوټ وړاندې کوي اوريدونکي احساس کوي هغه شيان چې پېښه رامنځ ته شوې د هغو په اړه خبريږي . خو يو شمېر راډيويي چينلونه د ورځپاڼو په پرتله د خبرونو له پاره يوازې يو محدود وخت لري او ځينې وخت خبرونه په خلاصه توګه خپروي.

تلويزيون د غږ او انځور په مټ ليدونکو ته پېښې ننداري ته وړاندې کوي او يوازې د خبر په اړه خبرې نه کوي . د تلويزيون يو ځواک دا دی چې کوچنيو د ليدونکو د احساساتو د خپرولو او شريک کولو توان هم لري .

د تيکنالوجي پرمختګ او د وړو کمرو رامنځ ته کېدل ، ديجتال بڼه ، اېډيټ ، د مبايل لينک سيستم دا ممکنه کړې ، چې د راډيو په اندازه خبرونه خپاره کړي .

تلويزيون ځينې وخت د ستونزمنو خبرونو له خپرولو مخنيوی ځکه دا خبرونه انځوريزه برخه نه لري . په دې وروستيو کې د چاپي عنعنوي ګتګوريو په منځ کې توپير له اخباري برخې نه جلا شوی ده .

د امريکا متحده ايالاتو او ځينې نورو هېوادونو کې خبري ادارې خبرونه په خصوصي رسنيو کې چې په دې کې انټرنيټ پراخ دی ځکه نو انلاين خبرونه په يوه زماني محدودې پورې محدود نه دی او د ډېرې مودې له پاره هم پاتې کېږي او دا امکان

برابروي چې لوستونکي او ليدونکي وکولی شي تر ډيره د خپلې خوښې ود خبرونه په هغې کې ولټوي او ويې لولي ، په ورځپاڼو ، راډيو تلويزيون پورې تړلو ويب پاڼو خبرونه سره ورته معلوميږي.

هغوی خپل رپوټونه له انځورونو او ويډيويي انځورونو يا هم د بشپړو خبرونو سره يو ځای خپروي. سربېره پردې ښايي هغوی خبرونه په داسې بڼو هم وړاندې کوي ، چې کارکوونکی يې کولی شي هغه خپل کمپيوټر ته ډاونلوډ کړي او بل وخت هم له هغې نه کار واخيستل شي .

په سايټونو کې تاسې کولی شي د رپوټ متن ولولي يا هغه واوري . ځينې خبري ادارې خپلو خبريالانو ته ويب لاکونه جوړوي ، چې خبريال يې هم وکولی شي د هغو موضوعاتو په اړه چې يې رپوټ ورکوي لا ډير ياداشتونه وليکي ، نننې امکانات او د خبرونو په برخه کې پرمختياوې خبريالانو ته دا امکان په لاس ورکوي ، چې خپله دنده په هغه توګه چې طمعه يې کيږي ، تر سره کړي ، له خبريالانو دا طمعه هم کيږي چې له مرکه کوونکي څخه په غږ او رڼوټ اخيستو سربيره انځور هم واخلي

خبرونه څه شی دی؟

ځواب روښانه ده خبرونه هغه څه دي، چې پيښيږي کله چې تاسو هغه په ډکشنري کې وګوری نو معنا يې داده، چې خبرونه د پيښو په اړه وروستي رپوټونه دي، چې تر دې وړاندې روښانه نه وه - خو ډيرې پيښې، چې په ورځنۍ توګه په نړۍ کې پيښيږي، په خبرونو کې ځای نيسي او نه خپريږي.

نو څه څيز يو رپوټ د خپرولو جوګه کوي؟ رښتينی ځواب دادی، چې دا په بيلا بيلو لاملونو پورې تړلي دي. په عمومي توګه ويل کيږي، چې خبرونه هغه معلومات دي، چې اوريدونکو ته په زړه پورې وي ځکه نو هغه خبر چې په بونيس ايرس کې مهم دي، خبريالان بايد تصميم ونيسي، چې کوم خبرونه لاندې خبري ارزښتونه لري (۱۳۳:۱).

مناسب والی

ايا په دې وروستيو کې کومه پيښه شوې ده او ايا موږ ورځيني خبر يو؟ که چيرته هو نو دا خبري اړتيا لري. د ورځپاڼو لپاره هره هغه پيښه، چې له تيرې اونيزې وروسته پيښيږي تازه خبر دی د څلورويشت ساعته خبري چينلونو لپاره تازه خبر هغه دی، چې په تيرو دقيقو کې پيښ شوي وي او خبريال هغه له سيمې څخه په ژوندې بڼه رپوټ کوي. (ويبوراپوتر)

اغيز

ايا پيښې ډېر خلک اغيزمن کړي دي او که يواځې څو کسه؟ ستا د ښار د اوبو سيستم ککړوالی، چې شاه وخوا ۲۰۰۰۰ زره کسانو ته اوبه برابروي،
دا موضوع نيغ په نيغه ستاسو اوريدونکي اغيزمنوي. په يو لري ښار کې د ککړو اوبو د څښلو له امله د لسو ماشومانو د مړه کيدو خبر هم اغيز لري، ځکه ددې راپوټ اوريدونکی احساساتي ځواب ورکوي.
خو د بريښنا د يوه کارکوونکي لخوا د بريښنا د مزي غوڅيدل هغومره غټ خبر نه دی خو که چېرته د بريښنا ددې مزي پرې کيدل د ښار بريښنا مزي پريکړي، نو دا مهم خبر دی (۳۳:۲).

نږدې والی
ايا پيښه کورته نږدې شوي ده؟ ايا د سيمې خلک په کې شامل دي؟ په هند کې د يوې الوتکې رالويدل ښايي دغلته د خبرونو په سرټکو کې وي خو په هند بيا دا کيسه نه ده خو که چېرې په الوتکه کې دهند مسافرين سپاره وي، نو ښايي، چې هلته هم د خبرونو سرټکي وي.

مباحثه
ايا خلک له دې سره موافق دي؟ دا دانسان طبيعيت دی له نښتو، اړو دوړ او د بحثونو له رپوټونو سره علاقه نيسي خلک مينه لري، چې ووينې څوک ګټونکی دی خو ښايي د يو کس نظر تر بل هغه پورې توپير ولري.

مشهوروالی
ايا نوميالی شخص پکې ښکيل دی؟ عادي فعاليتونه هغه مهال خبر کيدی شي، چې مشهور کسان لکه لومړی وزير يا د سينما يو ستوری په کې ښکيل وي په هند کې د يوې الوتکی لويدل ښايي هغه وخت د نړۍ په کچه يو مهم خبر شي، چې په الوتکه کې د مسافرينو په ډله کې د ارګ يو مشهور سندری غاړی هم شامل وي.

بهير
ايا خلک دلته د هغې په اړه خبرې کوي؟ مثلاً که چېرته دولت د يوه بس د اوښتو له پيښې وروسته د ښاري بسونو د خوندي توب په اړه لازم پام ونه کړي همدارنګه د فوټبال په يوه لوبه کې د پيښې رامنځ ته کيدل ښايي د څو ورځو لپاره د خبرونو په سر کې ځای ولري (٦:٣).

غير معمولي والی

ګډوډي هغه څه ده، چې په غير معمولي توګه رامنځ ته کيږي لکه څرنګه، چې ويل کيږي که يو سپی سړی وداړي دا خبر نه دی خو که چېرته يو سړی سپی وداړي نو دا خبر دی.

هغه څه، چې خبر جوړوي په اوريدونکي پوری اړه لري، نه دا چې هغه چېرته دی او هغوی څوک دی. بيلا بيل انسانان د ژوند بيلا بيل ډولونه لري او اړيکې لري څکه يې ليوالتيا هم له خبرونو سره يو له بله توپير لري.

هغه راډيويي خبرونه، چې اوريدونکي يې تر ډېره څوانان دي، د موسيقي يا سپورت په اړه او هغه، چې اوريدونکي يې لويان دي تر ډېره اقتصادي خبرونه پکې وړاندې کيږي. يوه اوونيزه، چې طبيعي خبرونه خپروي ښايي، چې د يو درمل ازمايښتي ازموينه رپوټ کړي څکه هغه ډاکټران، چې دا اونيزه ولولي ښايي دا موضوع ورته په زړه پوري وي. خو د کليو او بانډو په کچه دغه ډول پېښو او کيسو ته هغومره پاملرنه نه کيږي مګر دا چې، څيړنه په هماغه ټولنه کې ترسره شوي وي.

خبري سازمان د ټولنی په چوپړ کې ګڼي، څکه نو په خبر کې هغه معلومات راځي، چې ټولنه ورته اړتيا لري خو خبري سازمانونه په دې کې دي، چې څه ډول ګټه وکړي، خپل دوام وساتي او خپله سوداګري پرمخ بوځي څکه نو په خبرونو کې هغه معلومات راټوليږي، چې خلکو ته په زړه پوري وي او د هغوی پام رامات کړي. د بيلګی په توګه د کيسې لوستونکی د خلکو خوښيږي، چې په دې اړه څه واوري يا يې ولولوي.

په خبري رسنیو کې دا معموله ده، چې خبرونه په څو کتګوریو ویشي چاپي او الکترونیکي خبرونه د سیما په نامه یادیږي (۷:۳).

د خبرونو ډولونه

عکس 25http://www.abc.net.au/tours/gallery/

چاپي خبرونه تر ډېره د ورځې خبرونه وي دا هغه څه دي، چې تاسو یې د ورځپاڼې په لومړي مخ کې ګورئ او یایې هم د انټرنېټ پاڼې په پاسنۍ برخه او یا هم هغه، چې تاسو یې د ښلګې په توګه جګړه، سیاست، سوداګري او جرمونه معمولاً د خبرونو سرلیکونه وي. د ښاري بسونو د چلونکو ترمنځ اخ او ډب لامل شو، چې په زرګونه مسافرین ونشي کولی خپلو دندو ته ورسیږي د یوه چاپي خبر سرلیک دی دا خبر په وخت د بحث وړ، او د پراخو اغیزو درلودونکی دی. خلک له لیرې سیم ته خبرونو ته اړتیا لري ځکه دا د خلکو په ورځینی ژوند باندې اغیزې لري.

خو د یو نامتو نړیوال لوبغاړي کیسه، چې په یتیم خانه کې لوی شي د یو نرم خبر یا الکترونیک خبر لپاره مناسب دی خو ښایي دې ځینو ځانګړو کسانو ته په زړه پوري وي، خو په یوه ځانګړي ورځ، د چاپ او خپریدو لپاره یې دلیل نشته د ډېرو چاپي

خبرونو او انټرنېټ خبرونو د خلکو د ورځیني ژوند، کورکهول، هنرونو، لوبو او نورو په اړه هر یو خپله ځانګړي ځیره لري. ځیني سترې ورځپاڼې ښایي، چې د خوړو، روغتیا، ښوونې او روزنې په تړاو د اوونیزو خبرونو لپاره ځانګړې برخې ولري.
ډېر شمېر خبریالان وایي، چې ښه رپوټ د هغوی د خپلو اعمالو نه رامنځ ته کیږي ځیني وخت رپوټونه د ناپېژندل شوو کسانو لخوا، چې خبرې خونو ته د تیلیفون، بریښنا لیکونو، شکایتونو او یا هم اندیښنو د شریکولو له لارې وړاندې کیږي ځیني خبري ادارې په هغو ټولو کې، چې خدمتونه وړاندې کوي په فعال ډول د خلکو نظرونه غواړي او د تیلیفون د شمیرې یا هم د بریښنا لیکونو او پتو په اعلانولو راټولوي.
خبریالان خپل ډېر وخت له هغو خلکو سره، چې معلومات راټولولی شي د اړیکې په ټینګولو لګوي. ډېر ځله داسې پیښیږي، چې خبریالان خپل شا وخوا ته په کتو یا هم د هغو مسلو په اوریدو، چې خلک یې په اړه خبرې کوي، رپوټونه ترلاسه کوي هغه څه، چې تاسو یې د یوې لوبې په اړه اورئ یا یې هم په پوست خونه کې اورئ کیدای شي په یوه خبري رپوټ بدل شي. کله، چې تاسو د یوه خبري رپوټ په لټه کې یاست له خلکو نه وپوښتئ، چې په ژوند یا هم په ګاونډ کې یې څه تیریږي نو هغه وخت به تاسو ځان د بې شمېره رپوټونو په منځ کې ومومئ، چې لا تر اوسه چا ورباندې کار ندی کړی.
د خبرونو د ترلاسه کولو یوه بله لاره داده، چې تاسو د رپوټ له خپریدو وروسته د هغو پیښو په اړه، چې پیښیږي پوښتنې ګرویږنی وکړئ د دغو پېښو په تعقیب سره ځیني داسې مسلې هم په ګوتو درځي، چې له اصلي پیښې ته ډېر ارزښت لري. د

بېلګې په توګه د اور لګیدنې له یوې پېښې وروسته ښايي، چې تاسو د مرګ ژوبلې او مالي زیانونو په اړه رپوټ ولرئ خو له ځو اونیو وروسته دا په ډاګه کیږي، چې کیدی شي د مخابرې په سیستم کې خرابوالی د اور وژنې د مامورینو مخه ډپ کړې وه، چې کولی شي ډېر خلک وژغوري.

د ټولنې اسناد، ارقام، او ریکارډونه کولی شي په زړه پورې رپوټونه ولري، چې خبریال کولی شي هغه د بې نظمیو یا هم د چارو د سمون په موخه ورځنی ګټه واخلي خو دا کار ډېر کوښښ ته اړتیا لري خو پایله یې نږدې تل څورونکې وي د شمیرو ارزول هغه مهال چې شمیرې الکترونیکي وي ارزول یې اسانه وي خو خبریال پوهیږي، چې شمېرې څه ډول د کمپیوټر په دنیا کې ثبت کړي او وکولی شي په یوه ستون کې مهم معلومات ولټوي د بیلګې په توګه که خلک د خپلې سپرلۍ ټکټونه د وخت په پام کې نیولو اخیستي وي خو که چیرې د مسافرو نومونه د نیټې پربنسټ لست کړل شي، نو رپوټ ورځنی جوړیږي.

د نننۍ اموز تلویزیون خبریال ووموند له چې یو چلونکی په دریو کلونو کې څو سرغړونې کړې او د ټکر په یوه پیښه کې چلونکي وژول شوي هم دي. خونومورې د چلونکي په توګه خپل لیسنس له لاسه نه ده ورکړي کله چې له نومورې څېړنې ،پوښتنی او ګرویږنې وشوې څرګنده شوه او چارواکو ومنله، چې په خپله دنده کې پاتې راغلي دي(۱۲:۴).

د ژورنالېست رول

نوې ټکنالوژۍ دا امکان برابر کړی، چې د سترو خبري ادارو په څېر کیدای شي له یوه کمپیوټرنه په پراخه توګه معلومات خپاره شي خو انټرنیټي پاڼې د لیدنې او ایډېټ

نه پرته نه شي کولی د خبرونو د اعتبار وړ سرچينه وي حقيقت دادی، چې په ننني نړۍ کې معلومات يوه کم يا م کم يا به م صحي ده متاع نه ده او دا په ګوته کوي، چې د ژورنالېست ونډه د نور وخت په پرتله ډېره مهمه ده.

د مبلغينو او خپرووونکو په توپير له دې وړاندې، چې خبريالان معلومات ټولنې ته خپاره کړي د هغې ارزښت او اعتبار تعينوي خبري رپوټونه که چاپي وي يا هم راډيويي يا تلويزيوني بايد سم وي.

خبريالان نه يوازې دا، چې معلومات راټولوي له کارولو وړاندې يې بايد تصديق کړي. ددې لپاره،چې د ترلاسه شوو معلوماتو په اړه ډاډ ترلاسه شي، ډېرو سرچينو ته اړتيا ده خو استثنا هم شته هغوی پوهيږي، چې د معلوماتو سرچينې پيژني، ځکه نور اوريدونکي د هغې قابليت ارزوي خو ژورنالېزم له خپريدو وړاندې واقعي معلومات دي. تبليغ هم کيدای شي، چې د واقعيت پربنسټ وي خو دا واقعيتونه داسې وړاندې کيږي، چې د خلکو په نظرونو اغيز کوي.

لکه څرنګه، چې وپوهيدو د عامه اړيکو کارپوهان له حقيقتونو نه هم ګټه اخلي خو دا د پيښې يوه اړخ دی. بل لوری خبريالان هڅه کوي، چې معلومات يې مناسب او بشپړ وي. هغوی هڅه کوي، چې هغه کيسې وړاندې کړي، چې د واقعيتونو انځورونکی وي او کره معلومات وړاندې کړي.

د ژورنالېزم او معلوماتو د نورو بنو ترمنځ توپير دادی، چې خبريالان هڅه کوي د خپل پوښښ لاندې خلکو ته خپلواک وي. د عامه اړيکو متخصصين، چې د کومې ادارې لخوا استخدام شوې وي معلومات ليکي او معمول نه ده، چې په دې معلوماتو کې داسې نور معلومات ورزيات کړي، چې بد ښکاره شي خو خبريالان هڅه کوي

د پېښې بشپړ انځور برابر کړي، که څه هم دا په بشپړه توګه مثبت وي. خبريالان يواځې د خپلو يا هم هغو معلوماتو، چې د نورو له خوا برابرېږي، نه دي هغوی اصلي رپوټونه برابروي هغوی حقيقت د ګنګوسو سره نه يوځای کوي او هر تصميم سم نيسي. د نيويارک تايمز اجراييوي اډېټر بيل کيلر وايي د ژورنالېزم يو مهم مسووليت د معلوماتو په اړه قضاوت کول دي.

د معلوماتو د وړاندې کولو د نورو وړاندې کوونکو سره په توپير خبريالان خلکو ته ژمن وي لکه څرنګه، چې مونتريال کاناډايي مجله د خپلو اخلاقو د کود په برخه کې ليکي، چې د يوې خبرپاڼې مهمه منځپانګه د هغې بشپړوالی دی ددې ترڅنګ خبريالان په اړيکې کې د ترينګلتيا څخه د مخنيوي لپاره مخکې خبرې کړي (۱۳:۵).

بې پريوالی او توازن

په ژورنالېزم کې د بې پرې والي موضوع نږدې يوه پيړۍ وړاندې رامنځته شوه. په رپوټ ورکولو کې د نظرونو له اړخه داحساساتي غبرګونونو رامنځته کيدل په ورځپاڼو کې معمولي خبره ده. د بې پريتوب کلمه تر ډېره د ژورناليستيکو لارو چارو د تشريح لپاره کارول کيږي.

خبريالان هڅه کوي، چې خبرونه په بې پري توګه پرته له دې، چې په هغې کې شخصي يا هم ګوندي غوښتنې منعکس کړي، وړاندې کوي.

د وخت په تيريدو د ژورنالېزم بې پرې توب يو لازمي آمر وګرځيد. د واشنګټن پوسټ د خبرونو اجراييوي تدوين کونکی ليوناردو د اونۍ دغه مسله ډېره جدي ګڼي او آن له دې امله يې د رايې ورکولو لپاره له راجستر کيدو څخه هم ډډه وکړه.

خو نن ډېر شمېر خبريالان مني، چې بشپړ بې پري توب ممکن نه دی. په ۱۹۹٦ ميلادي کال کې د امريکا د حرفوي ژورنالېستانو ټولنی د بې پري توب کلمه د اخلاقياتو له کود څخه رنگه کړه. ژورنالېستان هم انسانان دي، هغوی هم خپل نظرونه لري، که چېرې ووايو، چې هغوی په بشپړه توگه بې پرې دي، دا به ښايي په دې معنی وي، چې هغوی هيڅ ارزښت نه لري. په همدې کال کې ژورناليستان تر دېره حده دا مني، چې هغوی بايد له خپلو نظرونو خبروي، چې هغه کنټرول کړی شي. اوريدونکي بايد ونه توانيږي د رپوټ له مخې د خبريال نظر معلوم کړي. د بې پريتوب په پام کې نيول خبريالان کولی شي رپوټ داسې وړاندې کړي، چې خپله هم بايد منصفانه او بې پرې وي.

ځيني هڅه کوي، چې د رپوټ د يوه اړخه په نه رپوټ ورکولو خپله بې پرې توب وساتي، خو دا ښايي هغومره ښه لاره نه وي. بې پري توب د توازن په څير نه دی. توازن دا په گوته کوي، چې په يوه رپوټ کې دواړه غاړې شته او دواړه غاړې بايد برابر وزن ولري. هغه خبريالان، چې غواړي مصنوعي توازن په خپلو رپوټونو کې ومومي دا له لويه سره سمه نه ده. د بېلگې په توگه ډېر شمېر خپلواک اقتصاد پوهان ښايي د مصرفي پاليسی سره موافق وي حال دا، چې د يوې کوچنۍ برخې په اړه بېل نظرونه لري، چې دا تېرو تجربو غلط ثابت کړي دي. د دواړو لوريو نظرونو په اړه رپوټ ورکول به ښايي په مساوي وزن سره لوستونکي يا اوريدونکي بې لارې کړي او د رپوټ په اړه به ونه پوهيږي.

د خبريالانو په وړاندې ننگونه داده، چې د پېښې بشپړ او صادقانه انځوراوريدونکي ته وړاندې شي او ترڅنگ يې بې پرې والي هم وساتل شي. ښاغلی دان گيلو مور

وايي بې پرې توب په دې معنا دی، چې بیلا بیلو نظرونو ته غوږ شو او هغه ټول په ژورنالېزم کې شامل کړو خو دا په دې معنی هم نه دی، چې تحریف ته متې ونغاړو او د تساوي په نامه د یو لوري په ګټه له حده ډېر واقعیتونه څرګند کړو او له هغې نه ملاتړ وکړو او بل لوری له پامه وغورځوو.

د خبرونو برابرونکي

ژورنالیستان په نړۍ کې ټاکلي ځانګړتیاوې له خلکو سره شریکوي. هغوی هڅانده ارادې درلودنکي دي هغوی غواړي پوه شي، چې پېښې ولې پېښېږي خو د هغې په ځواب کې هیڅ ګام نه پورته کوي. هغوی له واکمنو خلکو نه ډارېږي او له هغه څه نه، چې ترسره کوي، په بشپړه توګه څارنه کوي. د بي بي سي راډیو د څلورم چینل اډیټر وايي یو ښه خبریال ددې وړتیا لري، چې بشر دوستانه باور جذب کړي. د خبریالی دنده ستونزمه او له ننګونو ډکه ده. د واشنګټن پوسټ شرکت مشر فلیپ ګراحام وايي یو خبریال د اوونیزو رپوټونو په برابروالی کې تاریخي دنده او مسوولیت لري، چې کله هم په هغې نه یو پوه شیی او کله هم بشپړ شوی نه وي.
اوسمهال خبریالان له سیمه ییزو ورځپاڼو نیولي بیا تر نړیوالو تلویزیوني چینلونو او انلاین یا خبري وېب سایټونو، د بل هر وخت په پرتله ډېر کاري وسایل په واک کې لري، خو دا هر یو په خپل وار خپلې نیمګړتیاوې او د قوت ټکي لري.
د نړۍ په ډېرو هیوادونو کې ورځپاڼې ډېر کارکوونکي لري او د نورو رسنیو په پرتله پراخ، ژور او ډېر خبري سرلیکونه لري د انلاین په ګډون ډېرې ورځپاڼې د ورځینو چارو د چاپ له پولو اوښتي دي خو هغوی په پراخه کچه یواځې لوستو، بډایه کسانو

ته لاس رسی لري يعنې هغه کسان، چې مطالعه کولی شي او د ورځپاڼې د پېرودلو توان لري او يا هم هغه کسان، چې کمپوټر او انټرنېټ ته لاس رسی کولی شي. انلاين ولوستلی شي، راډيو يې د هغو خبري رسنيو له ډلې ده، چې په نړۍ کې په پراخه کچه استعماليږي، چې هم يې سرعت ډېر دی او په اسانۍ د لاس رسي وړ ده.

د راډيو خبريالان خبرونه په بيړه د فضا له لارې خپروي او هر څوک کولی شي د يوې راډيو او نظرې په درلودلو هغه واوري. د راډيو خبريالان په خپل غږ او کلمو رپوټ وړاندې کوي اوريدونکي احساس کوي، هغه شيان، چې پېښه رامنځ ته شوې هغوی په اړه خبريږي. خو يو شمېر راډيويي چينلونه د ورځپاڼو په پرتله د خبرونو د خپرولو لپاره يواځې يو محدود وخت لري او ځيني وخت خبرونه په خلاصه توګه خپروي.

تلويزيون د غږ او انځور پر مټ ليدونکو ته پېښې ننداري ته وړاندې کوي او يواځې د خبر په اړه خبرې نه کوي. د تلويزيون يو ځواک دادی، چې کوچنيو د ليدونکو د احساساتو د خپرولو او شريکولو توان هم لري.د تکنالوژي پرمختګ او د واړو کامرو رامنځ ته کيدل، ديجيتال بڼه، اډېټ، د مبايل UP Link سيستم دا ممکنه کړي، چې د راډيو په اندازه خبرونه خپاره کړي. تلويزيونونه ځيني وخت د ستونزمنو خبرونو له خپرولو مخنيوی کوي ځکه دا خبرونه انځوريزه برخه نه لري. په دې ورستيو کې د چاپي عنعنوي کټګوريو په منځ کې توپير له اخباري برخې نه جلا پيژندل شوي ده.

د امريکا په متحده ايالاتو او ځيني نورو هيوادونو کې خبري ادارې خبرونه په خصوصي رسنيو کې، چې په دې انترنېټ پراخ دی ځکه نو انلاين خبرونه په يوه زمانې محدودې پورې محدود نه دي او د ډېرې مودې لپاره هم پاتې کيږي او دا امکان برابروي، چې لوستونکي او ليدونکي وکولی شي تر ډېره د خپلې خوښې وړ خبرونه په هغې کې ولټوي او ويې لولي په ورځپاڼو، راډيو او تلويزيون پورې تړلو وېب پاڼو خبرونه سره ورته معلوميږي. هغوی خپل رپوټونه له انځورونو او ويډيويي انځورونو يا هم د بشپړو خبرونو سره يوځای خپروي. سربېره پردې ښايي هغوی خبرونه په داسې بڼو هم وړاندې کړي، چې کاروکونکي يې کولی شي هغه خپل کمپيوټر ته ډاونلوډ کړي او بل وخت هم له هغې نه کار واخيستل شي.

په ځينو سايټونو کې تاسو کولی شی د رپوټ متن ولولئ يا هغه واورئ. ځيني خبري ادارې خپلو خبريالانو ته وېب لاګونه جوړي، چې خبريال يې هم وکولی شي د هغو موضوعاتو په اړه، چې په اړه يې رپوټ ورکوي لا ډېر ياداشتونه وليکي. نني امکانات او د خبرونو په برخه کې پرمختياوې خبريالانو ته دا امکان په لاس ورکوي، چې خپله دنده په هغه توګه، چې تمه يې کيږي، ترسره کړي. له خبريالانو داتمه هم کيږي، چې له مرکه کوونکي څخه په غږ او رپوټ اخېستو سربېره له هغې څخه انځور هم واخلي.

په ايډيټرانو سربېره خبريالان هم کولی شي انځورونه په انترنېټ کې د متن ترڅنګ ننداري ته وړاندې کړي. عکاسان هم اړتيا لري، چې پر ويډيو سربېره انځورونه هم واخلي. ځيني خبري رسنۍ خپلو خبريالانو ته په دې برخه کې اونيز کورسونه هم جوړوي. Bill Kovach په خپل کتاب Tom Rosenstein کې د ژورناليزم توکو يا

اجزأوو په اړه ليکي، چې کوم څيز باندې بايد خبريال پوه شي او خلک له هغه نه بايد څه تمه ولري؟ په دې برخه کې ځيني څرګند اساسات شته، چې خبريالان ورسره يوه خوله دي او خلک هم له هغوی نه همدا تمه کوي:

- د ژورنالېزم لومړنی مکلفيت رښتينولي او کره توب دی.
- لومړنۍ وفاداري او ژمن توب يې خلکو ته دي.
- جوهريې دسپلين دی.
- دنده يې بايد د بې پري والي ساتل.
- ژورنالېزم بايد د يوې ارزونکې خپلواکۍ قوې په توګه خدمت وکړي.
- ژورنالېزم بايد د خلکو د نيوکو او توقعاتو لپاره د نظرونو د تبادلې زمينه برابره کړي.
- هڅه وکړي، چې مهمې اړيکې رامنځته کړي.
- بايد خبرونه هر اړخيزه او متناسب وساتي.
- د اجرا کوونکو لپاره اجازه ورکړل شي، چې خپل وجدان ته په عمل کې ځای ورکړي.

دا هغه بنسټيز ارزښتونه دي، چې ژورنالېزم د ارتباطاتو د نورو بڼو نه بيلوي. ددغوارزښتنو ټينګښت هغومره اسانه دنده نه ده. له دغو معيارونو سره د برابريدو لپاره خبريالان هره ورځ له فشارونو سره مخامخ وي. خو بايد په ياد ولرو، چې ددې لپاره، چې ډاډه شو ژورنالېزم خپل لومړني فعاليتونه په سمه توګه ترسره کړي او هغه معلومات، چې خلک په خپل ورځني ژوند کې ورته اړتيا لري هغه يې برابر کړي، دايې ترټولو غوره لار ده(٦:٧٤).

د رپوټ اخيستل

دغه معلومات له يوه بريښناليک نه، چې په امريکا کې د ژغورنی د بيړيو له اکمال نه د ځارنې يوه پخواني چارواکي وړاندې کړي، ترلاسه شوي دي خو وروسته خبريال اريک نادلر او سيټلي تايمز تصميم ونيو، چې هغه وارزوی لومړنی، اړيکه يې د بيړيو د خوندي توب په برخه کې له نوي ټاکل شوي رئيس سره وه. کله، چې خبريالانو له متقاعد رئيس سره تليفوني اړيکه ټينګه کړه، هغه د ژغورنې د بيړيو کمښت تأييد کړ.اريک نادلر يواځې پيل کړی و او د رپوټ د بشپړولو لپاره يې نورو اسنادو ته هم اړتيا درلوده، چې معلومه کړي په هره بيړۍ کې د ژغورنې څو وړې کښتې شته، هره يوه يې د څو مسافرو د لېږدولو توان لري. نوموړي ددغو ارقامو موندلو او دهغې تحليل او ارزونې ته اړتيا درلوده، چې د ژوغورنې د بيړيو د کمښت جديت په ډاګه کړي هغه غوښتل، چې په کښتيو کې سپور شي، د کښتيو له کارکونکو سره خبرې وکړي او وروسته دې ته چمتو کيده، چې د خپل رپوټ لومړۍ پاڼه په دې اړه وليکي، چې د نوموړي په ايالت کې د ژغورنې د بيړيو کمښت ستونزه څومره جدي ده.

رپوټ او کره توب نه ډاده کيدل هم شامل دي. ځيني ژورناليستان د لومړي لاس رپوټونه تر لاسه کوي خو هغوی په دې اړه جزئيات له نورو هغو سرچينو څخه، چې په دې برخه کې نبغ په نيغه تجربه لري، هم ترلاسه کوي. دغه معلومات له نورو سرچينو سره په چک کولو، له نورو ريکارډونو او اسنادو او همدارنګه د ارشيف له رپوټونو سره په چک کولو نور هم پياوړی کيږي.

هغه معلومات، چې خبريالان راټولوي بايد هغو پوښتنو ته ځواب ووايي، چې د W او H په نامه ياديږي يعنی who چا، څهwhat، چيرتهwhere، څه وخت when، ولی

او ځنګه how ته ځواب ووايي خو د رپوټ پيچلتوب ته په کتنه يو خبريال دغو why پوښتنو ته په بيلا بيلو لارو چارو ځواب ووايي.

چا Who؟

- ځوک په دې رپوټ کې شامل دی؟
- ځوک له هغې نه متأثره کيږي؟
- غوره کس ځوک دی، چې درپوټ په اړه څه ووايي؟
- ځوک له رپوټ نه پاتې دي او ځوک په دې اړه ډېر معلومات لري؟
- ځوک له دې رپوټ سره په مقابل کې دي؟ ايا هغوی کوم معمول لري؟
- له چا سره په دې اړه خبرې وکړو؟

څه What؟

- څه پېښ شوي دي؟ په رپوټ کې مهم ټکي څه دي او زه څه غواړم، چې ووايم؟
- اوريدونکي، ليدونکي يا لوستونکي څه ته اړتيا لري، چې پوه شي اوله رپوټ نه يې واخلي؟
- کوم شي زه حيران کړی يم؟ هغه مهم حقيقت، چې ما له دې رپوټ نه زده کړی څه شی دی؟
- څه وخت؟ وروسته به څه شی پېښ شي؟
- خلک په دې اړه څه پوهيږي؟

چېرته Where؟

- چېرته واقع شوي؟

- چېرته باید مراجعه وکړي څو مکمل معلومات لاسته راوړي؟
- دا رپوټ چېرته ځي او څه رنګه بیا پای ته رسیږي؟

څه وخت When؟

- څه وخت پیښیږي؟
- ددغه رپوټ د عطف ټکی څه وخت پیښیږي؟
- څه وخت په دې اړه رپوټ ورکړم؟

ولی Why؟

- ولی دا پیښیږي؟ ایا دا یوه ځانګړې پېښه ده او که د نورو یوه برخه؟
- ولی خلک د خپلې خوښې عمل ترسره کوي؟ لامل يې څه دی؟
- ولی دا رپوټ یوه مسئله ده ولې هر څوک هغه ګوري، لولي او یا هم ورته غوږ ونیسي؟

څه ډول How؟

- دا څه ډول پېښ شول؟
- ددې پېښې له رامنځته کیدو سره حالات څه ډول بدل شول؟
- څه ډول به رپوټ له لوستونکو، اوریدونکو، یا لیدونکو یا ټولنې سره مرسته وکړي؟
- څه ډول به یو شخص دا رپوټ خپلو دوستانو ته تشریح کړي؟

زیات شمېر خبریالان ددې لپاره، چې ځان ډاډه کړي په رپوټ کې يې ټول اړین توکي اخیستي او ټولو پوښتنو ته يې مناسب ځواب ویلی دی، له دغو شان فکري چک لستونو نه کار اخلي.

مشاهده

مشاهده په سيمه کې د رپوټ ورکولو يو مهم عنصر دی. خبريالان غواړي هر کله، چې کيدای شي د پېښو شاهد اوسي، چې وکولی شي هغه اوريدونکو ته په ځرگنده توگه تشريح کړي. ښه خبريال خپل ټول پام د پېښې سيمې ته ورټولوي، هغوی رپوټويني، اوري يې، حس کوي يې او مزه يې څکي، چې اوريدونکي هم کولی شي همدا احساس وکړي.

ددې د ترسره کولو لپاره ښه خبريال اړتيا لري، چې له سيمې نه يادداشت واخلي. د چاپي رسنيو خبريالان له ځان سره کتابچه، قلم يا پنسل لري خو ځيني خپله دا دنده د کمرو، غږ ثبتونکو وسايلو او نورو پرمټ ترسره کوي. په ځانگړې توگه کله، چې له هغوی وغوښتل شي، چې خپل رپوټ انلاين ته هم برابر کړي. د راډيو خبريالان د غږ اخيستو ته اړيتا لري او د تلويزيون خبريالان بيا دغږ ترڅنگ د انځورونو او ويډيو اخستو ته هم اړتيا لري. له ريکارډ نه کار اخيستل د نقل قول نه د ډاډه کيدو لپاره ښه دی، خو الکترونيکي وسايل هغومره هم د اعتبار وړ نه دي پيژندل شوي څکه نو ټولو خبريالانو ته اړينه ده، چې د يادداشت په نيولو کې ماهر وا وسي. دا د يادښت اخيستو لپاره د ځينو تجربو لرونکو خبريالانو معلومات دي:

- حقيقتونه، جزئيات، افکار او نظرونه وليکي، دا واضح کړئ، چې څوک دی او له کومه ځايه راغلی دی.
- د خونو، صحنو يا هم يو له بل سره د اړيکې لرونکو فقرو دياگرام وکاږئ.

- تل د نومونو، القابو او اړيکو معلوماتو په سمه توګه املا ليکي. د زيږيدو نيټه او کال ددې لپاره وپوښتئ، چې د شخص عمر په دقيقه توګه درته معلوم شي.
- د مرکې بنسټيزې لارې چارې په دقيقه توګه په خپله کتابچه کې وليکئ.
- کتابچه ډېره مه ډکوئ. د حاشيې يا هم لمن ليکونو لپاره ځای پکې پرېږدئ.
- حاشيه يا لمن ليکونه په لومړني فرصت کې وليکئ. ډېر شمېر خبريالان د شارت نوټونو لپاره له معمولي قلمونو نه کار اخلي ځکه نو هغوی کولی شي په بيړه ياداشت واخلي. کله، چې هغوی په حاشيه کې ياداشت نيسي خپل اختصارت په سمه املا ليکي او په دې برخه کې له هر ډول ابهام نه مخنيوی کوي. هغوی مهم معلومات ترلاسه کوي او له نقل قولونو نه په خپلو رپوټونو کې کار اخلي. هغه مسايل، چې تعقيب ته اړتيا لري هغه ورسره ليکي او هغه پوښتنې، چې ځوابونو ته اړتيا لري هغه په نښه کوي.

د يوه رپوټ په اړه د اړينو معلوماتو راټولو نه وړاندې بايد خبريال متيقن شي، چې اړين وسايل لکه کتابچه، قلم، ټيپ ريکارډر، ډيجيتالي ريکارډر او نوي بطرۍ يې له ځان سره اخيستې دي ښه خبريالان بايد خپل ټول پام صحنې ته ورټولوي.پنځلس تنه د پېښې ځای ته ورسيدل، خو پام يې وکړ، چې کمره يا ټيپ يې د ځان سره نه دی اخيستی يا هم کوم قلم، چې ورسره دی خو رنګ نه لري. نن سبا خبريالان د ځان سره اضافي وسايل کله دوه درې جوړه بطرې، دوه درې دانې قلمونه او همدا راز اضافي کاغذونه او نور اخلي لکه: مبايل، لپ ټاپ او داسی نور. يوه پلاستيکي کڅوړه ستاسې کتابچه او کاغذ او نور د باران نه خوندي ساتي ځکه

نو د باران په صورت کې ستا د کتابچې ورقې وچې پاتې کيږي او د قلم رنګ مونه خوري يعنې انتشار نه کوي. يو دروبين کولی شي، تاسو سره مرسته وکړي.
که یوه پېښه تاسو نه لرې وي تاسو يې ليدلی شئ. د حساب ماشين هم له تاسو سره مرسته کوي، چې خپل معلومات په اسانه بڼه واورئ او خپلو اوريدونکو ته يې وړاندې کړئ.

څېړنه

خبريالان غواړي، چې د خپل رپوټ لپاره ډېر معلومات راټول کړي خو ددغو معلوماتو راټولول هم له خبريال سره مرسته کوي، چې پر مسايلو او حقيقتونو ځان ښه پوه کړي. د بېلګې په توګه اريک نادلر د بيړيو په اړه رپوټ کې دا حقيقت هم داخل کړی، چې د جنوري په مياشت کې اوبه هغومره سړې وي، چې کولی شي په نيم ساعت کې يو انسان له منځه يوسي دغه معلومات که څه هم لنډ دي خو کولی شي د يو چا ژوند وژغوري.
اوسني خبريالان د تېر په پرتله د څېړنو لپاره ډېر امکانات لري لکه انټرنېټ او کمپيوټر، چې ډېرې ستونزې يې هوارې کړې دي نو دغه شان وسايلو په ډله کې ډيټابيسونه او هغه رپوټونه هم راځي، چې تردې وړاندې يې موندل ګران و خو اوس هم ډېرې لږې سرچينې شته، چې د دوه لسيزو وړاندې انځورونه پکې وموندل شي.
دغه شان سرچينې ديوه خبريال لپاره ډېرې ګټورې دي خو د څېړنيزو وسايلو په ډله کې، چې د يوې بيړۍ په اوږدو کې يې بدلون نه دی موندلی کتابتونونه دي. خبري ادارې د خپلو چاپ شويو رپوټونو او خپرو شوو مسّلو يو کتابتون لري، چې د چاپ

شوو پاڼو په بڼه په دوسیو او یا هم د کمپیوټري فایلونو په بڼه ساتل کیږي، چې کیدای شي په رپوټونو کې ورځنی کار واخیستل شي.
ځیني خبریالان هم د خپلو رپوټونو اسناد ساتي. فکر وکړئ، چې د هیواد مخکینی ولس مشر مړ شوی دی. هغه خبریالان، چې دې رپوټ ته تاکل شوي اړتیا لري، چې د نوموړي د عمر، مرګ لامل او دا چې نوموړی چېرته او څه وخت مړ شوی دی خو ددې ترڅنګ خبریال دې معلوماتو ته هم اړتیا لري، چې نوموړي ولسمشر څه ډول بدلون وموند. په دې برخه کې ښه مشوره داده، چې خبریال د انلاین یا هم مخکینیو رپوټونو له معلوماتو نه ګټه واخلي.
مخکیني رپوټونه له خبریال سره دا مرسته کوي، چې مخکیني ولسمشر د چا سره اړیکې درلودې او خبریال ورسره د مرکې غوښتنه وکړي همدارنګه کیدای شي د ولسمشر دوست، چې په دغو رپوټونو کې ورته اشاره شوي داسې معلومات ولري، چې ډېر حیرانونکي وي. خبریالان باید له خپلو سرچینو سره منظم کار وکړي له هغوی سره اړیکه ولري او د کومو په زړه پورې پېښنو په اړه له هغوی نه د معلوماتو د ورکولو غوښتنه وکړي.
د یوې موضوع په اړه له وړاندې نه د معلوماتو نه درلودل دې ته ورته دي لکه تاسو، چې په یوه نا اشنا سیمه کې موټر چلوئ او د سیمې نقشه هم له تاسو سره نه وي تاسو کیدای شي خپلې موخې ته ورسیږئ خو دا به ښایي له یوه اوږد واټن وهلونه وروسته(۷:۴).

سرچینې

کله، چې خبریالان غواړي یو نوی رپوټ وړاندې کړي له لومړنیو او دوهم لاس سرچینو نه کار اخلي. لومړنۍ سرچینه ښايي هغه مرکه وي چې په موضوع کې په نېغه توګه ښکیل وي یا هم د موضوع په اړه ځیني اسناد وي. خبریال هم کیدای شي، چې د پېښې په اړه د یوه عیني شاهد په توګه د خبر لومړنۍ سرچینه وي. دوهم لاس سرچینې کیدای شي لیکلي رپوټونه وي. دبېلګې په توګه د یوې اورلګیدنې په صورت کې د کور خاوند کیدای شي د خبر لومړنۍ سرچینه وي یا هم د اور وژنې کارکوونکي، چې هغه اور یې مړ کړی دی، خو د اور وژنې د څانګې لخوا له پېښې وروسته مطبوعاتي کنفرانس به ښايي د خبر دوهمه سرچینه وي.

یو له قواعدو څخه دادي، چې خبریال نه شي کولی د څیړنې په تړاو په یواځې ځان معلومات راټول کړي. د ولسمشر په پېښه کې له هرې سرچینې څخه، چې خبریال ورځنې معلومات ترلاسه کوي او هغه کومې بلې سرچینې ته ورپېژني. ځیني سرچینې له یو بل سره په تضاد کې واقع کیږي.

ددغو نیمګړتیاو د لرې کولو لپاره خبریال باید پوه شي، چې دغه اسناد یې پرته له کومې سرچینې اخیستي، د معلوماتو اصلي سرچینه ومومي او په دې توګه خبریال معلومات او اسناد سره ښېل کړي، چې کوم یې سم دي او کوم یې ناسم دي. د معلوماتو د لومړنۍ سرچینې په پرتله د معلوماتو د دوهمې سرچینې تأیید مهم دی.

له هرې سرچینې نه، چې تاسو د څیړنې لپاره ورځنې کار اخلی ډېره مهمه ده، خو د اعتبار د منلو لپاره یې تاسو فکر وکړی څکه دې مسلې ته مو باید پام وي، چې په دې شپو ورځو کې ځیني کسان د یوه بریښنالیک په استولو او یا هم په یوه انټرنیټي

پاڼه کې د معلوماتو په خپرولو غواړي هغه ریښتیني نه وي. هغه معلومات، چې تاسو یې د انلاین له لارې ترلاسه کوئ په دې معنا نه ده، چې هغه به ټول سم وي.

د خبریالانو یوه مهمه دنده داده، چې د معلوماتو د سرچینو په اړه پرېکړه وکړي او دا کره کړي، چې د کومو سرچینو معلومات د اعتبار وړ دي، چې هغوی یې په خپل رپوټ کې وکاروي. دا یو شمېر هغه پوښتنې دي، چې له تاسو سره مرسته کوي، چې د معلوماتو باوري سرچینې غوره او له هغو سرچینو، چې د اعتبار په اړه یې شکمن یاست، بیلې کړی:

- ایا دغه سرچینه څه پوهیږي (ایا دا کس په هغه موقف کې دی، چې په اړه یې څه وپوهیږی)
- څه ډول دغه معلومات د نورو سرچینو لخوا تأیید کړو.
- څه ډول دا سرچینه زما د پام وړ ده؟ (یعنې دا یواځینی شخص دی، چې د ځمکو دخاوندانو په اړه شکایت کوي او یا هم دا د ځمکې له خاوند سره شخصي ستونزه لري؟ اویا هم دې ته له ورته نورو کسانو ستونزه هم ده).
- ایا دا سرچینه د اعتبار او منلو وړ ده؟
- ایا دا یواځینۍ سرچینه ده، چې زه ورځنې کار اخلم یا هم له نورو ځایونو معلومات ترلاسه کولی شم؟
- لامل څه دی، چې معلومات له همدې سرچینې نه ترلاسه کړم؟ (ایا دا کس غواړي ځان ښه وښیي یا هم غواړي خپل امور بد وښیي؟ څنګه هغه غواړي په لومړي لیده کاته کې له ماسره خبرې وکړي،

کله مو، چې د یوه رپوټ په اړه د معلوماتو ګټوره سرچینه ومونده نو ښه به دا وي، چې د اوږدې مودې لپاره له هغې سره په اړیکه کې وئ. له هغې سرچینې سره معلوماتي اړیکې ساتئ. یوازې دا لازمه نه ده، چې تاسو د دفتر پته، د تیلیفون شمیره له ځان سره ولرئ بلکې ددې ترڅنګ د هغه د مبایل تیلیفون شمیره او د برېښنالیک پته هم له ځان سره ولرئ.

ښه خبریال له خپلو خبري سرچینو سره منظم کار کوي، له هغوی سره اړیکې ساتي، له هغوی پوښتي، چې کومه په زړه پوري پېښه رامنځ ته شوې ده. خپلو سرچینو ته دا استانتیا برابره کړئ، چې له تاسو سره اړیکه ونیسي د بېلګې په توګه د خپل کارت په ورکولو او د خپل رپوټ په اړه له هغوی سره لیدنه کتنه وکړئ.

هر څوک لکه سکرتر، کاتب او نور، چې په دې اړه معلومات ولري ښایي د معلوماتو ګټوره سرچینه وي. هغوی کولی شي د اسنادو یوه کاپي برابره کړي هغوی پوهیږي، چې څوک په دې برخه کې ډېره پوهه لري. هغه خبریال، چې له خپلو خبري سرچینو سره په درناوي چلند کوي له سرچینې سره د مرکې لپاره یې غوښتنه زر حل کیږي(۷:۸).

د راډیویي خبرونو ښنې‌ګڼې Values of Radio News

د راډیویي خبرونه که د ورځپاڼې سره پرتله شي نو یو له بل څخه توپیرونه لري. راډیویي خبرونه لنډ وي. د هر خبر لنډیز او تفصیل سره خبر پای ته رسیږي. یواځې مهم خبر د راډیو خبرې ټولګه کې شاملیږي. حال داچې په ورځپاڼه کې خبرونه په تفصیل سره راوړل کیږي. که له ځینو خبرونو سره تصویرونه هم وي په ځینو مهمو خبرونو کې واړه واړه جزئیات هم شاملیږي. ځیني وختونه له کوم خبر سره ذهني

پيښې غږونه هم وي. د راډيو خبر تر ټولو لوی بليټن تقريباً يوويشت سوه کلمې لري او دغه يوويشت سوه کلمې يواځې د ورځپاڼې په دوو کالمونو کې ځايږي.

د راډيو خبرونه انتخابي وي. د ورځپاڼو په څير د راډيو نيوزروم ته هم سلګونه خبرونه راځي، ليکن له هغو څخه يوازې مهم خبرونه غوره کيږي. حال داچې ورځپاڼې هر ډول خبرونه خپروي. په هغو کې سياسي ويناوی، د سياستوالو خپلمنځي شخړې له سياسي ناندريو واخله تر پېښو جنس، مينې، فيشن، هنر، ادب، دود، لنډه دا داسې کوم عنوان نه وي، چې هغه دې ورځپاڼه ونه پوښي. پردې سر بېره د ماشومانو، ځوانانو، ميرمنو، زده کوونکو لپاره ځانګړي ګڼې خپروي. له دې امله ډېر خلک ورځپاڼه لولي او دا په يوه بوختيا بدليږي. د راډيويي خبرونو ځانګړنې دادي:

ريښتينولي Truth and Accuracy

ريښتينوالی او د خبر سموالی د راډيويي خبرونو يوه بنسټيزه ځانګړنه ده. که له راډيو څخه ناسم خبر خپور شي نو ناوړه پايلې لري يواځې اورېدونکو ته نه، بلکې ځان ته هم زيان رسوي. راډيو يوه ولسي اداره ده. د هغې د خبرونو د تيارولو پروخت د ځانګړي پام اړتيا ده. ځکه ځيني رپوټونه د خپلو موخو په ترڅ کې د اوريدلو لپاره روښانه نه وي. نړيوال خبري اژانسونه په ټوله نړۍ کې کيدونکي بيلا بيلې پيښې رپوټ کوي. د خپل ليد لوري له مخې پيښه روښانوي. همدرانګه د راډيو لپاره د کوم خبر د غوره کولو پروخت کې ځانګړی پام کيږي.

که کومه نړيواله پيښه کوم نړيوال اژانس خبر يا رپوټ استوي نو پکار ده، چې د پيښې په اړه د نورو خبري اژانسونو رپوټونه هم وکتل شي. لکه نن سبا د اتوم بم موضوع د نړيوالو خبري اژانسونو د پاملرنې موضوع ده. که په نوموړي موضوع کوم

بل اژانس رپوټ نه وي استولی نو مانيټو رنګ ته رجوع کيږي. ځکه په مهمو پېښو شيبه په شيبه راډيوګانې خبرونه خپروي.

د غير عادي پېښو پروخت په عامه توګه ليدل کيږي، چې تر ټولو د مخه راتلونکي خبر بشپړ نه وي او ځيني وخت په هغې کې زيات عددونه او شمېرې وړاندې کيږي. په دا ډول پېښو کې بمي چاودنې، د الوتکو نسکوريدل، طبيعي افتونه، زلزله، او نور شامل دي. داسې خبرونه ناريښتني هم وي. له راډيو څخه چون دا هيله کيږي، چې هغه ترټولو دمخه خبر ورکوی نو په دې ترخ کې د راډيو ايډيټر پر اوږو نور هم مسوليتونه ورزياتيږي، چې خبر تر ښه سپنياوی وروسته خپور کړي.

۱. ناپيلتوب Objectivity

د بې طرفې يعنې ناپيلتوب مطلب دادی، چې ايډيټر په خبر کې خپل نظر نه شي ورځايولی، دا ځکه په دې سره د خبر ناپېيلتوب زيانميږي. دا دی رپوټ پرځای د ورځپاڼې کالم جوړيږي. په کالم او خبر کې بنسټيز توپير همدا وي خبر له هر ډول تبصرو او ځاني نظرونو څخه خوندي وي. حال داچې په کالم کې د ليکوال نظر شامل وي. راډيو اډيټر له خبر څخه ټول تعصبونه او پلوي توب ليري کوي.

2. ساده والی Simplicity and Clarity

د راډيويي خبرونو يوه بله ځانګړنه د هغه ساده والی دی. د راډيو اوريدونکي د ژوند له بيلا بيلو څانګو سره تړاو لري په هغو کې لوستي خلک هم وي. لکه نيمه لوستي او نالوستي. خبر په ژورناليستيک انداز ليکل کيږي. هغه له ادبي او تخنيکي ژبې څخه خوندي وي. دهغه جملې ساده او اسانه وي. د راډيو اوريدونکو ته په ساده ژبه خبرونه برابريږي. داسې انداز خپليږي، چې د خبرونو تراوريدلو وروسته هغه ته

روښانه پيغام ورسيږي نه داچې د خبرونو په اوریدلو سره ګنګس شي د روځپاڼې لوستونکي دا استنیا لري که په څه شي پوه نه شي نو بیا یې هم لوستلی شي. له چا څخه د هغې معنا پوښتلی شي، لیکن د راډیو څپې د یو ځل اوریدو چانس لري، نو ځکه جملې باید اسانه وي، اوږدې نه وي، جمله، چې څومره روښانه وي نو هومره یې مطلب روښانه وي. په ناڅرګندو جملو پوهیدل ډېر وخت ته اړتیا لري او د اوریدو پروخت اوریدونکي سر بداله (کنفیوز) کوي ځکه له سختې ژبې او پیچلو کلمو ډډه پکار ده(۱۱:۹).

3. بیړه پروخت Promptness

راډیو او تلویزیون تر ټولو د مخه د خبرونو د خپرولو زیات وخت او چانس لري اوس دغه چانس د راډیو پرتله له تلویزیون سره هم زیات دی. بیا هم په راډیو کې یواځې غږ راځي. ددې لپاره اوس هم له راډیو سره د خبرو د ځنډولو زیات چانس د وخت دی. د راډیو پالیسي داسي ده، چې په راډیو کې ساز او ناز خبرونه پیدا کیږي.

4. لنډیز Brevity

په راډیو کې د وخت د کموالي له کبله یوازې مهمو خبرونو ته ځای ورکول کیږي نو ځکه د راډیويي خبرونو د لنډیز اړتیا ده. خبرونه که لنډ وي نو په لږ وخت کې ګڼ خبرونه خپریدلی شي. د راډیويي خبرونو د لیکلو پروخت ځینې زیاتې شوي برخې ورڅخه ایستل کیږي. راډیو اډیټر ته د لنډ لیکلو پر فن د پوهیدلو اړتیا ده، چې یو مخ خبر څنګه په دوو کرښو کې رالنډ کړي. په اصل کې لنډ لیکل په کوزه کې د سیند بندلو په معنی دی د خبر د لنډولو لپاره متن له ټولو نا اړینو برخو څخه پاکوي او یواځې حقأیق پریږدي.

5. اتکل (سنجش) Sobriety

راډیویي خبرونه له احساساتو نه خالي پکار دي. د خبرونو برابرول د ټوکمار او فنکار کار نه دی، بلکې دهغه لپاره مسلکي غور پکار دی، چې د راډیو اډېټر د ښه ذوق لرونکی او متوازن شخصیت وي. د راډیو په خبرونو کې توازن او دقت وي او په ژورنالیستیکه ژبه لیکل کیږي. د راډیو خبرونه له پارولو څخه پاک وي.

6. ګډې ځانګړنې Common Characteristics

د خبرد جوړولو پروخت د بیلا بیلو منطقو، ژبو، مذهبونو او نورو ځانګړنو لرونکي ژبې. مذهب، کلتور، او نورو ته درناوی پکار ده او خبر ښایي داسې نه وي، چې د هغوی د خفګان لامل شي. همدارنګه خبر ښایي له اسلامي او د نړۍ له نورو هیوادنو سره د هیواد بهرنۍ اړیکې او سیاست هم زیانمن نه کړي.

د خبر جوړولو پرمهال د خلکو دلچسپي ته پام پکار دی او راځی اوس هغه لوازم وګورو، چې خبر ته د خبر ارزښت ورکوي.

a) تازه والی Freshness

د نوي خبر غوره کول پکار دی یعنې ننني خبر نن پکار دی. هو که داسې خبر وي، چې میاشتې یا کلونه دمخه پېښ شوي وي او اوس یې ځرک ولګیږي. لکه که همدا نن هم معلومه شي، چې د امریکا په سوادګریز مرکز د برید کولو ترشا د چا لاس وو نو دا لوی، نوی، په زړه پوري او د خپریدو وړ خبر دی.

b) واټن (فاصله) Distance

جغرافیاوي واټن د خلکو د خوښې او ناخوښې اندازه معلوموي لکه په پکتیکا کې د یوې شفاخانې پرانستل پکتیکا والو ته په زړه پوري ده او همدا خبر ښایي د مزار

اوریدونکو ته په زړه پوري نه وي. هر څومره، چې یوه پېښه موږ ته نږدې وي هومره یې خبر خلکو ته په زړه پوري وي.

البته ځیني خبرونه داسې هم وي، چې د خپل حجم او ارزښت له پلوه د ډېرو د پام او خوښې وړ وي. لکه دسپټمبر یولسمه پېښه، چې امریکا له نړیوال سوادګریز مرکز سره الوتکه وجنګول شوه په ټوله نړۍ کې اوس هم بحث ورباندې کیږي، چې د نوموړي پېښې اصلي مسوول څوک دی؟ د امریکا هیواد دا کار داسې وګاڼه، چې یوه ډله کومه، چې له امریکا څخه خفه وه دا دهغوی کار دی.

بل نظر داسې دی، چې دا پخپله د امریکایانو کار دی او د هغې جواز دوی دا وړاندې کوي، چې پدې پلمه هغوی لومړی پرافغانستان پوځي یرغل وکړ او اوس د ایران د تیلو پر زیرمو د ولکې په منظور ایران کلا بند کوي. په هر حال د ازادې او بې طرفې مطالعې د پېښې جغرافیایي لیروالي سره سره یو ډېر لوی خبر وه، چې دګردی نړۍ تلویزیونونو په مستقیم ډول وښود.

c) غیر عادي والی Extra Ordinary

غیر عادي پېښې هم خبري ارزښت لري. له غیر عادي والي څخه موخه داده هغه پېښه ده، چې تردې وړاندې نه وي شوي نود خبر جوړیدو وړ ګرځي لکه په اوړي کې د واورې اوریدل یا داسې نورې پېښې، چې نوي اوغیر عادي وي.

d) پایله Result

د یوې پېښې پایله هغې ته خبر درجه ورکوي. که پایله مخکې له مخکې خلکو ته څرګند وي نو د هغې ارزښت هم لږ وي لکه په عراق کې د امریکا تر برید وروسته د صدام حسین د نیولو هڅه هم یو خبر وو. بیا دویم خبر دا وه، چې امریکا پرټول

عراق کې د صدام حسين مخالفينو ته ډالر ورکړي او د صدام حسين او د هغه د ورونو او ملګرو پلټنې په چټکۍ سره روانې دي.

بيا وروسته د هغه ټول خبر پايله راووتله، چې هغوی صدام حسين د ځمکې له يو غار څخه راويست او د ټولې نړۍ رسنيو دا خبر خپور کړ. په چاپي رسنيو کې د هغه ويناوی هم خپرې شوې. تلويزيونونو هم د صدام حسين خبر او ويډيو وښودله هغه ډول د يوې پېښې پايله يو لوی خبر جوړيږي.

e) ټکر، کشمکش او مقابله

ټکر، مقابله او سيالی هم يوې پېښې ته خبري ارزښت ورکوي. لکه د لوبو سيالی، د ددوو هيوادونو د سر تېرو ترمنځ ټکر، ددوو ډلو ترمنځ ټکر، په بيرو کراسۍ کې د مهمو پوستونو د اخيستلو لپاره کشمکش يا مقابله، د نوي حکومت پرتشکيل د وفاقي وزيرانو ترټاکلو د مخه کيدونکي منډې يا مقابله دا ټول د وګړو د خوښې خبرونه دي.

f) څرک لګول

داسې خبرې يا معاملې، چې پټې وي. که کوم راپورټر د هغو څرک ولګوي هغه خبري يا راز په ډاګه کوي نو دا يو لوی خبر جوړيږي. دغه ډول کيسه ديوې ورځپاڼې لپاره يوه لويه کيسه جوړيږي.

g) ولسي جذبې

يوې پېښې ته د خبري ارزښت ورکولو لپاره يو معيار داهم کيدلی شي، چې هغه د څومره ډېرو خلکو جذبې څه ډول اغيزمنوي. په دې ترخ کې د پاکستان او هندوستان د کرکټ د لوبو بيلګه ورکول کيدلی شي دا ځکه له هند سره د لوبې پروخت خلک زيات جذباتي شول، چې له هند سره د پاکستان اړيکې ترينګلي وي.

رپوټ ورکول

ټول خبري رپوټونه له واقعیتونو، مشاهداتو، بیانونو او جزییاتو نه برابریږي. خبریالان تل هغو معلوماتو ته ډېر واک لري، چې په رپوټ کې یې کاروي ځکه خبریالان د معلوماتو د راټولولو لپاره ډېرې هلې ځلې کوي خو په رپوټ کې د ټولو واقعیتونو راټولول، چې د رپوټ پایله هم ښه راوخیژي او اوریدونکي هم پکې شامل شي ډېر کم پیښیږي. په رپوټ کې د ډېرو معلوماتو راټولول په رپوټ باندې د پوهیدو چاره ستونزمنوي.

یو خبریال، چې غواړي هرڅه ووایي یا یې تشریح کړي، یواځې د اوریدونکو مغشوش کیدو لامل ګرځي. سربېره پردې ورځپاڼې سپینې برخې هم لري. همدارنګه ورځپاڼې ډېر ځای لري. راډیو اوتلویزیون ډېر airtime لري او لوستونکي، اوریدونکي او لیدونکي اضافي وخت هم لري او ډېره پاملرنه باید وشي، چې خبرونو ته وروګرځو.

غوره ژورنالېزم خلاصه کول یا لنډول نه دي.خبریالان باید خپلې خبرې په قضاوت سره وکړي او تصمیم ونیسي، چې کوم څیز ډېر مهم دی، چې په رپوټ کې شامل شي او هغه په څه توګه ترتیب شي. د ډېرو خبریالانو لپاره دا برخه ډېره مهمه ده، چې تصمیم ونیسي کوم څیز په رپوټ کې ونیسي او کوم څیز پرېږدي. ددغې پرېکړې کولو لپاره یوه ښه لاره داده، چې د رپوټ لپاره یو مرکزي ټکی یا موضوع وټاکل شي چې د محراق په نامه یادیږي(۷:۱۰).

Focus يا تمرکز

په بنسټيزه توګه تمرکز په يوه رپوټ کې د پوښتنو ځوابول دي. دغه رپوټ د څه په اړه دی؟ د Pointer په انستيتوت کې ښاغلی Chip-Scanlon په ليکلي بڼه د تمرکز د ټاکلو لپاره د لاندې پنځو اضافي پوښتنو وړانديز کوي:

1. خبر څه دی؟
2. رپوټ څه دی؟
3. انځور څه دی؟
4. څه ډول هغه شپږو کلمو کې وړاندې کړو؟
5. نو څه؟

فکر وکړئ، چې تاسو غواړئ د اور اخيستو د پېښې موضوع ته خبرې ورکړئ. تاسو ټوله ورځ له خلکو سره خبرې وکړې او زيانونه مو هم وليدل. اوس تاسو د رپوټ له ليکلو وړاندې غواړئ، چې په رپوټ باندې تمرکز وکړئ. په دې ځای کې د تمرکز موندلو لپاره Scanlon سوالونه کاروي. (داژاد ژورنالېزم کتاب (۲۰۰۶)، ديبوراپرتر، واشنګټن دي سي)

خبر څه شی دی؟

اور د ښار په ختيځ غره کې دوه کورونه سيزلي دي، خو چا ته مرګ ژوبله نه ده اوښتې او سوداګريزې ودانۍ خوندي دي.

رپوټ څه شی دی؟

دوه کورنيو خپل کورونه له لاسه ورکړي خو دوی خوندي پاتې دي.

انځور څه شی دی؟

د کورنيو غړيو له کورونو د پورته کيدونکي لوګي ترڅنګ يو بل په غېږ کې نيولي وو.

څه ډول هغه په شپږو کلمو کې وړاندې کړو؟

اور کورونه ويجاړ کړي، خو د سر زيان يې نه درلود.

نو څه؟

د يو خطرناک اور له امله مالي زيانونه محدود وو.

هغه خبريال، چې رپوټ ورکوي اوس پوهيږي، چې د خبر سرټکي يې د هغو کورنيو په اړه دي، چې خپل کورونه يې له لاسه وکړي، چې دا بيان د هغو کورنيو د غړو له قوله ويل شوی، چې د ژوندي پاتي کيدو له امله يې خوښي څرګندوله.

همدارنګه د زيانونو په اړه عمومي معلومات هم په کې شامل وي. له دې وروسته خبريال د اور وژنې د هغو شرکتونو په اړه، چې په دې سوداګريزه سيمه کې د اور وژنې په موخه لاس پکار شوي وو، هم ځيني معلومات شامل‌وي خو کيدای شي، چې داور وژنې د څانګې د مشر خبرې نقل قول کړي.

ددې تمرين پايله په دې نه راڅرخي، چې رپوټ يواځې د منلو وړ، يو محراق درلود، بلکې د بيلا بيلو ادراو خبريالان ښايي ورته واقعيتونه په نظر کې ونيسي او خپل رپوټونه په بيلا بيلو بڼو برابر کړي ځکه هغوی د نورو محراقونو په اړه تصميم نيولی دی. د کورونو د اور اخيستو پېښه کې خبريال پنځه سوالونه د تمرکز د يو بل محراق د لاسته راوړلو لپاره کارولی شي. خبر څه دی؟ زمونږ د ښار سوداګري له

هغې اور نه، چې د ښار په ختيځ غره کې يې دوه کورنه وسيزل خوندي ندي پاتې شوي.
رپوټ څه دی؟ يو سوداګر له خپل پلورنځي د باندې اور وژنې له يوه کارکوونکي سره قول ورکړ؟
څه ډول يې په شپږو کلمو کې وړاندې کړو؟ اور سوداګري نشي درولی.
نو څه؟ د خطرناک اور اقتصادي زيانونه لړ وو.
دا ډول رپوټ د سوداګرو سوکالۍ ته لارښوونه کوي او د هغه سوداګر بيان نقل قول کيږي، چې پلورنځی يې خوندي پاتې دی. په دغو دواړو رپوټونو کې سره ورته بنسټيز معلومات شامل وو، چې دوه کورنه ويجاړ شوي خو سوداګري يې زيانمنه کړې نه ده خو د هغوی ټينګار سره بېل و. د رپوټ له ليکلو وړاندې پردې پوهيدل، چې په خپل رپوټ کې پرڅه باندې ټينګار وکړي له خبريال سره مرسته کوي، چې واقعيتونه او خبرې په رپوټ کې شاملې کړي او کوم يې شامل نه کړي.
وليام په خپلو ياداشتونو کې راوړي:
روښانه تفکر، روښانه ليکنه رامنځ ته کوي او دواړه له يو بل پرته امکان نه لري. تجربه لرونکي خبريالان د ورځې تر ورستيو انتظار نه باسي، وروسته له هغې چې ټولې مرکې، څيړنې او کتنې يې ترسره کړې ښايي د رپوټ ليکلو پروسه له فکري تمرکز نه پيل کړي، چې چېرته ولاړ شي او له چا سره مرکه وکړي. طبعاً ښايي، چې د معلوماتو د راټولولو په بهير کې محراق بدلون ومومي. د يوه خبريال لپاره تر ټولو مهمه داده، چې د رپوټ له ليکلو وړاندې د رپوټ په محراق باندې فکر وکړي.

فکري تمرکز د یوه رپوټ د لیکلو لپاره د پلان لومړی ګام دی. دوهم ګام د رپوټ تنظیم دی. په دې پوه شي، چې کوم معلومات چېرته د بنسټیزو واقعیتونو په لست کولو د رپوټ لیکل پیل کړي. تصمیم ونیسي، چې کوم واقعیتونه د رپوټ په لومړي سر کې راشي او کوم یې په منځنۍ برخه کې راشي.

په خپله مرکه کې غوره بیانات یا sound bits وموميي او تصمیم ونیسي، چې هغه د خپل رپوټ په کومه برخه کې ځای پر ځای کړي. هر هغه جزیئات، چې غواړي په رپوټ کې مو راشي له ځانه سره یې ولیکی. ځیني خبریالانو د رپوټ له لیکلو وړاندې د کاغذ پرمخ دیوه outline لیکل هم د یوه لارښود په توګه ګټور بولي(۲۰۱:۱۱).

لنډیز

خبر دمطبوعاتو له پخوانیو زړو ژانرونو څخه یو ژانر دی چې د افغانستان په مطبوعاتو کې له هماغه پیل څخه د پام وړ دي . خبر اجتماعي اړیکه تشکیلوي ، په دې اساس باید په عام ډول د ورځپاڼې لیکونکي او خاص ډول خبرنګاران تر هر څه د مخه خبر وپېژني او د هغه د مفاهیمو او عناصرو سره اشنایي پیدا کړي چې وکولی شي په کامل دید او پوهې سره د خبر موندنې او خبر لیکنې په لاره ګام واخلي.

د خبر له پاره مهم مفاهیم وجود لري له لغوي لحاظه د خبر کلمه چې د اوس له پاره به دري او پښتو ژبو کې پکار وړل کیږي ، له عربي ژبې څخه اخیستل شوی ، چې په مختلفو معناوو سره کارول کیږي.

ځینې وخت نوموړې کلمه خاص حقوقي معنا لري او له هغه څخه مقصد د هغو کسانو په هکله اطلاع وي چې په قضایي او جزایي جرمونو باندې مهم وي او کله ، کله د خاص امنیتي معنا لرونکی وي او نظامي او سیاسي اطلاعات رامشخص کوي.

په عمومي محاورو کې خبر په هغو اطلاعاتو او خبر ورکول کې شامل وي چې خلک هغه په خپل ورځني ژوند کې تر لاسه کوي او په همدې وجه هر وخت يو د بل سره تکر کوي او پرته له ځنډه يو د بل حال او احوال پوښتي او د تازه خبرونو په لټه کې وي .

تمریني پوښتنې

۱- خبري خپرونې د څه لپاره چمتو کېږي؟

۲- له باوري سرچينو څخه د خبرونو برابرولو په موخه ګټه اخیستنه پر مخاطبانو څه اغېز لري؟

۳- د خبري خپرونو روحیه له نورو هغو سره څه توپیر لري؟

مأخذونه

1) آهنگ، محمد کاظم. (۱۳۴۵). قواعد علمي خبرنګاري، از نشرات باختر آژانس کابل.

2) ایس ایم، شاهد. ژباړه. احمدزی، امیر جان وحید. مومند خپرندویه ټولنه جلال اباد.

3) حیدری، ذبیح الله. (۱۳۹۰). کاربرد ژانرهای اطلاعی در راډیو، مطبوعه عازم، کابل.

4) ستانکزی، محمدعیسی. (۱۳۸٦). راډیويي پروګرامونه. دانش خپرندویه ټولنه ، پېښور.

5) سهار، نذیر احمد.(۱۳۹۲) ټلویزیوني خبريالی اسد چاپ خونه، پیښور.

6) کیوبرډن، ماریاوینرات، ناومي گولډ سمت. دری-پښتو ژباړه. لطیف، لطف الله، معروف، اصف، محک، عبیدالله. د بي بي سي د نړیوالو خپرونو ترسټ لخوا، لندن.

7) معتمد نژاد، محمد کاظم.(۱۳۶۸). روزنامه نگاری، مرکز سپهر تهران.

8) منیب، فریداحمد.(۱۳۹۲). راډیويي ژورنالیزم. مرکز نشر و طبع الفاروق، کابل.

9) علی، قشمي. ژباړن، شینواری، محمدآصف.(۱۳۹۳) په رسنیو کې د سوژو موندل، دانش خپرندویه ټولنه، پېښاور.

10) همت، عبدالمالک. (۱۳۸۵). د مقلې لیکوال اصول، یویتد پرس کوټه.

پوټر، دبورا.(۲۰۰٦). ازاد ژورنالیزم کتاب. د متحده ایالاتو مطبوعاتي دفتر

اتم فصل

مسلکي تبصرې څنګه کيږي؟

سريزه

په ډله ييزو رسنيو کې او بيا په ځانګړې توګه په راډيو کې د مختلفو خپرونو سر بيره نورې خپرونې ، لکه د خبرونو شاليد ، د مهمو پېښو په اړه مرکې ، بحثونه ، راډيوي رپوټ ، نيوز ريل او نور شامل دي او په دوی کې د ځينو خپرونو له پاره متن ليکل کيږي او بيا ثبتيږي لکه شاليد او نور ، حال دا چې مرکه ، راډيويي خبرونه له متن څخه پره ثبتيږي د هغو ټولو د برابولو پر وخت يو خبري فکر کول پکار دي په هغې بايد د ازاد نظر څرګندونې وشي . دا په دې معنی چې تبصره بايد د چارواکو په طرفداري وليکل شي چې له دې سره د راډيو حيثيت ته تاوان رسيږي .

په دويم قدم کې خبره دا دی چې تبصره اود هغې شاليد بايد د يو بل سره اړخ ولګوي . داسې نه ده پکار چې خبر يا تبصره د ولسمشر محمد اشرف غني د سفر په اړه هند ته وي . شاليد د هغې ورځې يا اونۍ تر ټولو مهم خبر پکار دی . هغه خبر چې خلک غواړي ورباندې وپوهيږي او پوهېدل يې غواړي .

که د ولسمشر محمد اشرف غني د سفر د راتګ څخه دوه ورځې مخکې د برتانيه پر سفارت په کابل کې بريد وشي نو په شاليد کې د برتانيه د حکومت غبرګون ، د افغانستان د حکومت غبرګون ، او په دې اړه د پاکستان د حکومت غبرګون او په هند کې د برتانيه د ولسمشر کامرون وينا ، چې پاکستان ته د نوموړي راتګ نه متاثر شو او داسې نور په هغې کې شامليږي .

د روانو چارو د پروګرام موخه له نويو سياسي ، کلتوري او اقتصادي چارو څخه د خلکو خبرول دي . په فصل کې تبصره څه شی دی ؟ په خبرونو کې تبصره ، د تبصرې برخې ، د تبصرې پر موضوعاتو ، پر روانو چارو د تبصرې پروګرام ، په سپورټ تبصره ، راډيويي مرکه ، د مرکې ډولونه د مرکې له پاره د اطلاعاتو د ثبت وسايل و د مرکې د میتود ډولونه ، د خبرو اترو له پاره پای ورکول ، د مرکې ثبتول ، د مرکې د میتود ښېګڼې ، د مرکې د میتود نیمګړتیاوې ، په مرکه کې د پام وړ ټکي ، راډيويي رپوټ ، د رپوټ تیارول ، خبرونه او د خبرونو تیارول ، د راډيو فني کارکووکي او نور مسايلوته ځای ورکړ شوی البته دا هم د دې اثر یوه برخه ده ، چې مهم او مروجې برخې يې چې د لوستونکو او د راډيو مسلکي ژورنالیستانو او مينوالو له پاره د پام وړ دي ، راټول شوي او دلته ځای پر ځای شوي دي .

د روانو چارو دخپریدو لپاره په خبرونو سربېره نور پروګرامونه هم خپرېږي. په هغو کې خبرونه، تبصرې، د خبرونو شالید، د مهمو پېښو په اړه مرکې، بحثونه، راډيويي رپوټ، نیوز ریل او نور شامل دي. په دوی کې د ځینو پروګرامونو متن لیکل کیږي او بيا ثبتيږي لکه شالید او نور حال داچې مرکه، راډيو نیوز ریل له متن پرته ثبتيږي. د هغو ټولو د برابرولو پروخت يو خبري فکر کول په کار دي. په هغه کې باید د ازاد نظر څرګندونې وشي. دا په دې معنی، چې تبصره د چارواکو په طرفداری ولیکل شی له دې سره د راډيو حیثیت ته تاوان رسیږي.

دوهمه خبره په دې هکله داده، چې تبصره او دهغې شالید باید د يو بل سره اړخ ولګوي. داسې نه ده پکار، چې خبر يا تبصره نیویارک ته د ولسمشر حامد کرزي د درې ورځینی سفر په اړه وي. شالید د هغې ورځې يا اونۍ تر ټولو مهم خبر پکار

دی. هغه خبر، چې خلک غواړي ورباندې وپوهیږي او پوهیدل یې غواړي. که دافغانستان د ولسمشر د راتګ څخه دوه ورځې د مخه په کابل کې د برتیانیا په سفارت باندې برید وشي نو په شالید کې د برتیانیا د حکومت غبرګون، د افغانستان د حکومت غبرګون، او په دې اړه د پاکستان د حکومت کړنې او په هند کې د کامرون وینا، چې پاکستان ته د نوموړي راتګ نه متأثر شو او داسې نور په هغې کې شاملیږي.

د روانو چارو د پروګرامونو موخه له نویوسیاسي، کلتوري او اقتصادي چارو څخه د خلکو خبرول دي. په راډیو کې د روانو چارو څانګه تر خبرونو وروسته دویمه لویه څانګه ده. دا څانګه په ملي او نړیوالو چارو تبصرې تیاروي، پر لوبو تبصرې، دورځپاڼو د سرلیکونو جاج، دولسي جرګې او ولایتي شورا او مشرانو د جرګې کړنې او د ملي او نړیوالو شخصیتونو مرکې هم دغه څانګه تیاروي. د روانو چارو څانګه لاندینې پروګرامونه برابروي:

1. راډیویي تبصرېRadio Commentary
2. پر لوبو تبصرېSports round up
3. د ملي ورځپاڼو سرلیکنې او غټ ټکي Editorials of National and Source Leads
4. د مشرانو جرګې او ولسي شورا او ولایتي شورا د غونډو کړنې
5. د ملي او نړیوالو ارزښت لرونکو کسانو مذاکرې Interviews of National and International People
6. Commentary on National and International Festivals

تبصره څه ته وايي؟

تبصره:د ډليزو رسنيو د هر ژانر په شان خپل ځانته سابقه او تاريخ لري.نوموړي سابقه او تاريخ زمونږ په هيواد او د نړۍ په نورو مختلفو هيوادونو کې په مختلفو ډولونو منځ ته راغلي او تکامل يې کړی دی.

د ژورناليزم پوهان په دی باوردي چې تبصره د لومړی ځل لپاره له نن څخه تقريبا دوه زره (۲۰۰۰) کاله مخکی د روم امپراتور ژوليس سزار له خوا په اروپا کې وليکل شوه.

عکس 26http://www.zimbio.com/John+E+Morgan/

دا کيدای شي چې په خورا مشکل سره ووايو او په مشکل سره د ژوليس سزار تبصره د اوسنۍ تبصری د فورم د ليکلو طريقې سره پرتله کړو، داځکه چې نن سبا مختلفو اشخاصو په مختلفو ټولنو کې په مختلفو فکرونو سره د نوموړي ژانر مختلف ډولونه ليکلي دي او هر يو يې ځانته مينه وال لري.

همداډول خورا مشکل کار دی چې لومړنۍ راجسترشوي تبصره د لومړني اخبار د ليکلو له بنې سره چې له نن څخه (۱۵۰۰) کاله پخوا ليکل شوي پرتله کړو. ولې دا خبره سمه ده چې د پخوانی روم امپراتور سترستراتژست ژوليس سزار د (خپلو ياداشتونو) په لرلو سره ځان يې د کلمه (تبصره) دا comentarx په نوم ثبت کړ. د(Comentaric) کلمهپه حقيقت کې له همدی کلمې (comentarici) څخه لاسته

راغلي د نوموړی کلمې ادبي معنا په لاتیني ژبه کې (comentaris) دی چې په زیات گمان ساده تبصری ته ویل کیږي. چې د حقایقو ارقامو او علایمو په امکان سره د وتلو فرهنگي شحصیتونو له خوا لیکل کیږي او خپریږي.

د تبصری د لیکلو فکر د یوه ځانگړي ستون په ډول د ۱۸ پیړۍ دویمه نیمایي کې په انگلستان کې راپیداشو د هغې پر اساس هرې ورځپاڼې د تبصری په نوم ځانگړي شبعې یعني څانگې د تبصره نگارانو یا تبصره لیکونکو (د مفکوره یي لیکوالانو) لپاره تاسیس کړې.

د تبصری ډول د لومړی ځل لپاره د ۱۹ پیړی په پیل کې په شرقي اروپا کې منځ ته راغلي او په هغه وخت به تبصری په سیاسي مختوا باندی لیکل کیدی او خپریدی او د مطبوعاتو له عادی ژانرونو څخه گڼل کیدی. نوموړی ډول د لومړی ځل لپاره په ۱۸۷۳م کال کې د شمس النهار د لومړی گڼې په خپریدو سره د هیواد په مطبوعاتو کې هم لار پیداکړه او د ورستیو کلونو په اوږدو کې په ځانگړي توگه د سراج الاخبار افغانستان په خپریدو سره په ۱۹۰٦م او سراجالافغانیه په ۱۹۱۱م کال کې یې خورا زیات انکشاف وکړ او په سیاسي،اقتصادی،اجتماعي فرهنگي مختوا وو سره یې د سراج الاخبار افغانیه صفخی ورښکلي کړی.

د وروستیو انکشافاتو په اثر د تبصری د لیکلو په پروسه کې یې شمیر زیات لیکوالان منځ ته راغلل ترڅو دخپلو کړنو په برخه کې د خلکو په ذهنونو کې د تاثیراچونې په مقصد د ډلیزو رسنیو له لاری وړاندی کړي دوي ارمان دپوره کولو په مقصد هر لیکوال او متحصص د خپلو لیکلو ځانگړی طریقې او لارې غوره کړی.

د تبصرى د ليکلو دګډوډى دنيولو په خاطر پوهانو د تبصرى د ليکلو د طريقه فرمول بندى کړي دي او ځانګړي لارى يې ورته وړانديز کړي دي ترڅو تر يو حده تازه کارکوونکي د کلام د اوږديدو او له مخو څخه دليرې تللو نه مخنيوې وشي. او په منظم او په منطقي تخليل سره په سيستماتيک ډول او په ډيرو کمو او اندکو خطاوو سره خپل مطالب وليکي او عمده موخه يې داده چې تاثير اچونه لاسته راوړي. او دهمدى مطلب په خاطر عمده مطلب دادى چې د مينه والو تنده او د اړتيا وړ اړتياوو په لار کې مرسته وکړي ترڅو د نظر وړ مطالبو د وړاندې کولو لپاره لومړى بايد وګورو چې تبصره څه شى دى.

د پوهانو له جملې څخه يو وايي چې تبصره د ژورناليستي مطالبو د ځانګړي ستون د شکلونو څخه دى چې په رواني پيښې معمولا وروسته د پيښې د پښيدو په عناصرو په ډير سرعت سره په تمامه بڼه ليکل کيږى.

نور پوهان وايي چې تبصره د هغې د ارايه کولو څخه عبارت دى چې د تازه پيښو خوشحاله کوونکو په ژوند کې د تاثير راوړونکو،اميد لرنکو مطالبواو يا د ناهيله کوونکو او مايوس کوونکو مطالبو، د ګټورو کوښښونو او يا د زشت کردارانو او... دى (۴۸:۱).

د تبصرې موخې او دندې

د تبصرې موخې او دنده ؛په عمومي توګه داده چې يو تعداد لوستونکى يا ډيره به بڼه وى چې وويل شى چې د ډ ليېزو رسنيو مينوال بايد لوستلو ؛ اوريدلو او د ډلييزو وسايلو ليدلو ته را جلب کړى او هعوى د ته راضي کړى تر څو ددې برخې مطالب

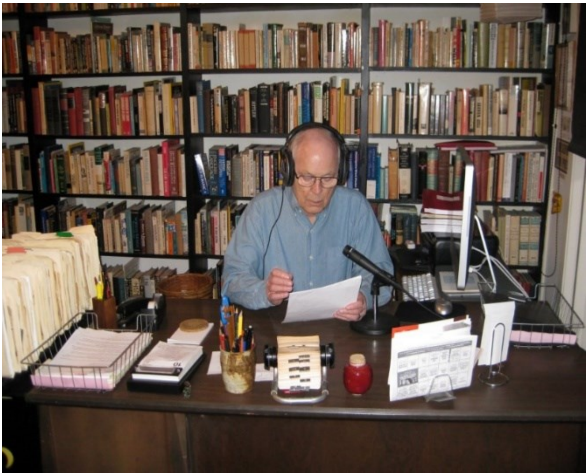
ولولی . د تبصرې په لوستلو سره مینوال د ژوند د ځانګړو برخو سره لکه اجتماعی سیاسی ؛اقتصادی او په عمومی توګه د ژوند د تاریخي پروسې سره اشنا کوی.
په زیات ګومان تبصره په خپل منطقی دلیل د عامه عقایدو او د اراء په جوړښت کې جوړونکی او رغونکی رول په غاړه لری او د عامه افکارو او سمت ګیری کې بې دریغه رول سرته رسوی . د تبصرې له لارې مینوال سیاسي او ورځنی مطالب او خپل قضاوتونه سره انسجام کوی او د بحث وړ موضوعاتو باندې خبرې او تحلیل کوی.
دژوند د مسایلو په جریان ؛د یو حالت څخه بل حالت ته د ګزارش په جنګی شرایطو کې او د ژوند په بحرانی حالاتو کې هم له اقتصادي سیاسی او اجتماعی او د جوړونکی تغیر په حالاتو کې او د خوښي روړونکو په خالاتو کې هم په داخل د هیواد کې او هم د هیواد څخه بهر یو تعداد انسانان د قیق متوجه وی چې نوموړی حالات څه پایله منځ ته راوړی. .یقیناً د دغو تاثیراتو فمهم نه شوکولی چې د اطلاع له لارې لاسته راوړو ؛بلکې نوموړی تاثیرات د تحلیل او د حقایقو د ارایه کولو او دقیقو ارقامو ایجاب کوی .نوموړی دنده فکر کونکی تبصره لیکونکی په خپل هماغه عمیق دید سره تحلیل لاندې نیسی .او لوستونکی او مینوال په جریان کې اچوی.
دداسې حالت په نظر کې نیولو سره لومړی ټول انسانان ولې په ځانګړی صورت تبصره نګاران لکه د تیز نظر لرونکی با زانو په شان تیر او حال په تیز نظر سره ګوری تر څو د مو جود حالتو څرنګوالی په سرعت سره درک کړی او د ګزار شرایط راتلونکي ته برابرکړي پرته له شک څخه نوموړی دنده یو اګا تیز نظره تبصره لیکونکی په هماغه سرعت سره چې لازم دي ګوری او د هغې په هکله خپله لیکنه

کوی یو د هغوعناصرو څخه چې د هغې په اړه باید بحث او لږ مکث وکړو هغه تبصره لیکونکی دی.

تبصره لیکونکی

تبصره لیکونکی هغه اشخاص دی چې ترټولو مخکې باید لیکنې بعنې نګارش ته ازاد لاس ولری، یا حقایق او ارقام هر اړخیزه تد قیق کړی او وکولی شی چې د هریوه اړیکه یو د بل سره او نور هغه درک او توضیع کړی شي .تبصره لیکوونکی ترهرچازیات د محیط په درک اودخپلولوستونکوباندې توفیق اوتسلط ولرلی شی .هغوی دخپلومینوالو فهم او اړتیا نیکه ګنې اودخپلومینوالو په ژبه اوذوق مسایل تحلیل کوي. داویل ددې معنا نه لری چې تبصره لیکونکی محض دهغوی په فهم اوذوق سره خپلې موخې په عینی اوعلمی صورت ترتحلیل اوارزیابی لاندې راولی نوله همدې سببه دي چې دتاریخ لیکوالان دخپلې ټولنې دراتلونکی تاریخ اوتیرتاریخ دلیکنې لپاره تبصروته خورا زیات ارزښت ورکوي اود هغې د دقیقې مطالعې څخه زیات مسایل درک کوي اودخپلواثاروپه صفحوکې یې درج کوي.

دتبصروليکل ديولنډ او معين وخت د دورې په داخل کې لکه يوه اونۍ اويا ترليکنې هغې لږډير اسانه کارندې. په زيات ګومان ديوې تبصرې ليکونکې د يوې موضوع



https://libraries.ucsd.edu/farmworkermovement/50th-anniversary-documentation-project-1962-1993/dick-meister-

د ليکنې لپاره شايد ساعتونه اوحتى ورځې ورځې فکروکړي اوباالخره يوازې طرحه پيداکړي چې دهغې پربنسټ خپله ليکنه فرمول بندي کړي. داويل ددې معنالري چې تبصره ليکنه يوه عالمانه فکرکونکی کاردی اوقلم په لاس اخيستل اوپرته دموضوع له اګاهي څخه يوڅو جملو راټولول اودورځپاڼې دستون تورول تبصره ليکنه نه ده.

تبصره ليکونکی پوهان (د عامه رايو خپرونکی) ګڼی. يعنې نوموړی اشخاص طرحه کونکی توجيه کونکی او د خلکو د رايو او افکارو سمت ورکونکی دی. هغوی معمول نظر او فکر لرلی شی او دغه نظر او فکر په عميق او شفاف ډول سره ليکی .څرنګه چې پوهان وايی تبصره ليکونکی د هر ادبی ليکوال په شان خپل فکر په هغه ځمکه کې کری چې (ښه نرمه)وی. او خپل فکر د مشاهداتو له لاري اوريدو له لارې او د لوستلو له نورو معيارو او علاقمنديو له لارې عياروی. تبصره ليکونکی سربيره په

اطلاع ورکولو معمول د لاندې موضوعاتو؛علتونه ؛معمولونه د جریان په حال کې د پیښې په منځ کې اړیکې باندې تبصره لیکی.او په دې اړه دیوبل حقیقت سره اشنا کیږو چې په تبصرو کې زیاتره د چرا یعنې (ولې)په پیښې باندې تحلیل منځته راځی.
د ولې یعنې (چرا)کلمه او یا(په علت)باندې لیکنې اساسی بنسټ په ورځنی مسایلو باندې وی.کله چې لیکوال عوښتی وی چې لیکنه یی واقعاً په مینوالو باندې تاثیروکړی نو د علل او معلول منطقی اړیکه توضیح او روښانه کړی.په هره اندازه چې انسانان د یوې پیښې علت په دقیقه او هراړخیزه توګه درک کړی نو د هغې معلول ډیره ښه پیژنی او په خپلوتحلیلونو کې په منطقی وړاندوینو کې بریالی راځی.
په اجتماعی مسایلو کې د یوي پیښې علت معمولاً یوامر ته وي ؛بلکې یوګروپ علتونه رول لرلی شی؛ نو په دی اساس لیکوال د علل د توضیح په وخت کې دیوه علت درجه او اندازه نسبت بل علت ته باید واضح او روښانه کړی تر څود موضوع په اړه قضاوت عینی او درست اړخ ونیسی.
دساری په توګه :دافغانستان په کورنیو چاروکې بهرنی لاس وهنه زیات علتونه لری ؛ولې ظاهر د یو تعداد افغانانو مهاجرت ځینې مداخله ګرو هیوادونو ته د هغې هیواد د سیاستمدارانو په نزد یو بنسټیز علت ښکاری، په داسې حال کې چې یوه ګاونډی هیواد د ځمکې نیول د مداخلې د تختې په حیث دیوبل ستر هیواد او د ګاونډی هیواد د ار نیول د منطقی د ژاندارم په حیث اساسّ ترین علل ددغې مداخلې دي ارباب یعني مشر موقف نیول د منطقی د ژاندارم په حیث اساسّ ترین علل ددغې مداخلې دی.

طبعا په دغې مثال کې لسگونه نور علتونه موجود دي په هر حال زموږ موخه دادی چې د تبصرې ليکوال علتونه بايد دقيق بررسي کړي او اساسي يعني بنسټيز علل تشحيص کړی ترڅو د خپل لوستونکی د فکر د برابرولو په خيث خپل ځان درست طرف يا لوری ته سوق يا رهنما کړي(۲:۱۵۸).

څلوربنسټيز گامونه

د تبصرى د ليکلو لپاره پوهان څلوراساسي گامونه وړانديز کوي دغه څلور گامونه عبارت دی له:

۱:د موضوع غوره کول يا د پيښې انتخاب

۲:حقايقو د راټولولو طريقه

۳:د عبارتونو او ښو کلمو غوراوي

۴: دهمدې علت او معلول ترمنځ د اړيکو په نظر کې نيولو سره لومړني گام په لاندې بڼه کولی شو توضيح کړو خبرنگاران او تبصره ليکونکي د ورځې د څو پيښو سره مخامخ کيږي چې بايد د هغو په اړه ليکنه وکړيیشپړ مطلب دلته دی چې وکولې شو د هرې پيښې په اړه وليکوولې يو ډول ستونزې زموږ مخې ته راځي چې په مشکل سره کولې شود هغو ټولو په اړه وليکو نو ليکوال کوښښ کوي مهم ، اړين او تازه د هغو څخه غوره کړي او دپيښې په اړه وليکي چې زيا تره پرهغه پورى د هغه په محيطه پورى د هغه پر هيواد او خلکو پورې اړه ولري په حقيقت کې په دغه امر کې هم د خبر د ليکلو ايجابات(تازه والي نژديوالې برجستوالې او ...) هم رعايت کيږي

يوازې په دی توپیر چې د خبری عناصرو د عرضه کولو پر ځای په نتیجه گیري او تحلیل لاس پوری کوي.

دويم گام عبارت دی د اطلاعاتو د لاس ته راوړلو طريقه او د حقايقو او دهغو درست انتخاب موخه دلته داده چې موږ د يوې پيښې په اړه ډير زيات اطلاعات کولې شو لاسته راوړو اوموږی اطلاعات د اشحاصو،د کتابونو له منځ له ورځپاڼو مجلو او له خپلو مشاهداتو څخه کولې شو لاس ته راوړو يقينا ټول راجمع شوي اطلاعات نه شو کولې د استفادې وړ وگرځوونو بنا موږبايد د راجمع شويو اطلاعاتو له منځ څخه هغه مطلب غوره کړو چې د اهميت او خپل ارزښت په لحاظه زموږ د تبصرې لپاره اړين گڼل کيږي.

په حقیقت کې د حقایقو انتخاب دلومړي ارزیابي مانا لري دا په دی مانا چې یو تعداد مطالب زموږ د استفادی لپاره مطلوب يعني گټور دي او يو تعداد نه دي نو په دی اساس اطلاعات او مطلوب موضوعات انتخابوه او له نورو څخه صرف نظر کوو د مطالبو په غوراوې اوارزيابي کې معملا د ليکنې طول، څرنگوالې او د ليکلو کيفيت د خپريدو وسيله،قسم او دليکونکې منطق او تحليل مهم رول لرلې شي.

دريم گام چې د (ښو کلمو غوراوې)مطالعه کيږي دا په حقيقت کې د ادبي ليکلو د ښکلا مانا ورکوي د ښو کلمو غوراوې معمولا کوږ د کلمو غوراوې، فقرې،جملې او عبارتونه تر بحث لاندې نيسو په هماعه اندازه چې د موضوع او دحقايو غوراوې مهم او عمده او اساسي رول لري په هماغه اندازه د تبصرې د ليکلو ادبي ښکلا د مطالبو دراماتيک کول چغې اچونه عمده رول سرته رسوي.

ځلوم ګام چې په هغې کې ليکوال علت او معلول توضيح کوي او مهمترين ګام ګڼل کيږي د همدی ګام له برکت څخه دی چې په حقيقت کې ليکوال د ثمر لرونکو نتيجه ګيري په لور قدم اخلي په همدی ګام سره دي چې ليکوال خپل مشحص نظر د موضوع په اړه وړاندې کوي.

دغه ځلورم ګام يو له طرفه د تبصرې ليکونکي تخنيکي اړخ رابربندوي او له بل اړخ د ليکوال مشحصه موضوع ګيري او په زيات ګمان د هغه سازمان او اړونده موسسی مشحصه موضوع ګيري هم واضح کوي او دخبرنګارموقف په اجتماعي او سياسي سيستم کې توضيح کوي(۳:۱۷۱).

رښتيا، حالت او پروسه

تبصره په عموم ډول د ارقامو،حقايقو،علل،معلولاو فرضيو په اتکا سره پيل کيږي او انکشاف کوي په تبصره کې معمولا رښتيا،خالتاو پروسه په نظر کې نيول کيږي د دغو دريو اصطلاح مانا داد ې چې د تبصرې د پيل په لومړې قدم کې تبصره د جريان په حال کې پېښې څخه ليکو دغه تبصره په داسې خالت يا خالاتو کې ليکل کيږي چې پيښه د هغې په جريان کې منځ ته راځي.

دنوموړی حالت تشخيص او توضيح هم داساسي غوښتنو څخه دي او دغه دنده هم ليکوال په غاړه لري پيښه او حالات معمولا په جريان کی کيدل پيښی اود پيښو بل ډول کيدل مشاهده کيږی دحالاتو پيښيدل او بل ډول کيدل هغه خالات دي چې دهغي په اثر جريان ، محيط، انسان اوژوندهغه په زيات ګومان نه احساس کوي. ولي په مثبت صورت کی وجود لري او دانسان دمبارزي او دطبيعت دهستي اساس او بنسټ تشکيلوي. چی داپخپله يوه پروسه ده.. تبصری معمولآ ديوي پيښي په اړه

دکل په صورت کی لیکل کیږی. اویا دیو کل یوه صحنه رانغاړي دنوموړي مسلی تشخیص چی په کلی توگه ولیکل شي یا بل ډول دلیکوال په لاس دي او یا دلیکوال پوري اړه لري.

سیمانتیکه مبارزه

په اوسنی وخت کی تبصره دیوی مهمی سلاح په حیث د ژبنی جگړی په مورد داستفادي وړ گرځوي پوهان او متخصصان په دي برخه کی هراړخیزه او عمیق مطالعات کول او داشخاصواراو عقایدیې درج کول او ژبني پدیدو دافا دي دبیان طریقه په موثریت اوعدم موثریت سره پیداکوي ددغو مطالعاتو موخه دادي چی تبلیغ کوونکي پیداکړي چی کومه زمانی پدیده دټولني دکوم قشر لخوا په څه بڼه داستفادي وړ وگرځي ترڅو دخلکو په احساساتو تا تیر وکړي دژبني جگړی اصطلاح اویا(سیمانتیک مبارزه) دنوموړی موخی ځواب ورکوونکی دي چی دهغی په وسیله دواقعیت تصویر، چی دهغی داحلی او غنعنوي معنا ته تغیرولوسره نه د هغې په اصلی بڼه دهغی بلکی، دویاندیا لیکوال د موخې مطابق وړاندی کیږی ژبني جگړه دروانی جگړي جزء دي چی دوخت له با ستان څخه ترد دوران پوري دخلکو په منځ کی رواج درلوده.

هم پخوا اوهم اوس دځانگړواسلوبوپر اساس دغیر مستقیم تخریفات کلموته درنگ ورکولو په بڼه او دغیرعادی اصلاحاتو په کار وړنې سره اوژبني جگړي کلیماتوتغییرپه مستقیم ډول په تبلیع کې یې په داستفادي وړ گرځوي. دساري په توگه : د«ویتکانگ» کلمي ده دوینتیام دمبارزینو لپاره (سره خمیران)دکمبوډ یا دطالبانود ازادی لپاره (تگرو) دامریکا دتورپوستکو لپاره(چکانو) په جنوبي امریکا کی د تینگ

رنگه پوټکود اوسيدونکو لپاره دهغی نور مثالونه درنگ ورکونکو له کلموله جملي څخه دي چی دخپلی اصلی معنا څخه پرته د تخقيرکونکی او توهين کونکو په معناوی پکاروړل کيږي(۱۴:۴).

له نورو ډولونو سره يې توپير او ورته والې

تبصره تبليغی ډولونه ديو تعداد سره ورتوالی او توپيرونه لري تبصره دراپورتاژ او مراسلی سره ورتوالی لري دغه دوه ژانرونه د پيښی له جريان او يا دپيښی د چطور يعنی څنگه څخه اطلاع ورکوي تبصره هم ترزيات حده دپيښی جريان توضيح کوي دهغی توپيرونه په دی کی دي چی تبصره دپيښی جريان وړاندی کولو زياتره تحليلی روحيه لري ولي د راپورتاژ او مراسلی ترسيمي او تصويری خصوصيت لري. تر هغي سربيره پردی په راپورتاژ کی د تحليلی خوږوالې اودواقيعتونوترسيم او د تصوير د لفظي او معنوي ښکلاوڅخه هم استفاده کيږي.

ولي په تبصره کی داسي نه کيږي تبصره داوچرک (قهرمان اوميړانې) سره ورتوالی لري داځکه چی او چرک داشخاصو دژوندانه په زړه پوري لحظو باندی ليکل کيږی او په تبصره کی هم په ځينو خالاتو کې اشخاصو دپيژند نی او توضيح(په منفی يا مثبته بڼه) نه هم دريغ يعني سپما نکوي. تبصره دمقالي او خبر سره هم ورتوالی لري تبصره او مقاله دواړه دخوښی علمی تحليل په مورد کی ليکل کيږی دواړه فرضيی لري، هغه څه چی په فرضيه کی ويل کيږی په متن کی په هر اړخيزه توگه په دلايلوسره تحيلل کيږی او په دواړو ژانرونو کی نتيجه يعنی پايله موجوده وي. پرته له دغو دريو اساسی رکنونو څخه دغه دوه ژانرونه نشو کولې چی مکمل ورته ووايو.

دمقالی او تبصري په منځ کی توپیر په دی کی دي چی مقاله په لومړي قدم کی دفکر او گمان تحلیل ته اعتبارورکوي او د فکر د منطقي کولو لپاره حقایق او ارقام پکار وړيپه داسې خال کې چې په تبصره کې په لومړی گام کې حقیقت دبخث وړوی او دحقیقت دثبوت او منطقی کیدو لپاره دلیکوال خپل فکر په دویم قدم کی ارجلبوی یا استحداموي.

په عمومی توگه دغه دوه ژانرونه دمفکوریی ژانرونو په نوم یادوی همدارنگه باید ووايو چی تبصره په زيات گمان ووايوچې تبصره د یوی پيښی په یو ځانکړی جناح(گروپ)باندی مقاله لیکل کیږی یا په بل عبارت مقاله د(سرمقالی په شمول) عامه وي ولی تبصره دیوي معيني مسلی ته محدوده پاتی کیږی تبصره د خبرسره په دي لحاظه یو شان او ورتوالی لري چی په ورځنی خبر باندی متکی لیکل کیږی، ولی دعرضه کولو په لحاظه کاملا متفاوته او محتوا او مطالب لری دا ځکه چې خبر یوازي یوه پيښه عرضه کوي په داسی حال کې چې په تبصره کې فکر ټينگيږي، تحليل صورت مومي او نتیجه گیري را منځ ته کیږی(۵:۱۴).

د تبصري ډولونه

یو تعداد پوهانوپه دې عقیده دي چي تبصره په دري ډوله دي: دا دري ډولونه عبارت دي (۱) لنډه تبصره (۲) ورځنې تبصره یا دورځی تبصره (۳) اونیزه تبصره او یا اونيزه سیاسي تبصره.

نوموړي ويش شايد دهغه مؤلف اوليكوال له نظره منطق ولري،اساسی ستونزه دهغی دادي چې په دغه ويش کې ځانگړي سرحدونه وجود نه لري يعنی نوموړې ويش کله د بنۍ يا شکلی اساساتواو دوخت د مختوا د مضمون په تړاويا د ژبې په تړاومنځ

ته راغلي دي. چې ددغه ليکوال نظرله قصور او ارامي نه خالي دي په دى اساس دتبصري ويش په لاندي بڼه عرضه کوو چې تر زيات حده په عامه توگه خپل منطق لري.تبصرى (نگارش) په عمومي توگه په دوو بڼو يعنى شکلو ويشلي شو:

۱: تبصره دمضمون له نظره په دوو ډولو ويشل کيږي:

الف: عمومي تبصره

ب: موضوعى تبصره

۲:تبصره دشکل يا بڼى په لحاظه په دريو ډولو ويشل شوي دي:

الف: اخباري تبصره

ب: تحليلى تبصره

ج:تبليغى ادبى تبصره

په عمومي تبصره کې معمولا داسي موضوعات مطرح شوي وي چې په علمى اونړيواله سطحه دژوندانه په عامو مسايلو لکه ، سياسى،اجتماعى، اقتصادى باندي ليکل کيږى دا ډول مسايل په يوه مشخص وخت کې پيښيږي داجتماعى مسايلو په اړه عنعنوي کاليزي له دي جملى څخه دي په دا ډول تبصروکې ديوي معينى دوري دپيښو مسايل لکه يو کلن، پنځه کلن ،پنځوس کلن اوسل کلن او.......تر ارزيابې او تحليل لاندي نيول کيږي،دژوند دموثرو پديدو په حيث معرفي کيږي.

موضوعى تبصرى په عموم ډول پرته دوخت له قيد څخه دمشخصو مسايلو او ځانگړو موضوعاتو په اړه په هر اړخيزه توگه تحرير او خپريږي.

بهرني مسايل هم کيدى شي چې عومي وي او هم موضوعي،دساري په توگه

که ديوه هيواد دټولولاسته راوړنو په هکله ديوي معيني دورى په اړه وليکو نو دى ته عمومي تبصره وايې که ديوه هيواد دژوند په يوه ځانګړحالت په اړه وليکلو نوداموضوعى کيږي اوکه همدغه ځانګړي موضوع دڅو هيوادونو په اړه په مقايسوي ډول وليکلو نو بيا به هم موضوعي وي.

اخباري تبصرى چې کولى شو هغه دورځني موضوع په نوم هم ياده کړو، زياتره دنړيوالو اوګرمو ملي موصوعاتو باندي ليکل کيږي. دا ډول تبصرى د ورځنى ګرمو خبرونو په اتکا اوموثقو ارقامو اوحقايقو په اړه ليکل کيږي.دا ډول تبصرو موخه دادي چې لوستوونکى اومينوال دموضوع له سابقي او عمق سره اشنا کوي اوياهغه ته ذهنيت ورکړي تر څوخپل قضاوتونه د ژوند په جريان کې داسې لارى ته برابراو په غلطه لار لاړ نه شي. اخباري تبصري معمولاً په ورځپانو کې په مشخص ستون اوځانګړو ورځو کې خپريږى اوهمدارنګه په راډيو اوتلويزيون کې دهغي لپاره ځانګړي ورځ اوساعت ځانګړى کيږي.

دا ډول تبصري په ورځپاڼه کې عموماً له (۵۰) څخه تر(۶۰) خطو دستون خپريږى. ولي په هر حال دا چې دهغي حجم محدود دي په دي اساس ليکوال دزياتي عبارتونو اوموخو څخه دلېري کلمو داستعمال څخه ډډه کوى. دتبصرى دګټور توب لپاره تبصره کوونکى دتاپيو ګرافې اړخ په نظر کې نيسي. دا په دي معنى چي دعنوان غواروي کې دزيات دقت څخه کار اخلي د دويم عنوانونواو څنګيز يا نغلي عنوانو څخه زياتره ګټه احلي دتبصري دمتن ځينى برخى په غټو حروفو باندي سنګاروى. دهغى بيلګى اونيزي تبصري اود اونې سياسي تبصري هم دهمدوله جملي څخه دي، ولي يوازي يوسلسله توپيرونه په منځ کې شته. په دا ډول تبصره کې زياتره

هغه مطالب ځاي پر ځاي کيږي چې تبصري دليکلو تر وخته پوري دلوستو په نزد مهم وي. په اونيزو سياسی تبصروکې دمسايلو انکشافات په يوه وسيع پيمانهدنړيوال او ملي سياست په انعکاس کې خدمت کوي همدارنگه په دا ډول تبصرو کې ټول انکشافات درج کيږي چې د يوي اونې په اوږدو کې او يا له هغې څخه په زيات وخت کې دنظروړ موضوع کې را څرگند شوي وې.

دتحليلې تبصروپه اړه بايد ووايو چې ددا ډول تبصرو مختوا علمي وې اود جدي علمې مسايئلو په اړه ليکل کيږي .

په دا ډول تبصرو کې تحقيق او څيړنه د نظر وړ حقايقو په مواردو کې زياتره سرته رسيږي.

ادبې تبليغي تبصري زياتره د فرهنگې،هنري او ادبې موضوعاتو په اړه ليکل کيږي.

په دا ډول تبصرو کې هم تحليل موجود وي اما دهغې دليکلوطريقه زياتره ادبې وي او په هغې کې په ادبې سينگار ليکنې تر نورو زياتې په کار وړل کيږي.

يو تعداد ليکوالان ديو بل ډول نوم هم اخلې دمينوالو د اطلاع په مقصد د هغی لورد يوه ليکنه دلته ليکو.

د تبصری يو ډول يې(عينې ليکنې)په نوم درج کړي دې، دا تبصره د متقابل استدلال پوری اړونده ليکنې پهاړه ليکل کيږي چې ديوه هيواد دمخالفانواويا يوگروپ له خوا خپريږي.

ددا ډول تبصري ليکوال په زيات گمان د مخالفانو خطاگانې او اضافی ويل ذکرکوي او په منطقي ډول دهغی په ځواب باندی پيل کوي همدا ډول د ((د قلمي مشاجری)) په نوم تبصره چې د مخالفانو ددښمنا ته نظر يو په اړه ليکل کيږي، دا

ډول تبصره کې ډير قوي بحث او استدلال منځته راځي ترڅو مطلوبه موخه يعنې هدف لاسته راشي.

په دا ډول تبصره کې طنزی ژوندی په زړه پوري فقري دلويانو خبري، مثالونه اود هغې نورزيات مؤثرکيدو په مقصد پکار وړل کيږي، ددا ډول تبصري دليکلوڅخه د ليکوال موخه دا دی چېدښمنانود ويانديانو دويناووتناقض بی نظمي ،منطق او استدلال محکوم او رد کړي.

په همدي ډول نوري تبصري دتشريخې تبصروپه نوم وجود لری چې دهغې مختوا زمورډنړيوالو او ملې دوستانو دمثبتی لاسته راوړنې تشکيلوي.

دلته چې موږ دتبصرودمرفي کولوڅخه فارع شو دادي په دي برخه کې په دي باندي بحث کوو چې ايا خپلي تبصري دډلييزه وسايئلو لپاره دځانګړي پلان له مخي وليکو او يا د(ازاديکښتي)په شان اويا داچې (هرڅه راغله ښه راغله)يا په دي کې هرچې (پيش امد خوش امد) دنوموړي پوښتني په ځواب کې دوه ځوابه وجود لري. لومړی دعلمي پرسيپونوپه اساس چې هيڅ يو کار پرته له يو پلان څخه بايد صورت ونه مومې نو په دي اساس د تبصريدخپريدو اوليکلو لپاره دپلان طرح بنستيزه دي، د پلان څو مياشتي مخکې طرحه ديوي موضوعدليکلولپاره بې فائدی دي، دا ځکه چې دتبصري ټول موضوعات د ورځني تازه موضوعاتو په قطاريا ګروپ کې راځي اود سرعت ايجاب کوي.

ولي داسي مسائل شته چې کيداي شې هغه په يوځنډن پلان سره وليکو او خپاره يې کړو.په دی صورت کې خپل پلان کولي شوچې اونيز،مياشتني اوختا کلنی ترتيب کړو.دا ډول پلانونه معمولً دثابتومطالبو دليکلو لپاره دورځنيو پيښيو،کليزو او هغې

ته ورته مسايئلو لپاره طرح او تطبيق کيږي.دا ډول پلانونه يقيناً دمسوولو مديرانو او دورځپاڼو دکارکوونکو او نورو ډلييزو وسايئلو کاراسانوي.دپورتني پوښتنې په برابرکې بل ځواب دا دي چې دځينې ورځنيومهمو مسايئلو په هکله،ځينو غيرضروري چې ناڅاپي ډول پښيږي هم ناممکن دی اوهم غيرضروري نوپه دي اساس دتبصري دليکلولپاره هم پلان پکاردي اوهم ندي اودا مسله دموضوع کيفيت او حصوصيت تعنيوي.

مخکې له دي چې يوتعداد زرين دساتيرمودتبصري دليکلو په هکله وړاندي کړی وي، بايد په دي وپوهيږو چې زياتره په کومو موضوعاتو باندي بايد تبصره وليکل شي.

لومړی: خپله تبصره دحقايقو په اړه ليکو چې مخکې يې دمينوالو دپاملرنې په مرکزيت کې راغلي وي.

دويم:دهغو حقايقو په اړه تبصره ليکو چې دځينو دلايلو پربناْ بايد دخلکو د پاملرنې وړوگرځې .

دريم:په زيات تعداد ليکوالان دهغو موضوعاتو په اړه تبصره ليکې چې ظاهراً مهمه په نظر کې نه راځې، ولې کله چې ليکوال په خپل عالي منطق اواستدلال هغه يې وليکله اود هغې په هکله دي توضيحې شرح وړاندي کړي دهغې اهميت را بربنډيږي او دهغې پر ارزښت او ثمر باندې اعتراف کوي مخکې له دي چې دزرينودساتيرو په مرفې باندي پيل وکړو بايدوپوښتوچې تبصره يوشخص څنگه بايد وليکې؟

دادي پوښتنې په ځواب کې باید ووایوچې دتبصرې دلیکلولپاره کوم ځانګړی دستور عمل وجودنه لري ولی دنوموړی ژانر دځینومخکښاتو په تجربومتکی کولی شوچې په ځینوبنستېونوته لاس رسی پیداکړودتبصرې دلیکلوتر وختنه له هغی څخه ګټه واخیستل شی نوموړی بنستونه په لومړی فصل کی مرفی شوی دی(۸۹:٦).

د تبصرې د لیکلوپه اړه طلایی دساتیر

کله چې دتبصرې لیکوال دښمنانه مطالب تربررسی اوغور لاندی نیسی نوباید چې ډیر محطاط وی ترڅو موضوع په بیهوده ددښمن په ګټه طرح نکړي او کله چې شرخ خپروي دغه امر کې دقت ونه شي دښمن له سره بیا دلیکوال فکر په خپله ګټه شرخه اوخپروی.

دتبصرې لیکوال بایدپه دی باندې وپوهیږی چې دهغه دلیکنې مینوال عینا هغه پوهه او سویه نه لري.

شاید عین مطلب او ورته نور مطالب یی مخکی خپاره کړی وی. ولی مینوالوهغی ته لاس رسی نوی پیداکړی نوپه دی اساس هغه حقیقت چې دده دتبصرې دلیکلو باعث ګرځی په وضاخت اوساده ګی سره دشرخ کړی.دتبصیرې لیکوال بایدوپوهیږی چې امکان لري. چې دهغه نظریې دخلکودافکارواو نظریوبرخه وی اویا یوتعداردهغه په مقابل کی تبعیض ولری اودهغه لیکنه خوښه نکړی په هرحال هغه باید تبصیره په داسی بڼه ولیکی چې ډیرکم سوءتفاهم اوغلطی دهغه په لیکلوکی پیدانشی.

دغه مسله سالمې پکاروړنیاو منطقاو استدلال سادرولی او روانی لیکلوکې ایجابوي

- تبصیره باید دفکردتوضیح اوتشریح په معنا وی. ولی دامسله ددی معنانلری چی لیکوال ټول افکار او فکرونو په تفصیل سره وړاندی کړی برعکس دتبصری لیکوال موضوع په داسی بڼه لیکی چی دنوروددافکارودراجلبولو باعث شی اودنوروسره مرسته وکړی چی پخپله دموضوع په اړه فکروکړی.
- دتبصری په لیکلوکی دا اراده نوی چی مینوالوته سبق وکړشی.
- هیڅ یو لیکوال به داسی ادعا به ونه شی کړلی چی په تبصره کی دلیکوال نظراوعقاید په تاییدی په مناسب استدلال اوتحلیل سره په هراړخیزه توګه مستند شی. څرنکه چی په تبصرو کی فکراو روزنی قوانین مصارخ بحث دی نو په دی اساس لیکوال له هماغه خپل عنوان څخه باید دلوستونکی پاملرنه راجلب کړی ترڅولوستونکی روحاقانع شی اولیکنه په علامندی سره ولولی. هیڅکله هم باید کوښښ ونه شی چی خپلی تبصری په مغلق بڼه په عالی سویه روښنفکرانه ولیکو تبصری سربیره په درستو منطقو داسی باید عیاری شی چی درست فکراو پایله له هغی څخه لاسته راشی.
- دیوه تبصری لیکونکی بریا دهغه په هراړخیزه پوهه په سلیم استدلال او منطق او قدرت پوری اړه لری، دلیکوال پوهه داجتماعی سوابقوفطرت ارزوګانو اودلوستونکی موخې په دغی بریا کی مهم رول لری دلیکوال ددغه خصلت په لرلوسره په ساده ګی اوضاحت سره لوستونکی دخپلی لیکنی خواته راکاږی دلته بده نده چی دامریکایی لیکوال (ارنست همنګوی)څخه نقل قول وکړو چی ویل به یی ((لیکوال باید چی ساده اواسانه لیکل او ددرستو جملو جوړونه زده کړی اودا دهرچالپاره ښه ده))دپورتنیو ویلوپه هکله باید توضیح کړو که چیرته لوستونکی ونه

شی کړلی دیوه لیکوال دفکر جریان په تبصیره او یا نورو لیکنوکی تعقیب کړی د دی امر مسوول پخپله لیکوال دی نه لو ستونکی داځکه چی لیکوال په دی نه دی بريالې شوي چې د خپل فکر د بیان د افادې لپاره مناسبې جملې عبارتونه فقری او کليمې پکار یوسی. لیکوال نه شی کولی په هرحال کی خپله او خپل فکر په لوستونکي اوريدونکي او ليدونکي باندې تحميل کړي. هر کله چې ليکوال ونه شو کړلی چی دخپلولیکلو په وسیله خپل ځان دمینوالو په نزد کې تثبیت کړی نو نه شي کولې چې له لاسه ورکړي اعتبار بیرته لاس ته راوړي په نتیجه کی باید ووایو چی وړاندی شوی مطالب په دغی لیکنه کی دیو تعداد پوهانو دفکری ځاځکو او دلیکوال دعملی اونظری څو کلنو تجربو پایله ده نوموړی مطالب په هیڅ وجه داساسی فرمولونو په حیث نه دی ورکړل شوی لکه څنګه چی پوهان په دی باندی معتقد دی چی لیکوالی په ذوق پوری اړه لری په هرحال دغه بنسټونه زما په نظر دمطالعې وړدی اوکیدای شی چی یو تعدادیی دارزښت او پیروی وړهم وی نو په دی اساس که یو څه مطالب پر هغی باندی ورزیات شی او یا هغه مطلب دځینو فکرونو په تعقیب په فقرو او جملو کی مو جود وی نو په پراخه او ورین تندی منل کیږی.

<u>يادښت</u>: د کلام د اوږدوالی د مخینوی په مقصد دخپل هیواد په مطبوعاتوکی دتبصری په اړه بهترین عنوانونه او سر چینی او بیلګی معرفی کوو ترڅو دمینوالو داحساس په صورت کی هغی ته مراجعه وکړی.

د يوې ځانګې انتقادي جاج اخيستلو ته تبصره وايي. د اکسفورډ د ډکشنري له نظره:

Review is a published account or critcism of book, etc periodical publication with articles on current events, new books, arts, etc.

د اردو ژبې له مخې: د بيا كتنې (ريويو) مطلب دوه ځلې جاج، تبصره بيا كتنه، له سره مطالعه لكه د ازموينې لپاره له نظر، نيوكى، نقد سره د يوه چاپ شوي انتقاد جاج، د ځينو داسې رسالو نوم، چې په هغو كې پر نويو پېښو يا چاپ شويو كتابونو تبصرې شوي وي. افغانستان كې كله تبصره كړه شوې هغه وليكه. د چاپي ژورنالېزم په پيل كې خبر او تبصره دواړه سره ګډ وو. ځيني وختونه په منځ كې او دهغه په پيل او پاى كې تبصره وي.

د برېښنايي ژورنالېزم تاريخ داسې ښايي، چې لومړنۍ راډيويي تبصره (كومنټري) د ۱۹۲۱م د جولاى په مياشت كې په امريكا كې خپره شوه. له هغې وروسته له برتيانيې څخه د بي بي سي له لارې راډيويي تبصرې ډېر شهرت وموند او ورو ورو د راډيو دغه ډول ابلاغ د ټولې نړۍ په راډيويي خبري پروګرامونو كې دود شو. د راډيويي تبصرو پرمهال د بېلا بېلو خبرونو غوښتنې په پام كې نيول كيږي. حقايق، عددونه او شميرې وړاندې كيږي حال دا چې په راډيويي تبصره كې د حقايقو جاج اخلي او په هغې تبصره كيږي.

په تبصره كې د تبصرې ليكوال فكر او نظر څرګنديږي. دارنګه كه د كوم پلان په پيل څه تبصره كيږي نو تبصره كوونكى خپل احساسات او كتنې هم په هغه تبصره كې شاملوي. ددغه ډول تبصرې پرمهال اوريدونكي داسې محسوسوي لكه دى، چې هم هملته وي. ارشد علي، ژباړن امير جان واحيد احمدزى، ۱۳۸۷، دانش خپروندويه ټولنه. راډيويي تبصرې په عامه توګه په دوه ډوله دي: لومړى يې خبري او دوهمه يې روانه تبصره (۷:۶۱).

په خبرونو تبصره

د تبصرې د تیارولو زیات پړاونه په جنرل نیوز روم کې ترسره کیږي. نیوزروم ته راغلو مهمو نړیوالو او مهمو خبرونو څخه یو څو تبصرې غوره کیږي. د روانو چارو نیوز ایډیټر د اړوندو خبرونو تر انتخاب وروسته دتبصرې لیکلو لپاره له کوم تکړه تبصره لیکوال سره اړیکه ټینګوي. د تبصرې تر لیکلو وروسته هغه د تبصرې ایډیټر په غږ کې ثبتوي او بیایې خپروي. د تبصرې د متن لیکلو پروخت لاندیینو خبروته پام پکار دی:

1. د تبصرې ژبه ساده، روانه، اسانه او ژورنالیستیکه پکار ده. په تبصره کې د عامه پوهاوي وړ کلیمې استعالیږي.
2. په تبصره کې د پیچلو کلمو له راوړلو ډډه کیږي.
3. مبصر باید بې پرې وي. که چېرته تر بحث لاندې موضوع مهمه وه نو مبصر طرفدار یا پلوی کیدلی هم شي لیکن هغه به د پیښې دواړه خواوی وړاندې کوي.
4. په تبصره کې باید له احساساتي کیدو څخه ډډه وشي. یواځې د عقلي او منطقي دلائلو په وړاندې کولو سره پر حقایقو ټینګار کیږي.
5. عامیانه او سرسري ژبه نه کارول کیږي، بلکې علمي انداز خپلیږي.
6. تبصره له پیل څخه تر پایه پورې اړونده وي. نا اړونده تبصره د خپرو ورو خیالونو عکاسي کوي.
7. د تبصرې لیکنه باید د موضوع سره همغږې وي.
8. حقایق پکې روښانه وي.

9. موضوع په دلايلو روښانه کيږي له غير منطقي دلائلو څخه پرهېز کيږي. د تبصرې په پيل کې د اړونده خبر او دهغه د شاليد پېژندنه خامخا ورکول کيږي تر څو اوريدونکي پوه شي، چې د اړوندې تبصرې شاليد څه دی.

د تبصرې برخې

1. د موضوع پيژندنه
2. د موضوع لنډيز
3. انتقادي جاج
4. ښيگڼې او بدۍ
5. د تبصرې پای

د تبصرې په پيل کې د تبصرې د موضوع پيژندنه وي پيژندنه د تبصرې بنسټ وي او څومره، چې بنسټ ښه وي نو د تبصرې ودانۍ هغومره ښه لوړيږي. له پيژندنې وروسته د موضوع لنډيز بيانيږي څو تبصره اوريدونکي د تبصرې په تفصيل د پوهيدلو لپاره په ذهني توگه تيار وي. په اصل کې د پيژندنې او لنډيز تر اوريدو وروسته اوريدونکي د هغې تبصرې د اوريدو يا نه اوريدو پرېکړه کوي تر هغې وروسته د موضوع انتقادي جاج اخلي لکه د زلزلو ځپلو سره د مرستې لپاره په پاکستان کې د مرسته کوونکو کنفرانس جوړيږي نو پر هغه د تبصرې کولو په وخت دغو برخو ته پام کيږي:

- د مرسته کوونکو کنفرانس څه دی؟
- د هغه اړتيا ولې پېښه شوه؟
- د هغه گټې به څه وي؟

- د مرستندويانو د کنفرانس د بريالی کولو لپاره څه کيدلی شي؟
- د مرستندويانو په کنفرانس کې د کيدونکو ژمنو د پلی کولو لپاره پاکستان څه کوښښونه کولی شي؟
- د مرستندويانو په کنفرانس کې د ملګرو ملتونو د عمومي مشر بانکي مون

عکس 28https://charlielambert.wordpress.com/page/7/

ګډون د هغه کنفرانس په برياليتوب څه ډول ترسره کولی شي؟

د تبصرې موضوعات

د تصرې موضوعات د خبرونو په څېر پراخه دی. هسې خو هر خبر د تبصرې موضوع کېدی شي. د راډيو د تبصرې په موضوعاتو کې لوبې، ملي او موسمي پروګرامونه، په ملي کچه پروګرامونو ننداره، ملي کتابونه، کومه مهمه لاسته راوړنه، رسالې او جريدې، د راډيو او تلويزيون پروګرام، فلم، موسيقي، هنر، کلتور، نڅا، ډرامه او اړوند هر پروګرامونه شامل دي.

په روانو چارو د تبصرې پروګرام

د روانو چارو پروګرام د ورځې د مهمو خبرونو او نړيوالو پېښنو په اړه وي. راډيو ژورنالېستان هغه ليکي. په دې تبصره کې هغه پوښتنې وي چې بېلا بيلو خبرونو په اوريدو سره د اوريدونکي په ذهن کې پيدا کيږي. ځينې پوښتنې بې ځوابه پاتې کيږي او د ځينو پوښتنو ځواب اوريدونکو ته ورکول کيږي. د روانو چارو پروګرام بايد د مهمو پېښنو په اړه برابر شي. ډيری اوريدنکي د روانو چارو پروګرام خوښوي.

په سپورټ تبصره

د لوبو پر پروګرام دوه ډوله تبصره خپريږي. يوه روانه تبصره وي، چې د ملي يا نړيوالو سياليو پروخت نېغ په نيغه خپريږي. دوهم ډول تبصره هر ماښام خپريږي. په هغې کې په هر ډول نړيوالو سياليو تبصره کيږي. د سپورټ مينوال او لوبغاړي هغه په ډېره مينه اوري. (٦٧:٨)

لنډيز

د روانو چارو د پروګرامونو موخه له نويو سياسي ، فرهنګي او اقتصادي چارو څخه ، د خلکو خبروی دی . په راډيو کې د روانو چارو ځانګه تر خبرونو وروسته دويمه لويه ځانګه ده . دا ځانګه په ملي او نړيوالو چارو کې تبصرې تياروي ، پر لوبو تبصرې ،

د ورځپاڼو په سرليکونو تبصرې ، د ولسي جرگې او ولايتي شورا او د مشرانو جرگې کړنې او د ملي او نړيوالو شخصيتونو مرکې هم په دغه څانگه کې تياريږي . د تبصرې د تيارولو زيات پراونه د عمومي خبرونو په خونه کې تر سره کېږي ، عمومي خبري خونې ته د مهمو نړيوالو خبرونو څخه يو څو تبصرې غوره کېږي.
راډيويي تبصره د ارشد علي له نظره په دوه ډوله دی : لومړی يې خبري او دويمه يې روانه تبصره ، د تبصرې ژبه بايد ساده وي ، روانه ، اسانه او ژورناليستيکه وي ، په تبصره کې د عامه پوهاوي وړ کلمې پکار وړل کېږي ، په تبصره کې پيچلي کلمې نه پکاريږي ، مبصر بايد بې پرې وي او که چيرته د بحث وړ موضوع مهمه وي نو مبصر طرفدار يا پلوي کيدلی شي ليکن هغه به د پېښې دواړه خواوې وړاندې کوي.
د احساساتي کيدو څخه ډډه وشي ، د عقلي او منطقي دلايلو په وړاندې کولو سره پر حقايقو ټينگار کيږي ، عاميانه او سرسري ژبه نه کارول کېږي ، بلکې عملي اندازه خپليږي ، تبصره له پل څخه تر پايه پورې اړونده وي ، نااړونده تبصره د خپرو ورو خيالونو عکاسي کوي ، ليکنه يې بايد د موضوع سره همغږې وي ، حقايق پکې روښانه وي ، او موضوع په دلايلو روښانه کيږي له غير منطقي دلايلو څخه پرهيز کيږي د تبصرې په پيل کې د اړونده خبر او دهغه د شاليد پېژندنه خامخا ورکول کېږي تر څو اورېدونکی پوه شي چې د اړونده تبصرې شاليد څه شی دی.

تمريني پوښتنې

۱- د ښې تبصرې او ښه مبصر ځانگړنې څه دي؟
۲- تبصره له خبره، مخکې ده؛ که خبر له تبصرې؟
۳- په تبصره کې د خپل فکر او درک بيان او شننې د کومو معيارونو په رڼا کې کېږي؟

مأخذونه

۱ـآهنگ، محمد کاظم .(۱۳۷۷). اساسهای نگارش، مرکز نشراتی اسلامي صبورگل حاجی پلازا، پیښور.

۲ـآهنگ، محمد کاظم .(۱۳۷۷). اساسهای نگارش، مرکز نشراتی اسلامي صبورگل حاجی پلازا، پیښور.

۳ـ احمدزی، امیرجان وحید. (۱۳۸۹). کالم، فیچر او تبصره. دانش خپرندویه ټوانه، پښور.

۴ـ ارشد علی. ژباړن، احمدزی، امیرجان وحید. (۱۳۸۷). راډیو ژورنالیزم. خپرندویه ټولنې تخنیکي څانګه پیښور.

۵ـ ستانکزی، محمدعیسی. (۱۳۸٦). راډیويي پروګرامونه. دانش خپرندویه ټولنه ، پښور.

٦ـ د افغانستان د خلکو په سترو رنځونو باندې یو کال بل هم تیر شو. (۱۳۴۷). پرچم جریده، دویمه ګڼه، کابل.

۷ـ واله، عبدالحق. (۱۳۴٦). راډیو ټلویزیون. دولتي مطبعه نمبر مسلسل (۴۱) کابل.

نهم فصل
رپوټ څنګه لیکل کیږي؟

سریزه

د هر رپوټ پیل له افتتاحیې څخه کیږي. دا د لوستونکي د ورماتولو له پاره دي، چې د لوستونکي، اوربدونکي او لیدونکي پام رپوټ ته واړوي. دوه ډوله تر سرټکي ته: کلک سرټکی خبر څه دی؟ پوښتنې ته ځواب وایي. دغه دواړه سر ټکي د خبري رپوټونو له پاره کارول کیدای شي.

کلک سر ټکی ښایي په لاندې ډول وي : د باغیانو پخوانی مشر ملا فضل الله په سلو کې اتیا نه ډیرو رایو ګټلو سره د لومړي وزیر په توګه وټاکل شو ، دا د ۱۳۹۴ کال څخه راپدېخوا لومړی دیموکراتیک انتخابات دي.

ټول رپوټونه د انسان د ملا د تیر په شان سره ورته جوړښتونه لري یا هم لږ تر لږه هماغه شان باید وي له جوړښت نه پرته رپوټونه په حقیقت کې سره یو ځای شوي واقعیتونه دي . د دې له پاره ، چې رپوټ له مفهوم څخه ډک وي ، جوړښت یې ډیر ارزښتناک او مهم دی ، خو ټول رپوټونه باید سره ورته جوړښت ونه لري .

ښه لیکوال د رپوټ له پاره تر ټولو ښه جوړښت غوره کوي . د سمو ټکو ټاکل له څو عاملونو سره تړلي دي . په دې کې د رپوټ ارزښت ، وخت او نشر یې د خبري اداري ډول راځي . مزي لرونکي خدمتونه پر لیکه خبري سایټونه او راډیویي خبرونه ، چې په چټکه توګه کار کوي ، تر ډېره له کتلو سر ټکو نه کار اخلي . او اونیزه پروګرامونه او مجلې له نرمو سر ټکو څخه کار اخلي د نرمو سر ټکو تر ټول معمولي ښه یا کیسه یي سر ټکي وایي، چې د لومړي وزیر رپوټ ته ورته دی . په دې

(Anecdota)فصل کې لاندې توکو ته ځای ورکړل شوی دی : رپوټ څنګه ليکل کيږي ؟ ، يو ښه رپوټ لنډ روښانه او کره وي ، سر ټکي د رپوټ جوړښت ، سرچپه هرم و شګلنه ګړي، د الماس بڼه، پايله ، نسبت ورکول ، نقل قول يا لنډې څرګندونې ، شمېرې ، د رپوټ تصحيح ، روغتيا علم او چاپيريال ، پوليس او محکمه ، سپورت ، د راډيو يا تلويزيون رپوټ ليکنه ، راډيويي رپوټ ، نيوز ريل ، غبر ، راډيويي او تلويزيوني خبرونه ، انلاين يا پر ليکه خپرونه ، د انلاين يا کيسو بڼې او ډولونه ، انلاين ليکنه ، او نورو ته ځای ورکړل شوی او په مفصل ډول هر عنوان توضيح شوی دی.

ښه رپوټ ليکل لنډ، روښانه، سم او کره وي. دا خبره ساده ښکاري، خو په حقيقت کې ننګونکې ده. لکه څرنګه، چې مو وړاندې ورته اشاره وکړه خبريال غواړي هر هغه څه، چې په اړه يې پوه شوی په خپل رپوټ کې شامل کړي خو په موضوع پورې د ټولو رپوټونو وړانديز هغه کاروونکو ته کيږي، چې بوخت وي. هغه خبري ادارې، چې دې ډول رپوټونو ته ځای ورکوي ښايي، چې د خبرونو بشپړولو لپاره کافي وخت هم ونه لري.

په عمومي توګه ويل کيږي، چې رپوټونه د ليکلو رپوټونو په پرتله د لنډو جملو او پرګرافونو لرونکي وي. هر پرګراف د يوې اصلي موضوع ياMain Ideal لرونکي وي. يو نوی پرګراف هغه وخت پيل کيږي، چې يوه نوې نظريه، جوړښت يا نوی ترتيب معرفي کړي.

هغه خبريالان، چې ساده او مستقيمه ژبه کاروي په اسانۍ پوهيدل کيږي او تر ډېره د صفتونو او قيدونو پرځای نومونه او فعلونه کاروي. کره خبري رپوټونه بې معنا

او تکراري نه وي، څکه هره کلمه يې حسابيږي. لکه څرنگه، چې ښاغلی (A.B White) په خپل کلاسيک کتاب (د يوه کتاب اجزاوې) کې اشاره کوي د يوې ساده ليکنې لپاره اساسي قاعده د غير ضروري کلمو غورځول دي.

خبريالان ددې لپاره، چې ډاډه شي هغه کلمې، چې دوی کاروي واقعاً هغه مفهوم، چې دوی يې فکر کوي، ورکوي اوکه نه؟ له قاموسونو او کتابونو کار اخلي. څکه هغوی رپوټونه د عامو اوريدونکو لپاره ليکي. خبريالان هڅه کوي، چې د مسلکي اصطلاحاتو او هغو کلمو له کارلو، چې د عامو خلکو لپاره نااشنا وي، ډډه وکړي.

ديوه روغتون وياند يو ناروغ هغسې، چې وي تشريح کوي.

یو ښه رپوټ لنډ، روښانه او کره وي

د یوه داخلي ټپ او زیان لپاره laceration and contusion باید یو خبریال ساده کلمې وکاروي. که چیرې یوه تخنیکي کلمه د یوه سم مفهوم د وړاندې کولو لپاره کارول کیږي، ښه داده، چې تعریف هم ورسره وي. د بېلګې په توګه د نړیوالې انرژۍ په اړه یوه رپوټ کې د ډېرو د سکرو او نفتو په اړه باید یو لنډ لست ورکړل شي، چې په دغو موادو کې کوم څه راځي، تېل، ګاز او داسې نور. خبریالان باید د یوې ناوړه کلمې په ځای یوه روښانه کلمه استعمال کړي، چې اوریدونې مغشوش نه کړي.

http://thecontextuallife.com/tag/interviews/page/2/ 29 عکس

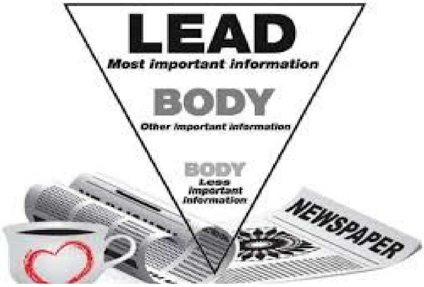
که چیرې د ښار شورا د مړو د ښخولو په چاره کې د اسانتیاوو د رامنځ ته کیدو په پلوۍ رایه ورکړه، نو په راډیو یا ورځپاڼه کې باید خلکو ته وویل شي، چې ښاریان په ښار کې دیوې نوې هدیرې د جوړولو پلان لري.

په رپوټ لیکلو کې یوه مهمه موضوع داده، چې اوریدونکو ته د پېښې په اړه وغږیږو. ښه داده، چې ورته ووایو څه پېښ شول. د بېلګې په توګه ددې پرځای، چې د ویر په مراسمو کې د یوې کورنۍ د ګډون په اړه ووایو د ویر مراسم داسې انځور کړو، چې څه ډول خلکو یو بل په غېږ کې نیول او ژړا یې کوله یا دا چې اوریدونکو ته

ددې پرځای، چې ووايو، چې هغه جګه ونه لري، ووايو هغه له ور يا دروازې ته د ننوتو لپاره ټيټ شو. د يوه کره رپوټ ليکل ډېر مهم دي. ګرامر، ليکدود، املا، نيټه، پته، ارقام، اونور جزيئات مهم دي. په غلطه ديوه کس د نوم يا عمر يا پتې اخيستل تېروتنه ده، چې کولی شي د خبريال اعتبار راټيټ کړي. يوه کره رپوټ يوه کيسه بيانوي، نه يو لوری او نه بل لوری. دا په دې معنی، چې د يو خبر هرڅه د سرليک په اړه وي، بلکې ددې معنا داده، چې يو خبريال بايد هغه مهم معلومات، چې کولی شي رپوټ تحريف کړي، پرېږدي. د بېلګې په توګه د خولې د سرطان د کشف په اړه د يوې ازموينې ليکل بيانوي، چې پخوانۍ ازموينې د اعتبار وړ نه دي. که نوې ازموينې چټکې وي بايد خبريال يې په اړه ووايي (د خبر د کره توب په اړه به په ځلورم څپرکي کې وغږيږو).

سرټکي Lead

د هر رپوټ پيل lead بلل کيږي. دا دلوستونکي د ورماتولو لپاره دی، چې د لوستونکي، اوريدونکي او ليدونکي پام رپوټ ته واړوي. دوه ډوله سرټکي شته: کلک سرټکي او نرم سرټکي. يو کلک سرټکی د رپوټ بنسټيز واقعيتونه خلاصه کوي، حال دا چې نرم سرټکي ظاهري بڼه تنظيموي يا هم ځانګړتياوی بيانوي.



http://thecontextuallife.com/tag/interviews/page/2/ 30عکس

بله طریقه، چې د کلکو او نرمو سرټکو ترمنځ توپیر روښانوي داده، چې کلک سرټکي د خبر څه دي؟ پوښتنې ته ځواب وايي. دغه دواړه سرټکي د خبري رپوټونو لپاره کارول کیدای شي. کلک سرټکي ښايي په لاندې ډول وي: د یاغیانو پخوانی مشر شاه جهان په سلو کې له اتیا نه ډېرو رایو په ګټلو سره د لومړي وزیر په توګه وټاکل شو، دا د ۱۳۹۱ کال راهیسي لومړنی دموکراتیک انتخابات دي.

خو نرم سرټکي ښايي، چې داسې وي:

شاه جهان په یونګ ټاون کې لوی شوی او له هماغه کوچنیوالي نه یې ستر ستر خوبونه لیدل. له خپل عمر نه یې غټې غټې خبرې کولې، د ښونځي هلکانو هغه پیاوړی بللو. کله، چې یوه ورځ هغه خپل ښوونکي ته وویل، چې یوه ورځ به لومړی وزیر شي هغه ورباندې وخندل.

http://www.melbournedailystar.com/tag/obama/31 عکس

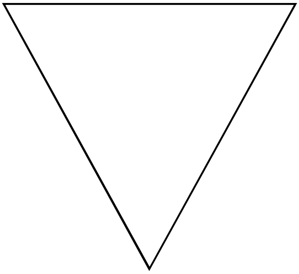
اوس هیڅوک ورباندې نه خاندي هغه تېره ورځ د ۸۰ په سلو کې رایو په ګټلو وټاکل شو. له ۱۳۹۱ کال راهیسي د لومړي ځل لپاره په دموکراتیکه توګه مشر وټاکل شو. لکه څرنګه، چې لیدل کیږي کلک سرټکي د نرمو سرټکو په پرتله لنډ دي. په دې

دواړو سرټکو کې هره جمله درپوټ یوه مهمه موضوع څرنګدونې او دواړه ډوله سرټکي د یوه رپوټ با ارزښته توکي بلل کیږي.
د سمو سرټکو ټاکل له څو عاملونو سره تړلي دي، چې په دې کې د رپوټ ارزښت، وخت او نشریې د خبري ادراې ډول راځي. مزي لرونکي خدمتونه، پر لیکه online خبري سایټونه او راډیویي خبرونه، چې په چټکه توګه کار کوي، تر ډېره له کلکو سرټکو نه کار اخلي. اوونیز پروګرامونه یا مجلې له نرمو سرټکو کار اخلي. نرمو سرټکو تر ټولو معمولي بڼه (anecdotal) یا کیسه یي سرټکي دي، چې د لومړي وزیر رپوټ ته ورته دي. یو (anecdotal) د یوې لنډې کیسې په توګه پیژندل کیږي کله، چې د یوه سرټکي په توګه کارول کیږي یو غټ رپوټ تشریح کوي. ځیني وخت یو نقل قول یا یو سوال د یوه رپوټ د پیل لپاره ترټولو غوره دی. دغه ټول سرټکي د وروسته پاتې سرټکو په نامه یادیږي، ځکه لوستونکي د څو جملو په لوستلو انتظار باسي، چې رپوټ د څه په اړه دی؟(۱:۲۴).

د رپوټ جوړښت

ټول رپوټونه د انسان د ملاتیر په څیر سره ورته جوړښتونه لري یا لږ تر لږه هماغه شان باید وي له جوړښت نه پرته رپوټونه په حقیقت کې سره یو ځای شوي واقعیتونه دي. ددې لپاره، چې یو رپوټ له مفهومه ډک وي، جوړښت یې ډېر ارزښتناک او مهم دی، خو ټول رپوټونه باید سره ورته جوړښت ونه لري. ښه لیکوالان د رپوټ لپاره ترټولو ښه جوړښت انتخابوي.

سرچپه هرم Inverted Pyramid



ډېر شمېر خبري رپوټونه په مهمو معلوماتو پیلیږي. د دویزه رپوټونو جوړښت کیسه له شاه وخوا ۱۰۰ کلونو وړاندې پیل شوی ده. د معکوس هرم په بڼه د رپوټ مهم معلومات په لومړي سر کېراځي او وروسته بیا نور معلومات د هغې د ارزښت په پام کې نیولو سره په رپوټ کې ځای په ځایېږي. دا بڼه د مهمو خبرونو لپاره، چې وخت هم پکې مهم وي گټوره ده.

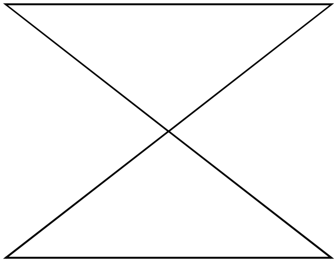
کله، چې تاسو لومړنی کس وئ،چې د یوې پېښې په اړه معلومات ورکړئ نو تاسو به وغواړئ هغې موضوع ته، چې پېښه شوی ده د رپوټ په لومړي سر کې ځای ورکړئ. د بېلگې په توگه د یوه ستر طوفان په اړه رپوټ به دهغې له زیانونو او پراخو ویجاړیو پیل شي.

د معکوس هرم په جوړښت کې هغه معلومات، چې له دې سرټکي وروسته راځي موضوع ته پراختیا ورکوي. د طوفان د رپوټ په برخه کې لیکوال د زیانونو یو بد انځور وړاندې کوي. وروسته هغه کسان، چې ژوندي پاتې دي را اخلي او بیا وروسته د بیړنیو مرستو ډلې هم پکې شاملوي.

مرستندویه پروگرامونه اصلي متن پیاوړی کوي. جزیئات وړاندې کوي او د طوفان په اړه پخوانۍ پېښې او معلومات هم ورسره یو ځای کوي په اوږدو رپوټونو کې خبریالان دویم لاس معلومات هم شاملوي، چې په لومړي متن پوري تړاو لري خو نیغ به نیغه ورسره نسبت نه لري. د بېلگې په توگه د طوفان په رپوټ کې له پېښې

د ژونديو پاتې شوو کسانو د اړتياوو او نړيوالو مرستندويانو اوږد مهاله مرستې د ثانوي معلوماتو په لمن کې رانغښتل کيږي. ددغه جوړښت بڼه والى په دې کې دې، چې اډيټر کولى شي د رپوټ وروستۍ برخه پرته له دې، چې اصلي معلومات له منځته ولاړ شي له رپوټ نه لرې کړي.

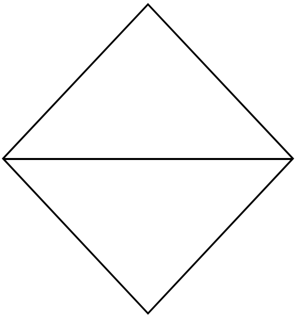
شگلنه گړۍ Hourglass



د معکوس هرم بدل شوى جوړښت بڼې ته شگلنه گړۍ وايي دا هم په ورته بڼه پيليږي يعني داچې رپوټ په اصلي معلوماتو پيليږي خو بيا وروسته ورو ورو د کيسې بڼه خپلوي. معمولاً پېښې په زماني ترتيب ويل کيږي.

د پراخ طوفان په رپوټ کې خبريال خپل رپوټ په سرټکي پيلوي بيا وروسته څو پروگرامونه ورزياتوياو وروسته د طوفان کيسه د يو عيني شاهد له خولې بيانوي. کيداى شي خبريال د بزگر احمد خان له قولهووايي، چې نوموړى وايي دى په کرونده کې ؤ، چې باد پيل شو: او په دې توگه د شگلنې گړۍ دغه برخه هم بشپړه شي.

د الماس بڼه Diamond



د رپوټونو يو بل ډول د الماس جوړښت دی. خبريال رپوټ د يو چا له خولې د يوې کيسې په کولو پيلوي، چې وروسته بيا د رپوټ د ارزښت څرګنولو په موخه د هغې لمن پراخيږي او په پای کې خبريال د رپوټ د انفرادي کرکټرونو په کيسه د رپوټ لمن رانغاړي.

هغه خبريالان، چې له دې جوړښت نه کارا خلي ددې لپاره، چې وښيي رپوټ مهم دی د Nut Paragraph يا Nut graph له وسيلې نه کار اخلي. د nut يا زړي کلمه د رپوټ مرکزي برخه راجوتوي. د Portland Oregonian د ورځپاڼې مدير Jack Hart وايي نټ ګراف هغو پوښتنو ته وايي، چې په سرټکي کې مطرح کيږي ځواب وايي او دا روښانوي، چې رپوټ ولې مهم دی.
په خبري رپوټ کې د الماس بڼه په تلويزوني خبرونو او د ورځپاڼو په رپوټونو کې کارول کيږي. د سارې په توګه يو خبريال کيدای شي د ايدز ناروغۍ د درملنې رپوټ په يوه ناروغ، چې درملنې ته اړتيا لري پيل کړي وروسته بيا آزمايښتي درمل تشريح کړي يا دا، چې دغه درمل څه ډول کار کوي. پايله ناروغ ته د داکټر هغه يادابښت اخلي، چې پکې راغلي د درملنې د نه اغيز په صورت کې د ناروغ د ژوند پای ته لږې ورځې پاتې دي.

خو هره بڼه، چې خبريال د خپل رپوټ لپاره غوره کوي د رپوټ منځپانګه اوريدونکي د موضوع منځ ته بيايي او يو وخت يې ساتي. د مجلې يو اډيټر وايي ښه ليکنه لوستونکی هڅوي، چې ولټوي نور څه پيښيږي(۲۸:۱).

که چېرته تاسو په معمولي توګه د معکوس هرم نه کار اخلئ نو تمه به مو داوي، چې د رپوټ وروستۍ برخه مو اډيټور درته برابره کړي. ښه نظر دادی، چې تاسو د ليکنې په پيل کې د خپل رپوټ لپاره يوه پايله په نظر کې ولرئ دا دی ته ورته ده، چې تاسو د سفر په پيل کې د خپل هدف په اړه فکر کوئ. دا د وړاندې کولو له اړخه، په ځانګړې توګه د خپريدونکو خبرونو په برخه کې مهم بلل کيږي.

د چاپي يا online خبرونو په توپير خپريدونکو خبرونو کې اوريدونکي نه شي کولی په خبر کې نظم ته پام وکړي. ښېرنو ښودلې، چې لوستونکي او اوريدونکي غواړي هغه څه، چې په پای کې لولي په ياد ولري له همدې امله ډېر خپريدونکي رپوټونه په يوه لنډه خلاصه پای ته رسيږي او ټينګار يې د رپوټ په مهم ټکي وي. پايله تر ډېره افتتاحيه منعکسوي، چې په دې توګه پايله هم يوه مهم ځای يا مهم شخص ته ورګرځي په يوه کيسه کې د زماني تسلسل له پلوه داده، چې په پای کې څه پيښيږي.

که چېرته يو رپوټ د ستونزو په اړه وي ښايي، چې پايله يې حل لارې په ګوته کړي. پايله تر ډېره دراتلونکي په اړه وي، چې په راتلونکي کې څه پيښيږي او ښايي، چې يو رپوټ په يو لنډ بيان يا يوه پياوړي وړانديز پای ته ورسيږي که خبره تردې اوږده شي نو ښايي، چې د اوريدونکي د ناهيلۍ لامل وګرځي(۴۵:۲).

نسبت ورکول Attribution

د يوه خبري رپوټ او سرليکنې يا يوې نظريې ترمنځ مهم توپير په نسبت ورکولو کې دی پوښتنې ته ځواب ورکوي، چې څوک وايي؟ دا کار د معلوماتو هغه سرچينه، چې رپوټ ورځينی ورکول کيږي په گوته کوي په ځانگړې توگه کله، چې د کومو لانجمنو څرگندونو يا د پوښتنې وړ معلوماتو په اړه رپوټ ورکول کيږي. نسبت ورکول کېدی شي څرگند يا تلويمحي وي. لاندې په څرگنده توگه د نسبت ورکولو يو مثال ورکړل شوی دی.

يو سړی نيول شوی، چې په وژنې تورن دی. د پوليسو افسر عين الله کوهستاني وويل: يوه سړی په قتل تورن شو. په دواړو حالاتو کې اوريدونکی ويلی شي، چې د رپوټ سرچينه پوليس دی. په ډېرو خبرونو کې د نسبت ورکولو يو مهم لامل اوريدونکي ته ددې اجازه ورکول دي، چې پرېکړه وکړي ايا په خبر باندې باور وکړي يا نه؟

د بېلگې په توگه شمالي کوريا تصميم ونيو، چې خپل اټمي پروگرام وځنډوي. دا ښايي د ځينو اوريدونکو لخوا ډېر لږ د اعتبار وړ وي او دا په دې پورې اړه لري، چې چا ويلي دي. د نسبت ورکولو بل دليل د خبريال يا خبري ادارې پرځای، پر هغې سيمې يا کس، چې دا بيان يې ورکړي، د مسووليت اېښودل دي. دا له هغوی نه معافيت نه ردوي، ځکه ديوه هيواد حقوقي خونديتوب تر بل هيواد توپير لري؟ خو د خبريالۍ ښه بڼه داده، چې روښانه شي تورونه چا تړلي؟ يا دا چې چا يو ځانگړی دريځ خپل کړی دی؟

هغه معلومات، چې خبریال په نېغه لیدلی دي کولی شي د نسبت ورکولو پرته يې بیان کړي. څرګند واقعیتونه یا منل شوي واقعیتونه نسبت ورکولو ته اړتیا نه لري. د مثال په توګه خبریال کولی شي د نسبت ورکولو پرته ووایي، چې د فوټبال په لوبه کې کومه لوبډله ګټونکې شوه ځکه په وروستۍ پایله کې شک نه وي خود دې ویل، چې کوم کاندید په یوه سیاسي مشاجره کې ګټونکی شو، نسبت ورکولو ته اړتیا لري که نه نو داده، چې د واقعیت او نظریې ترمنځ مخطبان دوه زړي پاتې کېږي.

نقل قول یا لنډې څرګندونې Sound bits

خبري رپوټونه تر ډېره د خبریال په ټکو ویل کیږي، خو ترڅنګ يې په ډېرو رپوټونو کې د نورو کسانو خبرې او لنډې څرګندونې هم شاملې وي. کله، چې نقل قول په اغېزناکه توګه وکارول شي په نبغ ډول د بل چا د تجربې په شریکولو رپوټ پیاوړی کیږي. په رپوټ کې له یوه وړاندیز نه ګټه اخیستل کېدی شي اوریدونکي ته رپوټ په زړه پورې کړي ځکه دا وړاندیز له رپوټ سره شخصي اړیکه جوړوي.

د تعریف له مخې لازمه ده، چې نسبت ورکړل شي، چې اوریدونکي پوه شي چا دا خبره کړې ده. مستقیم نقل قول د هماغه ویونکي کلمات، لږ تر لږه دیوې جملې په اندازه اوړدوي. دا هغه مهال کارول کیږي، چې د ویونکي خبره د تکرارولو ارزښت ولري. قسمي نقل قول تر ډېره په چاپي رسنیو کې کارول کیږي. په دې ډول نقل قول کې د ویونکي یوه کلمه یا عبارت هغه مهال، چې دهغه بشپړه جمله ډېره اوږده یا سرخوږوونکې وي، کارول کیږي.

خو د خبریال مسوولیت دادی، چې د ویونکي د جملې اصلي مفهوم ورنه ګډ وډ نه شي. د بېلګې په توګه کله، چې د فرانسې ولسمشر ژاک شیراک خپلو هیوادوالو ته

په دغه هیواد کې له یوې اونۍ اړو دوړ وروسته وینا کوله وویل چې: که له تبعیض سره، چې د ټولنې لپاره د یوه زهر په څیر دی. مبارزه وکړو، مونږ په دوامداره توګه هیڅ شی هم نه شو جوړولی. کله مو، چې یو ښه نقل قول انتخاب کړ خپل رپوټ مو د هغې پر بنسټ جوړ کړی، خو د امریکا د NBC تلویزیوني شبکې خبریال باب داستون خبرداری ورکوي (لنډې څرګندونې د اغېزناکو رپوټونو په ځای مه کاروئ). هغه خبریالان، چې لنډې څرګندونې ځنګ تر ځنګ کتاروي تر ډېره د لتې لاره نیسي.(۴:۳)

شمیرې

د ژورنالېزم استاد یو وخت خپلو زده کوونکو ته تشریح کړه، چې نیک کسان هغه کسان دي، چې له حساب ورکولو نه وویریږي. د ډېرو خبریالانو ښايي حساب خوښ نه شي، خو هغوی اړتیا لري، چې پوه شي څنګه حساب ته اړتیا لري؟

شمیرې ممکن واقعي او د ډاډ وړ وي خو هغوی له تیروتنې خالي نه وي. خبریالان د شمیرلو وړتیا ته اړتیا لري، چې کولی شي د یوه بې معنا او مهم عدد ترمنځ توپیر وکړلی شي که نه نو ښايي رپوټ لیکل له ګواښ سره مخامخ کړي او په ښو یا بدو حالاتو کې له تېروتنې سره مخامخ شي. خبریالان حسابي پوهې ته اړتیا لري، که نه نو هغه شمیرې به، چې دوی یې په لټه کې دي دفهم وړ نه وي. د ژبې د مهارتونو په څیر خبریالان د ریاضي میخانیک ته اړتیا لري، چې د شمیرو تر شاه پرتو اطلاعاتو ته لاس رسی پیدا کړي. هغوی د ریاضیکي مفاهیمو پوهیدو ته اړتیا لري، چې وکولی شي د بانکدارۍ، کاروبار، اقتصادي خوړ او د کاروبار په بریالیتوب پوه شي.

ښه خبريالان شميرو ته ډېر پام کوي. هغوی د نا منلو شميرو د موندلو په برخه کې ګړندي دي او د حساب او احصايې د علم په برخه کې اساسي پوه لري. هغوی پوهيږي، چې فيصدي، نسبتونه او د شميرو ترمنځ نورې اړيکې ومومي. هغوی کولی شي او بايد هم وکولی شي شميرې په هغو اطلاعاتو کې، چې لوستونکي ورباندې په اسانی وپوهيږي تعبير کړي(۱۸۴:۴).

د رپوټ تصحيح

هغه خبريالان، چې د رپوټونو لپاره نه دي ګمارل شوي د نن ورځې خبري مجلې يا هم د سبا چاپيدونکو ورځپاڼو ته د رپوټ جوړولو لپاره خپلې نظريې د منظورۍ او تأييد لپاره له مدير سره شريکوي. اډيټر د پيښو لېست ته له سره کتنه کوي، چې کومې پېښې د ارزښت وړ دي او کومې يې په رپوټ ورکولو نه ارزي. کله، چې تصميم ونيول شو، نو د چاپ يا خپريدو لپاره رپوټونه په ترتيب سره برابريږي.

په دې پړاو کې ښايي تاسو فکر وکړئ، چې مديران به زنګ ووهي يا به هم استراحت کوي خو د خبر په خونه کې نيول شوي پرېکړه څه د کاڼي کرښه نه ده او په پلان کې د بدلون ډېر امکانات شته دي. کيدای شي داسې پيښه وشي، چې وړاندوينه يې نه کيده او يا هم داسې رپوټونه پرېښودل شي، چې تمه کيده په دې ډول پيښه نه شي.

ځيني نور رپوټونه نورو پلټنو ته اړتيا لري او نن به بشپړ نه شي. دا چې کوم مطالب نشر شي او کوم نه شي، او کوم وځنډول شي دا د خبري برخې مديرانو، اډيټرانو او پروډيسرانو کار دی. هغوی رپوټونه د ارزښت، علاقې، خبري پرمختيا ځای او وخت د ارزښت پر بنسټ ترتيبوي. خو د اډيټور دنده اوس پای ته نده رسيدلي. وړاندې له

دې، چې خبر چاپ شي يا هم د هوا څپو ته لاړ شي ايډيټر يوه بله مهمه دنده هم لري او هغه داده، چې ډاډ ترلاسه کړي هغه رپوټونه، چې عامو خلکو ته خپريږي ښه ليکل شوي، کره، بشپړ او مناسب دي.

ځيني خبري خونې له يوه څخه زيات اډيټران لري. يو کس نه شي کولی په يواځې ځان د يوې موسسې ټول خبري رپوټونه تنظيم کړي. په سترو خبري خونو کې بيلا بېل اډيټران، چې په پای کې د خبري برخو مسوول مشر، يا دخبرونو د ايډيټرانو مشر يا د خبري رپوټونو مشر ته رپوټ ورکوي، د اډيټر دنده له بيلا بيلو مهارتونو سره تړلې، چې د سواد لوړه کچه، همدارنگه د بدلون موندونکې اجندا تنظيم او تر فشار لاندې کار کول يې تر نورو مهم دي.

روغتيا، علم او چاپيريال

هغه مقالې، چې د روغتيا او يا چاپيريال په اړه ليکل کيږي د خلکو پر ژوندانه نيغې اغيزې لري، هغه خبريالان، چې د ايډيز د ناروغۍ په اړه ليکنه کوي پوهيږي، چې ددغې ناروغۍ په اړه لږ معلومات د هغې په څير وژونکي دي دهغوی مقالې کولی شي د خلکو د پوهې کچه لوړه کړي او يا هم هغوی په شک کې واچوي. هغه خبريالان، چې د علم او چاپيريال په برخه کې کار کوي کولی شي د هرڅه په اړه آن د مرغانو د والگي او پرانسانانو د هغې تر اغيزو پورې څه وليکي، خو د خبريال دنده داده، چې هغه واضح او روښانه کړي.

کله، چې خبريالان پر دغه شان مسئلو کار کوي بايد د پوهانو او طبي څيړنو له ژبې سره اشنا وي. د کانارين خبري اژانس خبريال دنيس بيوکرت وايي له دغه شان اصطلاحاتو مه ويريږئ خو هغوی په خپله مقاله کې کاروئ هم د علمي ليکوال او

هم د اقتصادي خبريالانو په څير د مغلقو اصطلاحاتو يو لست لري، چې دهغې په مرسته کولی شئ د خلکو لپاره عام فهمه مقالې وليکئ. هغه خبريالان، چې علمي موضوعاتو ته پوښښ ورکوي بايد د علمي لارو چارو، ابتدايي، رياضياتو او احصائيو باندې پوه وي او د څيړنو پايلې دوهم ځلي وارزوي. هغوی بايد په هر بدلون پسې ونه ګرځي او د هر خارق العاده علمي کشف په اړه له رپوټ ورکولو ډډه وکړي او ترڅنګ يې يواځې د هو يا نه ځواب د موندلو په لټه کې هم نه وي ځکه په دې صورت کې کيدای شي د هغوی مقالې کره وي، خو زړه راښکوونکې او تلوسه پيدا کوونکې نه وي.

هغه خبريالان، چې هڅه کوي د يوې پېښې ټولې خواوې رپوټ کړي، کله نا کله په علمي رپوټونو کې له ستونزو سره مخامخ کيږي. که چېرته په يوه علمي رپوټ کې ټولې علمي نظريې په برابره توګه مطرح کړو نو په لوی لاس به مو لوستونکي بې لارې کړي وي. د بېلګې په توګه د پوهانو غوڅ اکثريت په دې باور دی، چې سرب د ماشومانو د ذکاوت کچه راټيټوي يواځې لږ شمېر پوهان دې مسئلې ته د شک په سترګه ګوري. خبريالان کولی شي د وړو ليد لوري راواخلي خو داسې، چې يواځې په دې نظريه کې د نظرونو توپير په ګوته کړي. (صفحه ۵۳ ديوراپوتر ۲۰۰۶، واشنګټن دي سي د زادې ژورناليزم)

د مريلند په پوهنتون کې ورځپاڼه ليکونکی (کارول راجرز)، چې د علمي مسئلو د ليکلولو په اړه يې په يوه کتاب کې ددې برخې د خبريالانو لپاره دوه سپارښتنې کړې دي: لومړی دا چې پيژندنه ډېر ارزښت لري. ځيني وخت خبريالان له دغو کسانو، چې نقل قول کوي هغوی په سمه توګه نه معرفي کوي. مخاطبان حق لري، چې

پوه شي ولې له يوه ځانګړي شخص خبره رواړل شوې ده. د بېلګې په توګه يو خبريال د اقليمي بدلونونو د نړيوال کنفرانس په اړه د سپينې ماڼۍ د علومو او تکنالوژۍ له مشره نقل قول کوي خو يادونه يې نه کوي، چې هغه په دې برخه کې نوميالی پوه دی څکه نو ددې ډول معلوماتو وړاندې کول ددې لامل ګرځي، چې مخاطب وکولی شي په ښه توګه د نظرونو جاج واخلي.

راجرز دوهمه خبره دا کوي، چې مخاطبان د هغه موضوع په اړه، چې خبريال يې په اړه رپوټ ورکوي، پوره معلومات نه لري او دا تشه په پيچلو مسئلو کې ډېره او ژوره ده څکه نو که يوه علمي کنفرانس ته خبري پوښښ ورکول کيږي، داسې فکر مه کوئ، چې لوستونکي د تېرې ورځې د موضوع په اړه خبر دي او يا به هم د سبا د موضوع په اړه خبر شي. بلکې هغه اړين معلومات ورواستوئ او له هغې سره يې اشنا کړئ. هغه ټکي، چې د موضوع له پوهيدلو سره مرسته کوي ور زيات کړئ او مطلب مو داسې وړاندې کړئ، چې ستاسو مطلب يواځينی مطلب دی، چې هغوی يې لولي او يا يې هم اوري يا يېويني، څکه کيدای شي همداسې هم وي(۱۷:۵).

پوليس او محکمه

هغه خبريالان، چې د جرمونو او محکمو خبرونو ته پوښښ ورکوي بايد په دې برخه کې د کار له څرنګوالي سره بلدتيا ولري. ډېر لږ شمېر خبريالان ښايي په عدلي او يا هم له جرمونو سره د مبارزې په برخه کې روزل شوي وي. د پوليسو کارکوونکي نه غواړي، چې تاسو دهغوی په قوانينو، لارو چارو او پروسيجرونو باندې پوه شئ او

وکولی شئ، چې ښې پوښتنې وپوښتئ او هغه څه، چې غواړئ ترلاسه يې کړې هغې ته ورنږدې شئ.

ددې برخې خبريالان بايد پوه شي هغه جرمونه، چې دوی کشف کوي په ټولنه کې څه ډول تعريف کيږي. د بېلګې په توګه د امريکا په متحده ايالاتو کې Burglary (د شپې لخوا ديو چا حريم ته د جرم يا غلا په نسبت ننوتل) له Robbery (له خلکو نه په زور د پيسو يا شتو اخيستلو) سره توپير لري. د بنسټيزو اصطلاحاتو د نوملړ جوړول کولی شي د شرموونکو تيروتنو له رامنځته کيدو نه مخنيوی وکړي.

د پوليسو مطبوعاتي معلومات يواځې د جرمونو په اړه لومړني معلومات په لاس ورکوي خو دا خبريالان دي، چې د موضوع ژورو ته ځان رسوي هغوی د پېښې ځای ته ورځي، له ګاونډيانو يا دپېښې له عيني شاهدانو سره خبرې کوي. د محکمو خبريالان هم بايد له عدلي پړاوونو سره پوره بلدتيا ولري. هغوی بايد پوه شي وروسته له دې، چې يو شکمن نيول کيږي، تورن کيږي، راغوښتل کيږي، محکوم کيږي او يا هم خوشي کيږي څه پيليږي. تجربه لرونکي خبريالان وايي، چې ددې بهير په اړه د پوهيدو لپاره ښه داده، چې د محکمې په تالار کې اوسئ.

له منشي نه يې پيل کړئ، چې د محکمې د وخت، د پېښو د لېست او د محکمې د مهال وېش يادابنت کوي. دا مومي، چې څه ډول کولی شي د اسنادو، دوسيو او دشهادت پاڼو کاپي ترلاسه کړي. د محکمې تر پيل کيدو وړاندې د دواړو لوريو څرګندونې او صورت دعوا مطالعه کړئ. که چېرې نه شئ کولی هره ورځ محکمې ته ورشئ، نو هغه څه، چې د محکمې په اړه رپوټ ورکول کيږي هغه له ځان سره يادداشت کړئ.

د عدلي پېښو د افشا کولو لپاره مدافع وکیلان د معلوماتو تر ټولو ښه سرچینه بلل کیږي. هغوی د څارنوالانو په پرتله ډېر لیواله دي د هغو پېښو په اړه، چې ورباندې کار کوي، له خبریالانو سره وغږیږي. کوښښ وکړي، چې په حقوقي اصطلاحاتو باندې ځان پوه کړي، خو په رپوټ کې یې له کارولو ډډه وکړي.
د Covering the Courts کتاب لیکوال اس ال الکساندر وایي مدافع وکیلان تحریک کیږي، چې د خبریالانو د بې لارې کولو لپاره له مغلقو کلمو نه کار واخلي. نوموړی سپارښتنه کوي، چې که تاسو د کومې کلمې یا اصطلاح په معنا نه پوهیدی له هغه چا سره، چې تاسو مرکه کوی وپوښتئ، چې په اړه یې څرګندونې او تشریحات درکړي(۱۱۲:٦).

سپورټ

Bill Schwa Beck، چې پخوا په تلویزیون کې د سپورتي مسایلو خبریال ؤ، اوس په Connecticut کې د Quinnipiac په پوهنتون کې استاد دی، وایي: د سپورت د موضوعاتو خبریالان خپله چاره په ډېره ښه توګه ترسره کوي د هغوی په موضوعاتو خبریالان خپله چاره په ډېره ښه توګه ترلاسه کوي د هغوی په موضوعاتو کې په طبیعي توګه ډرامې، شوق او لیوالتیا شامله وي. خبریالان د یوې لوبې د پایلې په اړه یا هم د یوې سیالۍ په اړه له پایلې ورها خوا موضوعاتو ته هم خبري پوښښ ورکوي. خبریالان د لوبو لومړني موضوعات برابروي خو ترڅنګ یې فضأ، لیده کاته او داسې نوو، چې د لیدلو پرمهال په لیدونکو کې تلوسه راپاروي هغې ته هم پوښښ

ورکوي. سپورتي خبريالان نه يوازې د موضوع څنګه او ولې تشريح کوي، بلکې ترڅنګ يې چا؟ او څه؟ هم تشريح کوي.
هغوی د سپورتي پېښو په اړه خبرونه برابروي او همدارنګه د لوبغاړو، لوبډلو، او د لوبو د مينه والو په اړه مقالې ليکي خو له دې ټولو سره سره بايد سپورتي خبريالان د لوبو او د هغې لوبې په اړه، چې رپوټ يې ورکوي، پوره معلومات ولري او په قواعدو يې پوه شي. د هغوی د خبرو کولو وخت ډېر تنګ او کم وي په ځانګړې توګه کله، چې لوبه د شپې لخوا وي. هغوی بايد نمرو ته پام وکړي او ترڅنګ يې بايد د لوبې بهير هم تعقيب کړي او په اړه يې يادداشتونه واخلي. دا به ښايي د يوې چټکې لوبې پرمهال اسانه کار نه وي. په ډېرو پېښو کې ښه موضوع نه وي. د سپورت خبريالان هڅه کوي، چې د پردې ترشا څه پيدا کړي. هغه څه، چې د کوټې يا هم هغه ځای کې، چې لوبغاړي جامې بدلوي پيښيږي، د دوو لوبغاړو ترمنځ نښته وشي، چې ښايي دواړه لوبډلې اغيزمنې کړي او دې ته ورته نور مسايل.
هغوی له لوبغاړو او د هغوی له روزونکو سره په درناوي چال چلند کوي خو په اتل پرستۍ کې نه ورګډيږي. هغوی له هغې لوبې نه، چې رپوټ يې ورکوي خوند اخلي، خو د هيڅ يوې ډلې پلوي نه کوي. هغوی بايد يو ښه ليدونکی او اوريدونکی اوسي. د سپورت د خبريال په توګه د اقتصادي او سوداګريزو اصطلاحاتو له کارونې ډډه وکړئ. هغوی بايد د هغو اصطلاحاتو له کارولو، چې يوازې ځيني کلک ملاتړي او يا هم روزونکي وربانديې پوهيږي، ډډه وکړي.
دژورنال ټول باکس انټرنيټي پاڼې چلونکی مايک ريلي وايي:(موضوع تل په ساده توګه وړاندې کړئ). هغو ځوانو خبريالانو ته خبرداری ورکوي، چې له لوبغاړو او

روزونکو سره له سپکاوی نه ډکې مرکې په تمه نه وي، په ځانګړې توګه کله، چې لوبه بايلي. نوموړی وايي حرفوي لوبغاړي د خپل بريالیتوب لپاره له ګواښ یا هم زور زیاتي نه کار اخلي. ددې لپاره، چې خپل موقف مو ساتلی وي، داسې یوه وضعیت ته چمتو اوسئ. هغه پوښتنې، چې خبریالان يې بايد د عمومي ټول پوښتنې په اړه مطرح کړي؟

چا دا نظر پوښتنه ترسره کړې ده؟ ايا دا موسسه د سروې یا ارزونې قانوني موسسه ده؟ د نورو کومو کسانو لپاره یې نظر پوښتنه ترسره کړې ده؟ ددې نظر پوښتنې لګښت چا ورکړی دی؟ سیاسي اجندا یې څه ده؟ له څومره کسانو سره مرکې شوې دي؟ ایا پایله ددې نظر پوښتنې د ټولو ځوابونو پربنسټ شوې ده یا د هغې یوې برخې د ځوابونو پربنسټ؟ دا نظر پوښتنه څه ډول ترسره شوې ده؟ پوښتنې یې کومې دي؟ د تېرو کسانو کچه یې څومره ده؟ خام ارقام څه وو؟ ایا ددې نظر پوښتنې شمېرې له نورو هغو نه توپیر لري او که یې لري نو ولې؟ ایا دا نظر پوښتنه ددې ارزښت لري، چې په اړه یې رپوټ ورکړل شي؟

له اجازې له اخیستو وروسته خبریال کولی شي ددغو شلو پوښتنو له ډلې ځیني غوره او هغه وپوښتي. انلاین ژورنالېزم لوستونکو ته دا اجازه ورکوي، چې نبغ په نیغه لیکوال یا د مقالې لیکونکي ته د برېښنا لیک یا هم د Live web chat له لارې ځواب ورکړي خو ډېر شمېر داسې انټرنېټ پاڼې هم شته، چې د هغوی د نظرونو د څرګندونو لپاره یې ځای برابر کړی او نور کولی شي هغه څه، چې دوی لیکلي ویې لولي.

په امريکا کې د MPR راډيو هم له ځپو او هم په انلاين توګه له خلکو نه د موضوعاتو په اړه غوښتنې کوي. له اوريدونکو غوښتل کيږي، چې خپل اضافي معلومات د تليفون يا هم برېښناليک له لارې هغوی ته ولېږي (٦٣:٧).

د راډيويي يا تلويزوني رپوټ ليکنه

راډيويي او تلويزوني داستانونه د اوريدونکي په غوږونو کې ليکل کيږي نه د اوريدونکي د سترګو لپاره. خبريالان بايد د خپل رپوټ کاپي په لوړ غږ ولولي او رپوټ بايد روښانه او د اوريدونکو د پوهيدو وړ وي. د انلاين يا يوې ورځپاڼې د لوستلو په توپير د راډيو اوريدونکي که په موضوع پوه نه شي، نه شي کولی بېرته شاته وروګرځي او موضوع له سره واوري. د امريکا د CBS د شبکې اډيټر اې ډي بلس وايي (کلمې کله، چې وويل شي، بېرته د راګرځيدو وړ نه دي).

د خپريدونکو رسنيو خبريالان د ورځپاڼې د هغې په پرتله ځيني محدوديتونه لري د نيم ساعت خپريدونکي خبرونه کيداى شي د يوې ورځپاڼې يوه يا دوه پاڼې ونيسي. په يوه Broadcastرپوټ کې نه شي کيداى، چې ټولې پنځه واړه WH او H چې مخکې هم تشريح شوې دي، شامل وي ځکه ښايي رپوټ ډېر اوږد او ستونزمن شي خو په بدل کې ليکوال دوه يا درې مهم ټکي غوره او دهغې په پيل کې ليکي او پاتې نور موضوعات په وروسته جملو کې راخلي. په Broadcast رپوټ کې عمر، پتې او داسې نور معلومات، چې په چاپي رسنيو کې په معمولي توګه ترسترګو کيږي، نه ذکر کيږي. په دغو رپوټونو کې خبريال خپلې جملې لنډې ليکي، چې وکولی شي هغه په لوړ اواز او لنډه ساه ولوستلی شي.

د راډيو تلويزيون خبريالان هغه کلمې، چې کاروي بايد ورسره همغږي وي. دا کټ مټ داسې ده لکه په شعر کې، چې د وزن او قافيې مسئلې ته پام کيږي دا کولی شو د CBC شبکې د نامتو خبريال پوښښ ورکاوه ولولو: (لوخړې د برمينگم نه د بتليم په لور خوځيږي، خو نن شپه د برتنيا اسمان شين دی). لکه څرنگه، چې ليدل کيږي دا کلمې اسانه خو پای يې ډېر رنگين او په زړه پوري دی. د راډيو تلويزيون ليکوالان ښايي په ژبه کې ډېر محتاط وي او په چاپي رسنيو کې بيا بايد ډېر پام لوستلو ته وي. د بېلگې په توگه کله، چې د امريکا يو لوبغاړی لوسل بال مړ شو يوې چاپي رسنۍ هغه داسې ونوماوه (۸۳ کلن بال (يعنې درې اتيا کلن توپ) او په راډيو کې داسې وويل شو (لوسل بال ۸۳ کلن و
د راډيو او تلويزيون خبريالان بايد د هغو کلمو په اړه، چې بڼه يې يو شان، معناوی يې بېلې وي، پوه وي. د بېلگې په توگه کيدای شي د انگريزي د (miner) د معدن د کارکونکي او (minor) کوچني سره اشتباه شي. دا کلمې بايد په رپوټ کې داسې وکارول شي، چې معنی يې روښانه وي او د Broadcast خبريالان دا ځانته عادت گرځوي، چې له خپريدو وړاندې خپل رپوټ په لوړ اواز ولولي، چې دغه شان ستونزې هوارې شي او هغه کلمې چې دوې معنی گانې لري او څرگندې نه دي هم روښانه شي.
که څه هم په راډيو او تلويزيون کې خپريدونکی خبر په لوړ اواز لوستل کيږي خو سم ليکل يې د چاپي رسنيو په څير مهم دي. ناسم او غلط ليکل د ژبې د بنديدو او نا سم تلفظ لامل گرځي. ددې لپاره، چې ستونزمنې کلمې په سمه توگه تلفظ شي زياتره خبريالان په متن کې ددغو کلمو فونيټيک بڼه هم ليکي. سم ليکل ډېر مهم

دي ځکه ډېرى رسنۍ خپل رپوټونه په انلاين توگه هم خپروي. ځيني رسنۍ داسې پوستکالي هم لري، چې په يوه وخت کې د ليدونکو د لوستلو لپاره د خبر متن نندارې ته وړاندې کوي خو په هر حال ناسم ليکل په خبريال او همدارنگه په خبري رسنۍ منفي اغېزې شيندي.

د چاپي رسنيو په پرتله راډيويي او تلويزيوني خبرونه تر ډېره د محاورې په ژبه وي. په بل عبارت خبريالان هغه شان، چې خبرې کوي، بايد هماغه شان يې وليکي. ديوې ورځپاڼې متن داسې لوستل کيږي (پوليس وايي: سړى په يوه ټويوټا ډوله سره موټر کې وتښتيده) خو په راډيو او تلويزون کې نسبت لومړى راځي، ځکه نو متن داسې لوستل کيږي (پوليس وايي په يوه ټيوټا ډوله سره موټر کې سړى وتښتيد). خو ددې لپاره، چې محاوره يې ښه په رپوټ کې وساتل شي، خبريال اړتيا نه لري، چې نومونه يا هم بشپړ سرليکونه وکاروي. په عمومي ډول د نومونو منځنۍ برخه نه کارول کيږي (په انگريزي کې) مگر دا چې نوم مهم وي ځيني وخت خو آن د نوم اخيستل هم اړين وي. يوه ورځپاڼه ښايي يوه خبري داستان (story) داسې وليکي: (د پاکستان د بهرنيو چارو وزير سرتاج عزيز له خپل اسراييلي سيال سيلون شالون سره د پنجشنبې په ورځ د ترکيې په پلازمينه استانبول کې وکتل) خو راډيويي ښه يې ښايي داسې وي (د پاکستان او اسراييلو د بهرنيو چارو وزيرانو نن په ترکيې کې سره وکتل).

بيړه يا فوريت د خپريدونکو خبرونو په برخه کې يو مهم ټکى بلل کيږي. د بېلگې په توگه که تاسې له ولسشمر سره په يوه سفر کې ملگرى او په الوتکه کې ياست نو ددې پرځاى، چې ووايايست (ولسمشر نن تاجکستان ته سفر کوي) ښه ده، چې

ووایاست (ولسمشر تاجکستان ته سفر کوي). په عموم ډول د راډيو او تلويزيون خبريالان د رپوټ په پيل کې دوخت ذکر نه کوي، مگر داچې پېښه هماغه ورځ پيښه شوې وي او ډېره مهمه وي خو سبا چاپيدونکې ورځپاڼې کيدای شي د پورتني سفر خبر په لاندې توگه خپور کړي (ولسمشر حامد کرزی د تاجکستان ددوشنبې ښار ته ورسيد) خو لوستونکي دې ته سترگې په لار دي، چې اوس نو ولسمشر څه کوي. ښه ده، چې وروسته جملې ورپسې داسې وليکل شي (اوس سهار دی او ولسمشر حامد کرزی د تاجکستان د پوهنتون له محصلينو سره کتنه کوي)(۷۳:۸).

راډيويي رپوټ

له راډيويي رپوټ څخه موخه د راډيو داسې رپوټ دی، چې د راډيو پروډيوسر، ايډيټر يا کوم بل کار کوونکی د کومې غونډې يا پروگرام په رڼا کې هغه تياروي او خپروي يې. راډيويي رپوټ د يوې پېښې د ارزښت په ډاگه کولو په موخه تياريږي. دا زياتره د مهمو موضوعاتو په اړه برابريږي داسې پروگرامونه، چې د راډيو د پاليسی له مخې مهم وي. د راډيو له مخې هغه پروگرامونه ډېر مهم دي، چې په هغې کې ولسمشر، لومړی وزير، ايالتي وزيران، والي يا نور وزيران گډون ولري. کوم داسې پروگرام د راډيويي رپوټ موضوع جوړيږي (احمد زی، وحيد اميرجان، ۱۳۸۷، دانش خپرنديوه ټولنه).

د رپوټ تيارول

په ښار کې د مهمو پروگرامونو پرمهال راډيو ته هم خبر ورکول کيږي او راډيو کوم خبري ايډيټر يا پروډيوسر هلته د ورتلو لپاره گماري. نوموړی کس د مهمو خبرو

ترتبتولو وروسته هغه اوري بيا هغه د راډيو د پاليسۍ او خپلو اړتيا له پلوه ايډيټ کوي او خپروي يې.

نيوز ريل

د خبر پرمهال د کومې پېښې په اړه په خپل غږ کې د کوم پوه نظر خپرولو ته نيوز ريل وايي.

نيوز ريل تيارول

د يوې پېښې د نيوز ريل د تيارولو لپاره نيوز ايډيټر يا د راډيو کوم کار کوونکی پروخت د پېښې ځای ته ورځي او د بېلا بيلو خلکو نظرونه او تاثرات ثبتوي بيا ډبنگ روم ته ځي او ثبت شوي مواد اوري. دا نيوز ريل دخبرونو پرمهال خپرېږي. ښه نيوز ريل لنډ او کره وي. دنيوز ريل غږ صاف پکار دی کنه نو په اوريدونکو ښه اغېزه نه کوي.

غږ

هغه لنډې بيانيې، چې د راډيوتلويزيون خبريالان يې په خپلو رپوټونو کې کاروي، نقل قولونو ته ورته دي خو غوره کول يې تصميم ته اړتيا لري. يواځې دا کافي نه ده، چې دغه شان لنډې ښرگندونې د پاڼې پرمخ مفهوم ورکړي، بلکې بايد په راډيو او تلويزيون کې هم پوره مفهوم ادا کړي او د پوهيدو وړ وي. هغه څه، چې په پاڼه کې لنډ وي کيدای شي د لوستلو پر مهال ډېر وخت ونيسي.

د راډيو او تلويزيون خبريالان دغو لنډو ښرگندونو ته ځانګړې پاملرنه کوي او موخه يې ورځنې داده، چې يوه ټوټه او په زړه پورې رپوټ ليدونکو ته وړاندې کړي. د بېلگې په توگه که چېرته دا ښرگندونې په يو ضمير پيل کيږي، ليکوال بايد جمله داسې سره ونښلوي، چې اوريدونکي اړين معلومات ورځنې واخسيتی شي او ليکنه دا ښرگنده کړي، چې وروسته څه راځي.

د بېلګې په توګه په يو ښوونځي کې د سر سپړی پيدا شوي دي د ښوونځي يوه روغتيا پاله وايي، چې (هغوی دلته راغلي او خپل سرونه ګروي موږ پوهيږو، چې څه لرو، دا ډېره ښکاره ده). کله، چې روغتيا پاله وايي نو دهغوی مقصد زده کوونکي دي. خو که چېرته لومړی جمله په بيانيه ډول ويل شوي وي نو دا مفهوم يې نه درلود (د ښوونځي روغتيا پاله وايي، چې روغتيايي کارکوونکي له هغوی سره سخته مبارزه کوي) ځکه په دې جمله کې د هغوی ضمير سپړوته راجع کيږي. خو خبريال به ښايي، چې ووايي (د سر د سپږو خپريدل په دې معنی دي، چې د مري سمت په څير روغتيا پالي نن سبا ماشومانو ته د تېر په پرتله ډېره پاملرنه کوي).

د لنډو راډيويي يا تلويزيوني ښکاره‌ګندونو سربېره ښايي ځيني غږونه هم ورسره مل وي. د بېلګې په توګه په سيمه کې د پوليس غږ د ترافيک اشپلاق، د ماشومانو اوازونه او داسې نور. ددغو غږونو کارول د نړۍ په ځينو سميو کې معياري دي. په رپوټ کې د طبيعي غږونو شاملول له اوريدونکو سره مرسته کوي، چې پرته له دې، چې خبريال يې په اړه څه ووايي هغه ځای، چې خبريال هلته خپل رپوټ ثبت کړی دی، له ځان سره انځور کړي. همدارنګه له يو ځای نه د غږ ليږدول له اوريدونکي او ليدونکي سره مرسته کوي، چې له يوې صحنې نه بلې صحنې ته ولاړ شي. طبيعي غږونه کيدای شي په ټيټ اواز د خبريال تر خبرو لاندې او يا هم په داسې غږ، چې د اوريدو وړ وي وکارول شي. دا له رپوټ سره مرسته کوي، چې په ښه توګه وپوهيدل شي. امريکايي فوتو ژورنالېست ستيف سويتر وايي، چې له غږ نه کار اخيستل د بشپړې خبري کيسې په پوهولو کې مرسته کوي هغه وايي: (غږ د انځور بل اړخ دی).

د راډیو په توپیر تلویزیون له انځورونو سره ډېر سروکار لري. د تلویزیون خبریالان هڅه کوي، چې خپلې کلمې له ویډیو سره یوځای او یوه پیاوړي خبري کیسه رامنځته کړي. انځورونه یواځې د ویډویو لپاره Wallpaper نه دي، بلکې هغه په خبر کې مهمه ونډه لري. انځورونه په داستان کې (څه؟) ته ځواب وايي او کلمې بیا د خبر (ولې؟) ته ځواب وايي. ادبلس وايي (لیدل باور کول دي، خو پوهیدل نه دي). د تلویزیون خبریالان باید له دې وړاندې، چې متن لیکنه پیل کړي باید پوه شي، چې کومه ویډیو کاروي. ددې لپاره، چې خبریال پوه شي هغه څه، چې لیکي له ویډیو سره سمون لري. ښه داده، چې لومړی ټوله ویډیو وګوري، څېړنو دا ښودلې، چې لیدونکي په هغو رپوټونو ډېر ښه پوهیږي، چې کلمې او ویډیو یې سره سمون ولري او دا هغه مهال شونې ده، چې دواړه کلمې او ویډیو یوه کیسه بیان کړي. که چېرې ویډیو له متن سره سمون ونه لري نو لیدونکي داوریدو په پرتله هغه څه یې، چې لیدلي ډېر ښه یې ذهن ته سپاري.
د بېلګې په توګه یو خبر، چې د یوه هیواد د تېلو د زېرمو د طوفان د اغېزو په اړه دی، که چېرې ویډیو یواځې د طوفان زیانونه او ویجاړۍ وښیي، لیدونکي به ښایي د رپوټ اساسي ټکي، چې د تېلو په زېرمو د طوفان اغېزې دي، هیڅ ونه ویني. ددې لپاره، چې لیدونکي په موضوع ښه وپوهیږي ښه داده، چې لومړی د طوفان د زیانونو او ویجاړیو ویډیو وښودل شي او خبریال د طوفان په اړه رپوټ ورکړي وروسته بیا د خلکو هغه ویډیو، جې یود تېلو تانک ته د خلکو اوږده کتارونه وښي او خبریال د تېلو پر زېرمو د طوفان د اغېزو په اړه وغږیږي.

د کلمو او انځورونو د یوځای کولو او همغږي کولو معنا دا نه ده، چې خبریال وکولی شي هغه څه، چې په ویډیو کې ښودل کیږي په ساده توګه انځور کړي. فرض کوو، چې ویډیو هغه موټر ښیي، چې د خاورو په سرک کې روان دی دا هیڅ داسې یوڅه نه واضح کوي، چې خبریال دې ووایي (د روبردسن کورنۍ د کلي په بر سر کې ژوند کوي). په دې صورت کې خبریال ښایي ووایي (وچکالي دروبردسن کورنۍ کډه کیدو ته اړه کړه) (۷۸:۹).

راډیويي او تلویزوني خبرونه

د راډیو د اوریدونکو او د تلویزیون د لیدونکو په پرتله د ورځپاڼو او انټرنېټ پاڼو لوستونکو پر خبرونو ډېر کنټرول لري. د ورځپاڼې لوستونکي کولی شي، چې د ورځپاڼې لومړی پاڼه، د خبرونو برخه یا هم د مړینې اعلانونه ولولي. همدارنګه انلاین لوستونکي کولی شي د وېب پاڼې کور پاڼه ومومي او دهغې د ټولو برخو له کتو وروسته هره یوه برخه یې، چې خوښه شي هغه لومړی ولولي خو د راډیو اوریدونکي او یا هم د تلویزیون لیدونکي هغه شان، چې خبرونه د هغې د چمتو کوونکي لخوا برابر شوي وی اوري.

راډیويي یا تلویزیوني خبرونه په عمومي توګه هغه شان، چې چمتو کوونکي یې فکر کوي، چې کوم خبر د ورځې مهم خبر دی، برابریږي خو دا په دې معنا نه ده، چې له لومړي خبر وروسته کوم خبرونه، چې راځي ارزښت نه لري. د خبرونو چمتوکونکي باید په ټوله کې د خبرونو ارزښت ته وګوري نه په انفرادي توګه. د خبرونو چمتوکونکي مهم او غیر معمولي خبر د پاڼې په لاندینۍ برخه کې ځای پر ځای

کوي او tease د لوستونکي پام دورماتولو لپاره کاروي. د tease په اړه مو په مخکنيو ورقو کې خبرې کړې دي.
لکه څرنگه، چې يوه اډيټر د ورځپاڼې په طرح او د خبرونو او رپوټونو د ترتيب په اړه تصميم نيسي همدغه شان د تلويزيوني خبرونو توليدونکي هم خبرونه او رپوټونه په ترتيب برابروي او د هغې نظم برابروي. د توليدونکي دنده داده، چې پوه وي هره story څومره وخت ته اړتيا لري ځکه د راډيو اوتلويزيون خبرونه په ټاکلې وخت پيل او په ټاکلي وخت پای ته رسيږي. کله، چې پروگرام پيل شو توليدونکی بايد ډاډه وي، چې له خپل مهال وېش سره سم پرمخ روان دی. خو که چېرې کومه story له خپل ټاکلي وخت نه اوږديږي، نو توليدونکی بايد تصميم ونيسي، چې له پروگرام نه کوم توکي کم کړي او که چېرې کومه story له خپرونې ايستل کيږي، توليدونکی يې بايد دغه تشه ډکه کړي.

انلاين يا پرليکه خبرونه

انلاين ژورنالېزم د چاپي ژورنالېزم او broadcast ژورنالېزم ترڅنگ د وېب پاڼې او د ورځپاڼو په څير خبري مقالې خپروي. ليدونکي کولی شي ويډيويي کلپونه هم له وېب پاڼې نه غوره کړي، چې په دې توگه تلويزيون ته ورته يوه رسنۍ ورځنې جوړيږي. د يوې انلاين story گټه داده، چې په ترڅ کې يې له بېلا بېلو وسيلو له انځور، ويډيو، غږ او نور ونه کار اخيستل کيدای شي. ترڅنگ يې لوستونکي ته هم دا اجازه ورکوي، چې د مقالو او مطالبو په منځ کې خپله لاره ومومي.

دا چې انټرنېټ او نوره تکنالوژي څه ډول رسنيو ته بدلون ورکوي د يوې وېب پاڼې چلونکی (جونتيان ديوب) وايي (انلاين ژورنالېزم بايد په يوه وخت کې په بېلا بېلو سطحو لکه کلمو، نظرونو، د story يا کيسې د جوړښت، اډيو، ويډيو، انځورونو اونورو فکر وکړي). دی وايي تلويزيون د ليدلو، راډيو د اوريدولو، چاپي رسنۍ د لوستلو او تشريح کولو لپاره دي خو انلاين دښودلو، ويلو، ننداړې ته وړاندې کولو او متقابل عمل لپاره دی. ددې لپاره، چې معلومات لوستونکي ته په زړه پوري شي انلاين هغه په بېلا بېلو بڼو وړاندې کوي.

انلاين story يا کيسو بڼې او ډولونه

د انلاين رپوټ اساسي بڼه print plus په نامه يادېږي. دغه بڼه د خبري story يا کيسې هغه ډول ته ويل کيږي، چې نور عناصر لکه انځور، اډيو، ويډيو، او له موضوع سره د نورو تړلو موضوعاتو په اړه لينکونه ولري. لينکونه کولی شي لوستونکي په دې اړه نورو معلوماتو او په دې برخه کې د نورو وېب پاڼومعلوماتو ته ورولي. همدارنګه کيدای شي، چې انلاين رپوټ له ډيټابېس سره هم ونښلول شي، چې کاروونکي يې په اسانی سره ومومي. د بېلګې په توګه د يوې ازمويني پايلې، چې د هيواد له ټولو زده کونکو نه اخيستل شوی ده، ډېټابېس ته له نښلولو وروسته هرڅوک کولی شي د يوه ځانګړي ښوونځي او ټولګي پايلې ولټوي او د بېلا بېلو ښونځيو د زده کوونکو د ازمويني پايلې سره پرتله کړي خو د انلاين رپوټونو يوه ښه بڼه، چې ډېره په زړه پوري ده په ځانګړې توګه د يوه طرح شوي رپوټ لپاره، هغه د ملټي ميډيا، ګرافيک نه کار اخيستل دي.

د ګرافیک عناصر په online توګه طرح کيږي خو لوستونکي کولی شي په هره بڼه، چې غواړي بيان کړي. د بېلګې په توګه د سلايډونو د يوې ننداريې په ترڅ کې د متن، اډيو، ويډيو، انځورونو او داسې نورو وړاندې کول هم د فلش پروګرام، چې تاسو کولی شئ په زړه پورې ويډيو ګرافيک او داسې نور پکې جوړ کړئ. د بېلګې په توګه بي بي سي په لندن کې يوه وېب پاڼه جوړه کړې، چې د نشه يي توکو د ناقانونه استعمال په اړه ده. لوستونکي کولی شي يو ډول نشه يي توکي انتخاب کړي وروسته د بدن يو غړی لکه مغز يا زړه انتخاب کړي. وګوري نشه يي توکي پرهغې څه ناوړه اغېزه کوي.

همدارنګه د مخنيوي لارې او چارې يې هم په ګوته کوي همدارنګه ځيني وېب پاڼې ازمويني او ځيني لوبې هم کاروي. ترڅنګ معلومات يې په پوښتنو او ځوابونو ويشلي وي، چې لوستونکي وارزوي، چې له رپوټ نه يې څه زده کړي دي.

انلاين ليکنه

جونتن ديوب وايي انلاين د چاپ او خپريدو ترمنځ يوه ليکه ده. هغه وايي په انلاين کې لنډ او اسانه ليکل د خپرونکو ډېر خوښيږي خو زياتوي، چې ډېرې وېب پاڼې په سمه او کره توګه د ليکلو اصول په پام کې نه نيسي. هغه وايي يوه محاوره ښه ده خو ګرامر او سم ليکل هم مهم دي. د تلويزيون د خبرونو مدير سکاټ اکتنسون وايي: زما مشوره داده هغه شان، چې په برېښناليک کې خپلو دوستانو ته څه ليکئ هماغه شان يې په وېب پاڼه کې هم وليکئ. هغه وايي دا په دې معنا نه ده، چې تاسو کلمې ناسمې وليکئ، خو جوړښت او اصول يې مه هيروئ. دا په دې معنا ده، چې تاسو يې په محرمه توګه وليکئ، چې وکولی شئ هغه سم سينګار کړئ.

ليکوالان بايد له ځنډ او يا هم د کيسې د پيل له اوږدولو ډډه وکړي. ښه پيل بايد لوستونکي ته دا دليل وړاندې کړي، چې لوستلو ته ادامه ورکړي که نه ښايي هغه بل ریپوټ ته ولاړ شي او هغه ولولي. انلاين رپوټونه معمولاً د ورځپاڼو له رپوټونو نه لنډ وي. ښه لارښود دادی، چې د انلاين رپوټ له (۸۰۰) کلمو زيات نه وي او په يوه پاڼه کې وښودل شي. ددې لپاره، چې د متن لوستونکي ښه راجذب کړي، د ښاغلي ديوب وړانديز دادی، چې ليکونکی نظريې سره وويشي او ليکنه په ب ېلا بېلو بلاکونو وويشي(۲۷:۱۰).

لنډيز

د راډيويي رپوټ څخه موخه د دراډيو داسې رپوټ دی، چې د راډيو پروډيوسر، ايډيټر يا کوم بل کار کوونکی د کومې غونډې يا پروګرام په رڼا کې هغه تياروي او خپروي يې. راډيويي رپوټ د يوې پېښې د ارزښت د په ډاګه کولو په موخه تياريږي. زياتره د مهمو موضوعاتو په اړه برابريږي داسې پروګرامونه، چې د راډيو د پاليسي له مخې مهم وي. د راډيو له پاره هم ډېر مهم وي، چې په هغې کې ولسمشر، لومړی وزير، ايالتي وزيران، واليان يا نور وزيران ګډون ولري.

کوم داسې پرګرام د راډيويي رپوټ موضوع جوړيږي. ښه رپوټ ليکل لنډ ، روښانه ، سم او کره وي. په عمومي توګه ويل کيږي، چې رپوټونه د ليکلو رپوټونو په پرتله د لنډو جملو او پاراګرافونو لرونکی وي . او هر پاراګراف د يوې اصلي موضوع لرونکی وي.

هغه خبريالان، چې ساده او مستقيمه ژبه کاروي په اسانۍ پوهېدل کيږي او تر ډېره د صفتونو او قيدونو پر ځای نومونه او فصلونه کاروي . خبري رپوټونه بې معنی او تکراري نه وي ، ځکه هره کلمه يې حسابيږي. لکه څرنګه چې په خپل کلاسيک کتاب (د يوه کتاب اجزاوې) کې اشاره کوي (A.bwhite) ښاغليد يوې ساده ليکنې

له پاره اساسي قاعده د غير ضروري کلمو غورځول دي. خبريالان د دې له پاره، چې ډاډه شي هغه کلمې، چې دوی يې کاروي واقعاً هغه مفهوم، چې دوی يې فکر کوي ورکوي او که نه؟ له قاموسونو او کتابونو څخه کار اخلي ، ځکه هغوی رپوټونه د عامو اورېدونکو له پاره ليکي . خبريالان هڅه کوي ، چې د مسلکي اصطلاحاتو او هغو کلمو له کارولو، چې د عامو خلکو له پاره نا اشنا وي ډډه وکړي . د يوه روغتون وياند د يوه ناروغ هغسې ، چې وي تشريح کوي.

تمريني پوښتنې

١- د خبرونو په شتون کې، د رپوټونو چمتو کولو او خپرولو ته څه اړتيا ليدل کېږي؟

٢- د مسلکي رپوټر او مسلکي رپوټ ځانګړنې څه دي؟

٣- په افغاني رسنيو کې کوم رپوټونه ډېر تر سترګو کېږي؟

مأخذونه

1) ارشد، علی. ژباړن، احمدزی، اميرجان وحيد. (١٣٨٧). راډيو ژورناليزم. خپرندويه ټولنې تخنيکي ځانګه پيښور.

2) حيدری، ذبيح الله. (١٣٩٠). کاربرد ژانرهای اطلاعی در راډيو، مطبوعه عازم، کابل.

3) سهار، نذير احمد.(١٣٩٢) ټلويزيوني خبريالی اسد چاپ خونه، پيښور.

4) ريچل، ايسن، ژباړه، کرګو، زرغونه. (٢٠٠٢).

5) زيني، عبدالسلام. (١٣٧٥). اسلام او ژورناليزم، د اتحاد اسلامي فرهنګي ټولنه، پښور.

6) فانوس، مير عزيز احمد. (١٣٩٠). از خبر تا نظر، مطبعه عازم، کابل.

7) پوټر، دبورا.(٢٠٠٦). ازاد ژورناليزم کتاب. د متحده ايالاتو مطبوعاتي دفتر.

لسم فصل
راډيويي او صوتي څپو ته لنډه کتنه

سريزه

ځينې په دې باور دي چې ډله ييزې اړيکې د داسې قدرت لرونکې دي چې کولی شي د لومړي ځل له پاره نوی نسل د انساني ژوند په تاريخ کې رامنځ ته کړي، داسې نسل چې له مخکينيو نسلونو سره خورا زيات توپير لري، د نويو اړيکو په فضا کې ډوب دي حتی چې خپل وزګار وخت يې هم هغې ته وقف کوي. لازار سفلودو مرتن د ديني عقايدو په تشريح کې د متفکرانو له خولې ليکي: زياتره ټول ځايونه د هغې تر تاثير لاندې ول. ډله ييزې اړيکې او د هغې باالقوه قدرت په سختی سره د هر انسان د ژوند برخه ګرځېدلې ده. د سمپوزيوم د ګډونوالو له جملې څخه يو ليکي: د راډيو قدرت کولی شو د اتوم بم سره مقايسه کړو. هغوی په دې عقيده دي چې د ډله ييزو اړيکو وسايل ډير قدرتمند دي چې حتی کولی شو له هغې څخه د خير او شر په لارو کې ګټه پورته کړو. او کله چې مطلوب کنترول ونه لري نو په دويمه لار کې له هغې څخه ګټه اخيستنه زياته ده.

ډله ييزې اړيکې عبارت دي د اطلاعاتو او عقايدو له رسولو څخه د ډله ييزو وسايلو له لارې. ډله ييزې اړيکې عبارت دي له برداشتونو، عقايدو او د اطلاعاتو رسول د ډله ييزو اړيکو په واسطه او د دغو اطلاعاتو پيدا کول د يو تعداد زياتو انسانانو په واسطه په يوه واحد وخت کې دي. لازار سفلودو مرتن په دې اړه زياتوي: د ډله ييزو

اړيکو ځانګړتيا دهغې د نفوذ عظمت دی. په يوه کلي کتګوری کې يې ډله ييزه وسايل په دوه برخو ويشلي دي:

چاپي او مطبوع وسايل لکه: ورځپاڼې، مجلې او نورې چاپې خپرونې.

سمعي او بصري وسايل لکه: راډيو، تلويزيون، سپوږمکۍ او داسې نور.

د بشر د پرمختګ او ډله ييزو وسايلوته ورځ په ورځ د زياتيدونکو اړتياؤ له نظره د نومړو وسايلو پرمختګ او تحول وکړ، څرنګه چې په لومړيو کې انسانانو د اشارو او سمبولونو په واسطه اړيکې ټينګولې، او بيا وروسته کله چې رسم خط منځ ته راغۍ او د ګوتنبرګ په واسطه د چاپ د ماشين اختراع په ۱۴۴۵م کال کې د بشري ټولنې د پرمختګ لپاره زمينه برابره کړه.

همدارنګه د راډيو تر جوړولو مخکې ټيلي ګراف منځ ته راغی. دا چې راډيو د خپلې اختراع څخه تر نن پورې د ډله ييزو وسايلو په منځ کې خورا ښه حيثيت ځانته خپل کړی دی او د نورو ډله ييزو وسايلو په منځ کې يې لومړی مقام خپل کړی دی. او د راډيو اخذه د بشري ژوند د ټولو انسانانو له پاره يو مهم جز ګڼل شوی دی.

په ځانګړې توګه وروسته له راډيو څخه راډيو ټرانسسټر (Radio Transistor) چې په ځانګړي ډول خپرېده او اصلي علت يې د هغې ارزاني وه. د راډيويي څپو په واسطه کار کوي، او دا نشو ويلی چې راډيو يوه کس جوړه کړېده، بلکې ډيرو پوهانو په مسلسل ډول په مختلفو وختونو کې د راډيو د منځ ته راتلو له پاره زمينه برابره کړې ده. د راډيو مقناطيسي څپې يې د خلکو غوږونو ته رسولې دي.

هغه لومړنی کس چې د راډيو څپه يې طرحه کړه جيمز کلرک ماکسويل نومېده. نومړي عالم يوه فرضيه طرحه کړه چې کيدی شي دغسې څپې وجود ولري. او بيا

ډيره موده وروسته هرټس (Hertz) په ۱۸۸۷م کال کې پخوانی تجربې او نظريات ثابت کړل چې څپې وجود لري او په هغې باندې يې د څپې پيدا کوونکی (موج ياب) نوم کيښود.
الکساندر پاپوف روسی عالم هم د ۱۸۵۲ نه تر ۱۹۰٦ کلونو په منځ کې د راډيو آنتن جوړ کړ. بالاخره هغه چا چې راډيو اختراع کړه د راډيو د اختراع په تاريخ کې يې نوم ثبت شو. ايټالوي مارکوني په ۱۸۹۵ م کال په کار پيل وکړ، په لومړيو کې يې د ۴۰۰ مترو په فاصله ازمايښت کړې او بيا يې وروسته هغوی ته د ۲۰۰۰ مترو په فاصله انکشاف ورکړ. او بلاخره يې د دوو ښارونو ترمنځ تجربه کړه.
په ۱۹۲۰ م کال کې د لومړي ځل لپاره د راډيو آواز واورېدل شو او تر ۱۹۳۰ م کال پورې راډيو د تلګراف بيسيم په نوم يادېده. له دې وروسته يو تعداد پوهان او عالمان سره راغونډ شول او داچې نوموړی نوم ډير اوږد و، او د دندې په لحاظ يې هم د تلګراف سره توپير درلو نو بناءً د هغې له پاره يې د تلګراف پر ځای د راډيو نوم غوره کړ.
نو ويلی شو چې د لومړي ځل له پاره د راډيو سپارک (Spark) جرقه يعنې (سپرغۍ) په ۱۸۹۵م کال کې د ايټالوي مارکوني په واسطه او بيا وروسته په ۱۹۰٦ م کال کې د (AM) څپه د فيسينډن (Fessenden) په واسطه اختراع شوه. له دې وروسته په ۱۹۲۱م کال کې د راډيو لنډه څپه (Shortwave) د Conrad په واسطه اختراع شوه او وروسته د FM راډيويي څپه د Armstrong له خوا په ۱۹۳۱م کال کې اختراع شوه. د وخت په تېرېدو او په ټيکنالوژی کې د بدلون سره سم د ډيجيټل څپو موندلو

ته اړتيا پيدا شوه چې بالاخره په ۲۰۰۰م کال کې د ملټي ويو (Multi waves) څپه هم کشف او منځ ته راغله.
لومړنۍ راډيويي فرستندې (Transistors) هم د اليکټريک راډيويي لوازمو توليدوونکو تاسيس کړه. هغوی غوښتل چې خپلو تجربو ته د خلکو په منځ کې نفوذ ورکړي او د نومړې پديدې د پراختيا او توسيعې له پاره لار پرانيزي او هغه خپره کړي. وروسته په تدريج سره د راډيو کار رواج پيدا کړ او له راډيو څخه د مختلفو موخو او مقصدونو لپاره ګټه واخيستل شوه او تر اوسه دغه کار دوام لري.
همدارنګه د خرڅلاؤ مفکوره هغه وخت رامنځ ته شوه چې کله د راډيو شبکې منځ ته راغلې او د کورنيو په داخل کې د هغې د نفوذ سرعت دومره ګړندی شو چې حتی د خلکو ژوند ته يې تغير ورکړ. دا په داسې حال کې ده چې راډيو خپل حيثيت په فوق العاده توګه پورته يووړ او راډيو د هغو وسايلو له جملې څخه ګڼل کيږي چې د تاثير له پلوه يې ميليونونه خلک په علمي، فرهنګي، معلوماتي او تفريحي برخو ته رسېدل د فوق العاده اهميت وړ ګرځيدلي دي.
په دې کې شک نشته چې له راډيو پرته د رسونې نور وسايل لکه انټرنيټ، تلويزيون، ورځپاڼې او مجلې هم شتون لري خو نومړي وسايل په ځانګړي ډول په ښارونو او تمدني ځايونو کې خپل ارزښت لري او نومړې سيمې يې تر پراخه او قوي جال لاندې پوښلې دي. خو راډيو د هغوی برعکس په ټولو ساحو او سيمو کې زيات اغيز لري او کولی شي چې د ښارونو سربېره ډيرې لېرې پرتې سيمې او باندې هم تر خپل پوښښ لاندې راولي.

دا ځکه چې یو تعداد زیات خلک په دغه ډول هیوادونو کې په کلیواو بانډو کې ژوند کوي او د هغې بې نالوستی په سبب چې په هغوی کې شتون لري، نشي کولی چې ورځپاڼې ولولي او هغوی د نړۍ او سیمې په هکله معلومات ترلاسه کړي. او بله ستونزه د حمل ونقل وسایلو د نه شتون له کبله له ښارونو سره ډیر په اړیکو او ارتباط کې نه وي.

په هر صورت راډیو یواځینی وسیله ده چې د اوریدونکو له جملې څخه زیاتره یې نالوستي دي، په بیله لاره او بیل ډول اوریدونکو ته معلومات او خبرتیاوې نشر کوي. نو ځکه خو ویلی شو چې د پیغام رسولو د ټولو وسایلو په نسبت راډیو له ډیرو اسانتیاؤ څخه برخمنه ده. لکه تر اوریدونکو پورې د معلوماتو په انتقال کې د هغې سرعت، د پیغام د انتقال په لاره کې له هر ډول بندیزونو او خنډونو تیریدل د راډیو ارزښت او د هغې فعالیت راپه ګوته کوي.

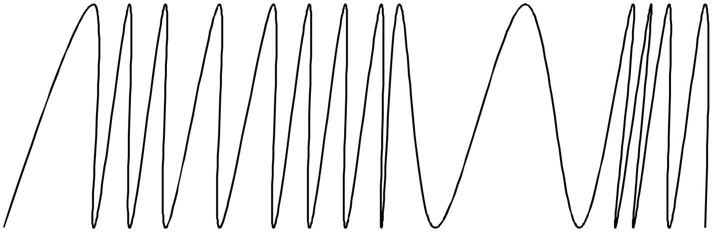
له بل پلوه راډیو هغه وسیله ده چې د ویاند اړیکه له اوریدونکو سره ټینګوي یعنې پرته د نورو وسایلو له دخالت څخه پیغام د اوریدونکو غوږونو ته رسوي. په دې اساس راډیو کولی شي په دولتي پلانونو کې ګټوره تمامه شي او د اجتماعي جوړښت په تغیر کې برخه واخلي. د راډیو له لارې کولی شو چې تعلیمي او روزنیز پروګرامونه په کار واچوو او د ټولنې په علمي کچه کې مثبت تغییر رامنځ ته کړو.

همدارنګه د لیرې پرتو سیمو خلک په راډیو باندې باور لري او هغه کلیمې چې د لوډ سپیکر (loudspeaker) له لارې خپریږي، فوق العاده تاثیر لرونکې دي. او د ټولنې په افکارو او رایو کې فوق العاده او اساسي رول لري. نو په دې اساس راډیو یوه د اړیکو وسیله ده چې د ټولنې د ژوند د مسایلو په پرمخ وړلو کې رغنده رول لري. په

دې برخه کې تخنیکي امکانات او د خپرونو د جوړونې عملي کار په ټوله کې د دغې وسیلې د قدرت او توانايي بنسټ تشکیلوي. یا په بل عبارت د تخنیکي وسایلو زيات بنسټونه د راډیو د کار په زمینه کې د صوتونو مجموعه ده چې د ځانګړو قواعدو په اساس نوموړې وسیلې ته ورکړل شوي او په نهایت کې یوه راډیويي خپرونه جوړوي. باید د راډیويي خپرونو د جوړونې باالقوه امکانات په مختلفو طریقو بربنډ کړو. د یوې خپرونې تولیدوونکي د دغو امکاناتو د طریقو او اصولو په پيژندلو سره به په دې قادر وي ترڅو مؤثر پیغام خپلو اوریدونکو ته ورسوي. په همدې توګه د یوې راډیويي خپرونې تولیدوونکی به په دې باندې قادر وي چې د خپلې خپرونې اوریدونکي داسې خپل ځانته راوکاږي چې خپل مخکیني افکار یوې خواته پریږدي او دا به هغه وخت ورته میسر وي چې د راډیو د ډیجیټل تخنیکي وسایلو له استعمال او څرنګوالي سره بلدتیا ولري او هغه درست وکارولی شي.

راډیويي او صوتي څپې څه شی دی؟

څپه د محیطي نوسان څخه عبارت دی. د صوتي انرژي د انتقال لپاره په الکترونیکي ډول. صوتي الکترو مقناطیسي او یا میخانیکي صوت دی خو په فضا کې خپریږي او دلیږدونکی فرستندي په واسطه خپریږي.



څپې عبارت دي د هغې انرژۍ څخه، چې په سترګو نه ليدل کيږي، په لاس کې نه نيول کيږي، بلکې د هغې اثارات ګورو، اورو يې او احساس کولی يې شو. څپې په مجموع کې مختلف ډولونه لري، چې د هغو تعداد تر اوسه پوري نه دی کشف شوی خو د ساينس او تکنالوژي په پراختيا سره بشر د څپو په بې شمېره ډولونو باندې په ژوندانه کې بريالی شوی او ټول يې د خپل ژوند د اسانتياوو او ښوالي په لاره کې پکار اچولي.

هغه څپې له کومو سره، چې موږ اشنايي لرو ډېر مهم يې راډيويي څپې، صوتي څپې، مقناطيسي څپې، حرارتي څپې او داسې نور دي.

راډيويي څپې

د هغې انرژۍ څخه عبارت دی، چې د الکترومقناطيسي څپو په بڼه را ظاهريږي او د ليږدوونکو راډيويي دستګاوو په استفادې سره يعنې ترانسميټرونو په واسطه په فضأ کې ۳۰۰ کيلو متره په ثانيه کې په سرعت سره په حرکت کې دي. د راډيو فعاليت او د کار څرنګوالی په همدې څپو پوري تړلي دي، د مقناطيسي برقي انرژي په وسيله منعکس کيږي او په ازاده فضأ کې خپريږي. د بېلګې په ډول: که يوه رسۍ را واخلو او د هغې يوه خوا د دروازې په دستګر يا لاستې پوري وتړو او دهغې بلې خواته د لاس په واسطه حرکت ورکړو نو وبه ګورو، چې نوساني حرکت په رسۍ کې دلاس لاندې پيل کيږي او داسې بل سرته، چې د دروازې په لاستې پوري تړلي دي مخ په وړاندې ورځي.

نوموړي نوساني حرکت د څپې په نوم يادوي. همدارنګه کله، چې يو کاڼی را واخلو او ولاړو اوبو ته يې ورګذار کړو او په نتيجه کې زموږ د سترګي ټکر د اوبو د سطحې

هغې نقطې ته، چې د هغې ارامه وضع ګڼه وړ شوي او د هغې د لړزې حرکت، چې نقطه په نقطه د هغې ګونځې والی یعنې حلقي د مرکز سره یو ځای او د مرکز څخه سقوط او هرې خواته خپریږي او څپې وهي په دې ځای کې کوم شی، چې خورا ډېر مهم دی، چې د اوبو پرسطح انتقالیږي.

کله، چې د لرګي یوه ټوټه په اوبو کې ور واچوو، نو په واضح توګه لیدل کیږي، چې د اوبو د وتلو پروخت کې د لرګي ټوټه د پورته خوا څخه ښکته خواته حرکت کوي او همدارنګه په ورو، ورو د اوبو غاړې ته راځي. هماغه پورته او ښکته خواته تل او راتلل د اوبو د لړزې یا د حرکت نتیجه ده، چې د څپې په نوم یادیږي. د هغو څپو تعداد، چې د اوبو غاړې ته ورسیږي د فریکونسي په نوم یادیږي او ددوو راوتلو متوالیو په منځ کې فاصلې ته د څپې طول وایي.

غږ او څپه

د خبرو پروخت کې د انسان صوتي تارونه ارتعاش یعنې لړزه کوي، چې په نتیجه کې د نومړو صوتي څپو لړزه حاصلیږي، چې موجودې څپې نومړې د مالیکولونو او ذراتو د حرکت سبب په هوا کې ګرځي او د غوږ د پردې د تحریک سبب ګرځي، چې په نتیجه کې د اواز د تولید سبب ګرځي نو دا واضح کیږي، چې صوت او نور د څپې په صورت کې خپریږي کیږي.

په لنډه توگه هر شی، چې په سترگو لیدل کیږي او په غوږونو اوریدل کیږي د څپو په واسطه دی. او همدا څپې دي، چې فریکونسي منځ ته راوړي په کلي توگه څپې په لاندې دوو ډولوونو ویشل کیږي:

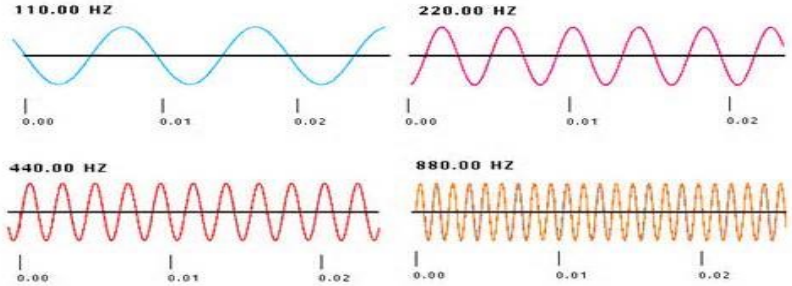
1. د (صوت) میخانیکي څپې:

نوموړي څپې د خپریدو لپاهره یو مادي محیط ته اړتیا لري یا په بل عبارت د اوبو، هوا او جامداتو او د هغې په نورو ډولونو باندې هم خپریږي یعنې د صوت تولید په میخانیکي عملي سره صورت ومومي.

2. الکترومقناطیسي یا راډیویي څپې:

الکترومقناطیسي څپې په خپل مقابل کې هیڅ مانع یعنې بندیز نه لري ولی هغه ضایعات، چې نظر په جوي او ځمکني شرایطو کې لري او هغه فاصلې کومې، چې وهي یعنې طې کوي نو لیرې او نږدې کیدی شي.

نوموړي څپې د انتشار لپاره مادي محیط ته اړتیا نه لري او په خلا کې هم خپریدی



شي. نوموړي څپې د سمتي لیږدونکو او غیر سمتي لیږدونکو په واسطه خپریږي. هکذا ټولې دغه څپې د یوې بڼې یا شکل لرونکي نه دي. همدارنگه دڅپونو شکل

یعنې بڼه د څپې یو ډول لمن لرونکي ده دي او نومړي لمن فریکونسي په تغییر سره وي.

صوتي څپې (Audio Frequency) ۲۰۰۰/۳۴۰ متره سرعت لرونکي په في ثانیه کې او د (۲۵) هرتز څخه تر (۲۵) کیلو هرتز محدودې فریکونسي لرونکي دي. ولی راډیویي څپې (۳۰۰) زره کیلو متره في ثانیه کې د برابر سرعت لرونکي دي.

د غږیزو څپو ځانګړنې

1. **د** F **څپې فریکونسي** د څپو تعداد، چې په یوه ثانیه کې تولید او اهتزایز کوي فریکونسي ورته ویل کیږي، چې د هغې واحد هرتز دی. هرڅومره، چې د یو شخص د اواز فریکونسي زیاته وي دهغه اواز زیروي او د اشخاصو او افرادو فریکونسي یو له بل سره توپیر لري.

د اهتزازاتو تعداد په یوه ثانیه کې= فریکونسي.

2. **د تناوب زمان (وخت)** هغه مدت یا وخت ته ویل کیږي چې طول کوي او د یوه کامل څپې مسیر یعنې تګ لاره، چې طي کړي هغه ته د تناوب وخت یا زمان وایي، چې دا د ثانیو په حساب دی. د تناوب وخت یا زمان د اړیکې یا رابطې لرونکی دی لکه دلاندې رابطې په شان:

F/T= 1 یا F= 1/T=1/F

1 KHz= 1000Hz

KHz 1000= 1MHz= 1000000Hz

1GHz= 1000000000Hz= 1000MHz

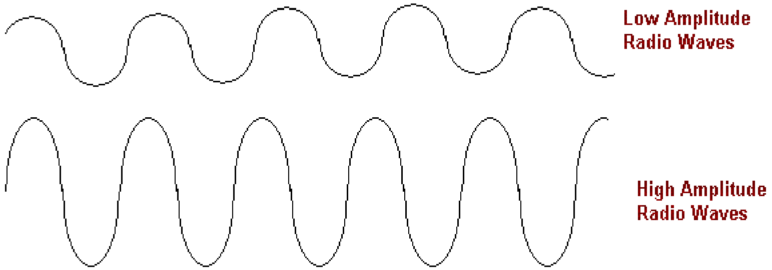
Tetra Hz= 1000GHz

3. **د څپې لمن** (**Amplitude**)

Peek (قلعه) يعنې څوكې د پاسه فاصله په څپې باندې تر بنكتې **Peek** يا قلعې يعنې بنكتې څوكې څپې پورې (د څپې د لوړوالي شدت) ته وايي دهغط واحد ولټ دی.(۳۹)

4. د څپې طول (اوږدوالی)

د فاصلې له ابتدأ څخه تر انتها پورې فاصلې ته څپه ويل كيږي، چې د هغې واحد متر دی. هر څومره، چې ديوې څپې فريكونسي زياته وي نو د هغې د څپې طول يعنې اوږدوالی كم وي.



(د څپې طول د متر په حساب **L=FxV**)

(هرتز فريكونسي په حساب=**F**)

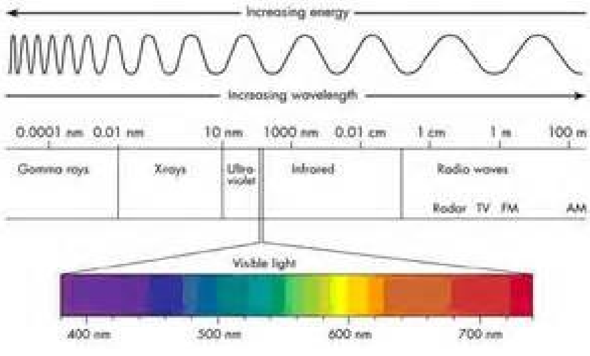
په لنډ ډول هر څپې ته د رياضي په يوې معادلې سره نمايش ورکول کيږي د ساري په توګه:

2F(زاويه يي فريکونسي) Sin (wt)+QXV=V

الکترونيکي جريانونه او څپې د سيم په بهرني کچه کې او يا په اوسپنيزه ميله کې حرکت کوي نو په دې دليل د انتن ميلې په ځانګړي ډول په لوړو فريکونسيو کې خالي يعنې تشوي.

د څپو محدوده (Wave Range)

الف: صوتي څپې: صوتي څپې د يوې ځانګړې محدودې لرونکي دی. د صوتي تارونو په ډول د انسان خنجره (مرۍ) د هر ډول اهتزازونو په ارتعاش باندې په ثانيه کې په دې باندې قادر نه وي او همدارنګه د انسان د غوږ پرده هم د ټولو څپېو په اوريدلو باندې قادره نده، چې نومورې محدوده د انسان لپاره د ۲۵ هرتز



څخه تر ۲۵ کيلو هرتز پورې وي او له دې څخه کمه يا زياته محدوده د انسان لپاره

د فهم او درک وړ نه ده، ولې ځيني حيوانات تر ۲۵ كيلو هرتز پورې اوريدلی شي او د هغو غوږونه به دې باندې قادر دي.

ب: راډيويي څپې: په هره ليږدونكی فرستنده كې د ويناند اواز، په يوه مشخصه فريكونسي سره په ارتعاش (يعنې لړزه) راځي تر څو نور استيشنونه د هغې سره مدغم يعنې ګډ نه شي يا مخلوط نه شي حركت كوي. د ۳ (**region**) منطيقې لپاره تعين شوي فريكونسي:

88MHz-108 MHz FM

58 MHz-64MHz SW3لنډې څپې

لنډه څپه **12 MHz-21MHz 5W2**

لنډه څپه **4 MHz-12MHz SW1**

متوسطه څپه **530 KHz= 1600KHz**

اوږې څپې **280 KHz-300KHz**

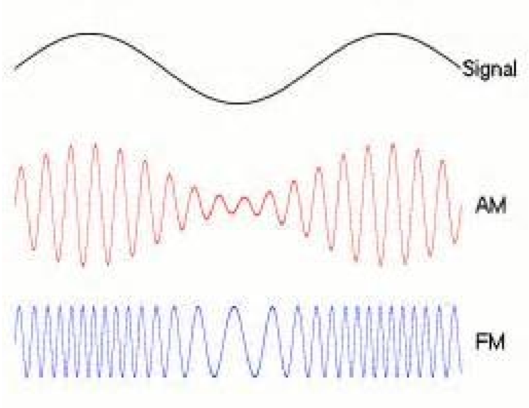
$$\text{د څپې} = \frac{\text{د راډيويي څپو سرعت}}{\text{د څپې فريكونسي}}$$

پوهيږو د يوېڅپې طول حداقل ۱۰۰۰ متره وي نو په دې اساس د نومورې څپې پيدا كيدل اړين دي. ۱۰۰۰ متره بايد له فرستندې څخه فاصله ولرو او حد اكثر هغه مسافه، چې موږ نومورې څپې پيدا كړی شو ۱۰۰۰ متره وي. له دغې څپې څخه په صافه يا هموارہ كچه كې (لكه سيند) اوكښتي په بيسمونو كې استفاده كيږي. ددغه څپې پيدا كول په ښار كې امكان نه لري.

همدارنگه ابتدایي فاصله تر انتها پوري د MWڅپې د ۱۰۰ څخه تر ۱۰۰۰ په منځ کې دي، یعنې د څپې موندل په ښار کې دامکان وړ نه دي همدارنکه لومړنی فاصله تر انتها پوري د یوه څپې (SW) د ۱۰۰ څخه تر ۱۰۰۰ مترو په منځ کې دي یعیې د څپې طول او ددغو څپېو څخه راډیو کې گټه اخیستل کیږیپه دې ترتیب د څپو بوږه (SW) او (MW) په شپه او ورځ کې دیو بل سره توپیر لري. دا په دې معنی، چې دیوه راډیویي انتن ځای پر ځای کیدلو سبب شي، چې په نتیجه کې د ډېر ښه اواز د اوریدلو سبب شي یو بل خورا مهم ټکی د فریکونسي د لوړوالي په علت د (SW) له څپېوړ څخه گټه اخیستنه زیاته کړي ده. نور مواد داچې په څپو کې کمول (SW) او د راډیو د ښه اوریدلو لپاره نوموړي څپې په څو برخو ویشلي دي. (sw1) ,(sw2) , (sw3).

د راډیویي څپو ډولونه

۱. (HF) څپې: هغه څپې دي، چې د ۳۰ څخه تر ۳۰۰ مترو میگاهرتزو په منځ کې وي. فریکونسي یې لوړه یاد څپې طول یې ښکته وي د هغېڅپې طول د یو (۱)څخه تر سلو ۱۰۰ مترو په منځ کې وي د (HF) څپه ورته وایي. نوموړي څپه د دوو عیبونو لرونکی دی:



الف: د نوموړي څپې په خپريدلو کې د ځمکې له لارې، طبيعي موانع صرف غرونه او وچې ځمکې او دښتې دي، چې اوبه نه لري يعنې وچې وي دا دصوتي څپو مخينوی کوي، چې په پای کې د هغې بريا کميږي.

ب: د نوموړي څپو خپريدل په هوائي صورت کې، پورته څپې د جوله له لايه څخه عبور کوي او مخ په پورته ځي او نور ځمکې خوا ته نه منعکس کيږي.

پورتنی څپې د ددو عيبونو د رفع کولو لپاره د هغې په ځمکنی خپريدو کې د لارې په مسير کې په غرونو او لارو کې انتنونه او ريلې گانې د هغې د تقوې لپاره نصب کوي او د هغې په هوايي خپريدو کې مخکې د جوي لايه څخه انتن د (سپوږمکی) په فضأ کې نصب کوي تر څپې له فرستندي څخه پيدا کړي او دهغه د پورته خوا څخه لاندې خواته خپاره کړي.

2. د (UHF) څپې: هغه څپې دي، چې د ۳۰۰ ميکاهرتز په محدوده کې وي. فريکونسي ډېرې جگې او په ډېر تيتوڅپو د طول سره (د هغوڅپو طول ۰،۹څخه تر ۱ متر پورې وي). د (UHF) څپه ورته وايي. ددغې څپې خپريدل څه ځمکنی او څه هوائي درست لکه د (HF) څپې غوندې وي.

3. د (SHF) څپې: هغه څپې، چې د (۳) څخه تر (۳۰) ميګاهرتز په محدوده کې وي، چې دڅپې طول يې نسبت نورو څپو ته د زيات بورد لرونکي وي، د نوموړوڅپو خپريدل هم صحيح او هم درست لکه د (VHF) او (UHF) په شان وي او د نوموړي څپې څخه په سپوږمکی (ماهواره) کې استفاده کيږي.

۴. (EHF) څپې: هغه څپې دي، چې د ۳۰ څخه تر ۳۰۰ ګيګاهرتز په محدوده کې وي. د ډېر ټيټېڅپې لرونکي او د جګې فريکونسی لرونکي دي، چې د (EHF) څپې په نوم ياديږي. د نوموړي څپې طول د (۱) يوه څخه تر ۰،۰۰۱ متره وي.

۵. UHF=ULTRH HIGH FREQUENCY

SHF=SUPER HIGH FREQUENCY

EHF=EXTREMELY HIGH FREQUENCY

لېږدېدونکې څپې

په انګليسي کې د (Carrier) په نوم ياديږي، چې په حاملوڅپو باندې پوهيدل د ژورناليستانو لپاره يو ضروري امر دی، چې دادې د هغې په تشريح باندې پيل کوو. همدارنګه مو وويل، چې صوتي څپې هم د فريکونسيمو د کموالي په سبب نه شي کولی، چې ليري فاصلو ته ولاړ شي. بناً د صوتي څپو د ليږدولو په سيم کې ليرې ځايونو ته لومړی صوتي څپې په برقي څپو بدلوو اوتر هغې وروسته هغه د هغو څپېو سره، چې فريکونسي يې لوړې وي او ليري ځايونو ته يې ورسوي د حاملو څپو په نوم ياديږي. ولی څپې ورکوو (Modium) د ورځې ليري فاصله نه شي وهلی او د شپې لخوا ليرې فاصلو ته رسيږي؟ ولې د (sw) څپې شارت يا لنډې د ورځې کولی شي، چې زياتې فاصلې تر خپل پوښښ لاندې راولي.

دا مسله د جوي اوضاع د لمر دنور لړيدل پرځمکه او د ځمکې حرکت پوري تړلي دي کله، چې د لمر نور عموداً پرځمکه ولړيږي د فضأ د طبقاتو له لارې ځمکې ته رارسيږي او د فضأ طبقات د هوا څخه خالي دي. کله، چې دلمر نور ددغې طبقې په هوايي ذراتو باندې ولګيږي همدغه د هوا ذرات په خپل اطراف کې مقناطيسي ساحه توليدوي. لکه خالي ذرات پرته د لمر له حرارت څخه. شکل

که په خالي ذراتو کې وګورو د هغې په اطراف کې خلاوی وجود لري که د لمر په ذراتو کې لګيدلی يا توليد وليدل شي نو ډيرې وړې او کوچنی خواوی په نظر کې راځي، چې د برق منفي چارجونه خلاوی ډکې کړي دی. کله، چې د راډيو سګنال د لوی طول څپې سره فضأ ته وليږدول شي د لومړی طبقې سره په ټکر کې بېرته ځمکې ته راګرځي او له هغې ځای څخه بېرته له يوې زاويې څخه ځان فضأ ته رسوي، چې دا په دوه درې ټکرونو سره د ځمکې او فضأ سره ضعيف کيږي نو په خاطر دي، چې ليرې فاصلې نه شي پوښښ کولی. شکل

اما لنډې څپې داچې د هغو څپې لنډې او وړې وي د وړو او غټو خلاو له منځ څخه د فضأ يوې يا دو طبقو ته عبور کوي او پورته طبقو ته رسيږي. شکل

اوکله، چې د لمر شعاع عموداً پر هماغه طبقه باندې ولګيږي اود فضأ منفي چارچونه هم وجود ولري. د راډيو سګنال ددوو طبقو په منځ کې په مختلفو زاويو سره په حرکت کې وي. کله، چې د چارچ ضعيفې نقطې نوموړي طبقو ته ورسيږي او ځمکې ته بېرته را وګرځيدلی شي، چې د ځمکې هرې ساحې ته راورسيږي. د هغې سيګنال د اخسيتو وړ دی او راډيو کارکوي. عموماً ليرې منطقې په سمتي انتنونو باندې سګنال کوي ولې به دقيقې محاسبې او معين وخت سره.

HOP: د راډيويي څپې انعکاس مسير د يوسنيفير څخه د ځمکې خوا ته له يوې نقطې څخه بلې نقطې ته د څپېو په انتشار سره.

الکترومقناطيسي څپې

د مقناطيسي انرژۍ له انتشار څخه عبارت دی، چې له برقي جريان څخه توليديږي او فضأ کې وي. کله، چې برقي جريان له يو هادي څخه عبور وکړي او نوموړي هادي په اطراف کې يوه مقناطيسي ساحه رامنځ ته کيږي دا ځکه د تجربو پر اساس (Makzawal) انگليس په دې برخه کې سرته رسولي. الکترومقناطيسي حوزه هيڅکله يوه له بل څخه جلا ندي، ځبرته، چې د هغو له يوه څخه ديوه اثر موجود وي ولی د بل اثر به راظاهريږي. د مگزوال د رياضي په ټولو تحقيقاتو کې درج د موضوع په اړه ډېر زيات او وسيع دي، چې د هغې تشريح کول ځانته برخه ايجابوي. موږ دلته په ساده صورت سره الکترومقناطيسي څپې، چې د مقناطيسي او برقي حوزې په نتيجه کې منځ ته راځي مطالعه کوو.

د سارې په توگه که موږ يو مسي سيم له وسط څخه په دوو ترمينلو د برق له مولد سره وصل کړو او ددې سيم په اطراف کې به يوه الکتريکي او يوه مقناطيسي حوزه به رامنځ ته شي، برقي حوزه د برقي پوتانسيل له اختلاف نه خالي ده، چې د سيم په دواړو سرونو کې وجود لري او مقناطيسي حوزه هم د جريان نتيجه ده، چې د نوموړي سيم څخه تيريږي.

کله، چې د نوموړي برق مولد جريان متغير وي واضح ده، چې د نوموړي حوزې برقي او مقناطيسي جريان به هم متغير وي، ولې ددغو دواړو حوزو امتداد تل يو دبل سره عمود وي. هر کله، چې د نوموړی سيم په داخل کې متغير جريان زيات

سرعت ولري الکترونیکي او مقناطیسي حوزې د جریان په نتیجه کې راپیدا کیږي. په ګاونډه فضأ کې هغه سیم انتشار کوي، یعنې کله، چې دیوه لوري مقناطیسي برقي حالت له فضأ څخه تغییر وکړي، حاصل شوي تغیرات د دوو حوزو په صورت کې الکتریکي او مقناطیسي یو ځای د نور سرعت ته یعنې 300000km/sec په فضأ کې خپریږي. همدغه الکتریکي مقناطیسي فضأ یو ځای پرهغه سرعت، چې پورته یې ذکر وشو په فضأ کې خپریږي د (الکترومقناطیسي څپو) په نوم یادیږي. داچې نوموړي څپې د لومړی ځل لپاره د هرتس (Hertz) الماني په واسطه کشف شوی نو د هرتز په نوم مشهور دی.

د راډیو د انتن لپاره د برق د تولید څرنګوالی

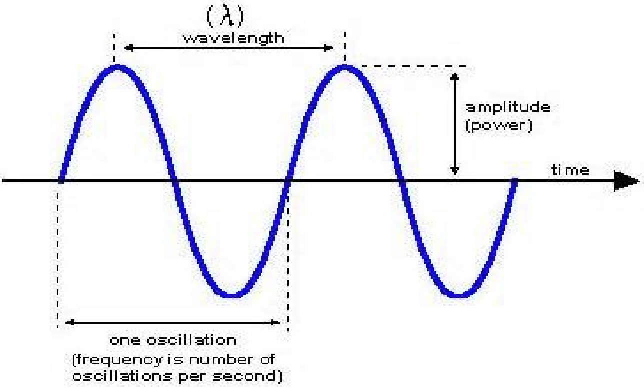
کله، چې منظم پیچي سیم ددایمي مقناطیس پرمخ ځای پر ځای کړو او په یو طرف ورته حرکت ورکړو، د مقناطیسي قوي خطوطه، چې N له قطب یا شمال په طرف د S په طرف یا جنوب ته په حرکت کي دي خپله لاره منحرف کوي د پیچي سیم له لارې خپل ځان د N څخه S ته رسوي او خپله دوره تکمیلوي، چې د برقي جریان په اصل کې هماغه د مقناطیسي قوي خطوطه دی، چې په سیم کې حرکت کوي. داچې فلزات په ځانګړي توګه مس د خطوطو لپاره ښه هادي دي، ددې په عوض، چې نږدې فاصله طی کړي او N څخه S ته ورسیږي لیري او اوږده لاره د سیم په واسطه په اسانی سره طې کوي او خپل ځان د S څخه N ته رسوي. دلته دوه علتونه موجود دي یو زیات سرعت او بله داچې د هادي هوا ښه نه ده.

د سارې په توګه له سروبي څخه کابل ته ځان را رسوي او د کورونو څراغونه روښانه کوي او بېرته ځان سروبي ته رسوي. په هر صورت کله، چې د مقناطیسي قوې

خطوطه له سیم څخه تیریږي برقي جریان تشکیلوي. کله، چې برقي جریان په سیم کې وجود ولري د سیم په شاوخوا کې مقناطیسي ساحه تولیدیږي.
کله، چې د اواز فریکونسي د (carrier)فریکونسیو په واسطه د فرستندي د انتن په واسطه یو لوړ طاقت سره جریان پیدا کوي په خپل اطراف کې مقناطیسي ساحه تولیدوي، چې دغه ساحه نوره د برق جریان نده یوازې مقناطیسي ساحه ولې کله، چې نوموړې ساحه ځان د اخذي انتن یا (راډیو) ته رسوي او کله، چې د راډیو په انتن کې جریان پیدا کړي ببرته په ضعیف برقي جریان باندې بدلیږي.

د فریکونسي د څپې طول

الکترومقناطیسي څپې هم د تولیدي مرکز څخه، چې فرستنده دی د یو ډول څپه یي حرکت پصورت کې د اوبو د دڅپو انتشار ته شباهت لري، چې مخکې هم ورته اشاره شوې ده، چې په فضأ کې خپریږي او ددغو څپو په حرکت کې



هم نوسانات موجود دي، چې د لوړو ژورو په بنه وي. هر نوسان د سایکل په نوم یادیږي. ولې چې دغه نوسانات په نظر کې مهم راوړو او لوړې او ژورې د هغې نه سوأ تصور کړو د یوې لوړې (جګې) ترمنځ فاصله تر بلې لوړې (جګې) پورې د موج

د طول په نوم یادوي. څرنګه که موږ لاندې رواج په نظر کې ونیسو، نو وبه ګورو، چې الکترومقناطیسي څپې د خپل استقامت په اوږدو کې کله د خپل محور پورته خواته او کله ښکته خوا ته تمایل پیدا کوي.

کله، چې یوه څپه خپل حرکت له صفر څخه پیل کړی وي د محور پورته خواته اعظمي نقطې ته (maximum) ورسیږي او بېرته د صفر خواته تقرب وکړي او له صفر څخه تېر شي او اصغري (minimum) ته ورسیږي او بیا وروسته صفر ته ورسیږي. کله، چې یو الکترومقناطیسي څپه خپل حرکت له صفر څخه پیل کړی وي یو ځل له اعظمي نقطې څخه او یو ځل د اصغري نقطې څخه عبور وکړي او بیا هم صفر ته ورسیږي، نو وایي، چې یو سایکل یې پوره کړي دي، چې دغه سایکل د پیروډ (period) په نوم یادوي. اوس د یو الکترومګینټ څپه په یوه ثانیه کې څومره، چې د سایکل له دورو یا پیروډ (period) جوړ کړي ورته وایي. نوموړیڅپه د هماغه اندازې فریکونسیو لرونکی دي. د کمو فریکونسیو څپې نه شي کولی، چې اوږدې او طولاني فاصلې طی کړي، دسارې په توګه صوتي څپې دا چې د کمو فریکونسیو لرونکي دي نه شي کولی د څو سوو مترو له فاصلې څخه تېر شي تکرار دی. نو د راډیویي څپو لپاره لوړې فریکونسې په نظر کې نیول کیږي. لذا هغه په کیلو سایکل او میګا سایکل یا کیلو هرتز او یا میګا هرتز سره اندازه کوي. مخکې مو وویل، چې د راډیو څپو سرعت په فضأ کې (300000) کیلو متر في ثانیه کې دی. چون په هره ثانیه کې څپې د F د لمداد څپې د طول په برابر مخکې ځي، فلهذا د راډیو د څپې طول کولی شو د لاندې فرمول څخه لاسته راوړو:

$$\text{لمدا}=300000 \qquad \text{د څپې طول}=\frac{\text{رڼا د سرعت}}{F_{\text{د}}\ \text{فريکونسی}}$$

الکترومقناطيسِيڅپې او د هغې د خپريدو سرعت

الکترومقناطيسي څپې دددو خاصيتونو لرونکي دي يو يې برقي او بل يې مقناطيسي دي، يعنې الکترومقناطيسي ورته ويل کيږي او په فضأ کې د نور په سرعت سره خپريږي. دغه څپې په حقيقت کې د نوري څپو سره مشابهت لري او الکترومقناطيسي څپو په منځ کې د طول فريکونسي X د څپو طول = سرعت فريکونسي په ثانيه او دڅپې طول يې په متر سره اندازه کوي.

د ژورناليستانو لپاره د فريکونسي او طول څپې د پيدا کيدو اړتيا

د ټولو ژورنالسيتانو لپاره، چې د مختلفو ډله ييزو وسايئلو کې په دنده مشغول دي لازم او اړين دي، چې د اړيکو په ټولو وسائيلو، چې خبر اطلاع د هغې وسيلې له جملې څخه حسابيږي. ژورنالسيتان تل د تازه او اطلاعاتو د لاسته راوړلو او دهغې د خپريدلو لپاره اوريدونکو لپاره اړين دي، چې د مختلفو هيوادونو له راډيوګانو څخه استفاده وکړي.

د طول څپې او فريکونسي پيدا کول، چې راډيو پوري اړه لري په لاندې اړيکې سره په اسانی سره لاسته راځي. کله، چې د راډيو اخذه په خپل واک کې ولرو د سارې په توګه که د افغانستان راډيو د ۴۵۴،۵ په طول څپې باندې خپرونه کوي، موږ کولی شو پيدا کړو، چې افغانستان راډيو په هغو څپو باندې خپرونه کوي، چې فريکونسي يې په هره ثانيه کې (٦٦٠،٠٦) کيلوهرتز دي.

همدارنګه که د یوه څپې طول لاسته راوړو. همدارنګه د افغانستان لپاره د بي، بي،سي ددري برخې د سیاسي او خبري خپرونې خپریدل د ۲۴۰MW متره فریکونسي ۱۲۵ هرتز او لنډ څپېsw ۳۱ متره فریکونسي ۹۵٦۵ کیلوهرتز خپریږي. همدارنګه د بي،بي،سي ددری برخې خپرونې د سپوږمکۍ لاندې په انالوګ طریقه په دا ډول خپریږي outlast hot bird,5 سپوږمکۍ د یارلس درجې شرقي، فریکونسي (۱۱۱۱۴) مګاهرتز.

د څپو تصنیف

د راډیو مختلف څپې د هغې د څپې او فریکونسي له لارې پیژندل کیږي. پخوا وخت کې دڅپې طول زیاتره استعمالیده ولې نن سبا د هغې پرځای فریکونسیوته ترجیح ورکوي. همدارنګه اروپایي هیوادونه د څپې د طول څخه او امریکایې له فریکونسیو څخه استفاده کوي.

د ۱۵ څخه تر ۱۵۰۰ پوري فریکونسي په پخوا وخت کې او له ۴۰ څخه تر ۲۰،۰۰۰ په ثانیه کې نن سبا صوتي فریکونسي پیژندل شوي دی، ځکه، چې د صوتي نوساناتو فریکونسي، چې د انسان غوږ هغه احساس کوي ددغو حدودو په منځ کې دی.

دغه فریکونسي لکه څنګه مو چې مخکې هم د هغې یادونه وکړه د کیلو سایکل، میګاسایکل او ګیګا سایکل او تېترا سایکل (Tetra) په صنفونو باندې ویشل شوي دي، چې لاندې جدول د هغې لپاره مشرح دي.

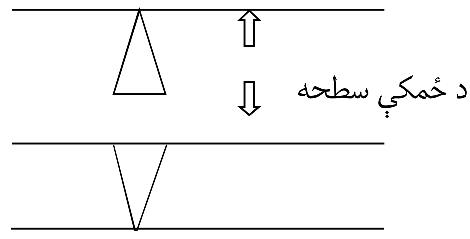
د فریکونسی نور   ډل بندي   سمبول   د خپریدو مشخصات

30KHz	ډېر ټیټې فریکونسي	VLF	د نړیوالی سطحې انتقال د ځمکې څپې سره او دیو نسفیر او د یونسفیر انعکاس
30-300KHz	ټیټې فریکونسي	LF	د سلګونو میلو لپاره انتقال د ځکنی څپې پوسیله، او یونسفیر په واسطه یې انعکاس په شپه کې زیاته فاصله هم ممکن ده
300-3000KHz	متوسطې فریکونسي	MF	د ځمکنی څپېګستره دیونسفیر څخه انتقال یوازې په شپه کې
3-3-MHz	لوړی فریکونسی	HF	د ځمکنی څپې انتقال یوازې ۱۰ میله د څوګونو انعکاساتو پوسیله د ځمکې او یونسفیر په منځ کې
30-300MHz	ډیرې لوړی	HF	په زرهاو میله
300-3000MHz	فریکونسی له	VHF	
3-30GHz	لوړونه لوړی فریکونسی	SHF	

30-300GHz	لوړې فریکونسی فوق العاده فریکونسی	EHF	انتقال یوازې د څپو په واسطه (دلیدو خط) د کمو فاصلو لپاره ددید د افق څخه زیات

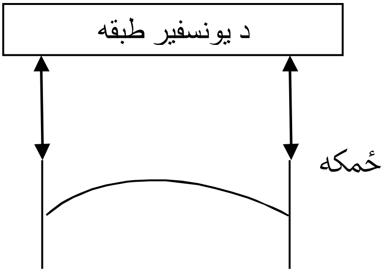
ځمکنۍ څپه

ځمکنۍ څپه هغه څپه دی، چې ښکتنی غاړه یې د ځمکې د سطحې پوسیله محدوده وي او په نتجه کې د ځمکې منحني تعقیبوي. همدا ډول، ځمکني څپې خیالي دي، یعنې په هره اندازه، چې فرستندي انتن د الکترومقناطیسي څپو د خپریدو لپاره له ځمکې څخه ارتفاع ولري، په هماغه اندازه په ځمکه کې خپلو خپرونو ته دوام ورکوي.



اسماني څپې

هغه څپې دي، چې د يونسفير څخه بهر Ionosphere د ځمکې خواته رالويږي.



فضايي څپې

هغه څپې دی، چې کولی شي هغه د ددو شعاعو لرونکي وګڼو، يو چې په مستقيم خط يې د دوو نقطو په منځ کې کوښښ کړي او بله شعاع، چې د هماغو دوو نقطو په منځ کې له ځمکې څخه حرکت کړی دی. ۲۲:٦ مونوګرام

د څپو د خپريدو لارې

د راډيويي اړيکو سيستم

د راډيويي اړيکو سيستم او د هغې څخه ګټې اخيستلو اوسني سيستمونه کولی شو او په دوو اصلي ګروپونو باندې ووشو:

اول: راډيويي او تلويزيوني خپرونې، چې په هغې کې اواز او تصوير دی.

دوهم: راډيويي شبکې د اړيکو د پوهيدو لپاهره ټکي په ټکي تليفون.

مخکې له هر څه نه د استفادې وړ د حاملو فريکونسيو په باره کې دسيستم لپاره بهتره ده چې د ډل بندی فهرست نه، چې يو ځای د مختلفو فريکونسيو د نوارونو د مشخص کولو لپاره کولی شو د هغط د پکار وړنې او د هغې د خپريدو د ځانګړتيا په اړه لنډ توضيح ته پاملرنه وکړو.

مخکې له هر څه نه بايد دغه موارد په نظر کې ونيسو:

1. جګې فريکونسي تقريباً يو ګيګاهرتز هم د (ميکروڅپې) د فريکونسيو په نوم مشهوري دي.
2. راډيويي څپې د اتومسفير له لارې معمولاً په دريو طريقو، ځمکني څپې، اسماني څپې، او فضايي څپو په نوم خپريږي.

باند (BAND)

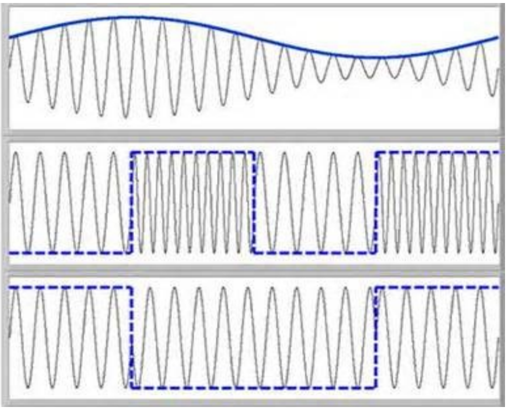
د باند کليمه د هغو څپبو لپاره، چې د دوو مشخصو فريکونسيو په حدودو کې واقع دي استعماليږي، يعنې هر څپه، چې د دوو فريکونسيو د فاصلې په منځ کې واقع وي باند تشکيلوي.

د سارې په توګه HF، چې د MHz ۳۰ تر ۳ پوري دي.

باند: ددوو مشخصو فريکونسيو په منځ کې.

ماجوليشن (Modulation) مخلوطه کوونکي

د يوه راډيويي څپې پرمخ د يوه صوتي سګنال يو ځای کوونکي ته ماجوليشن وايي او په دوه ډوله دي:



1. دAM لمن ماجولیشن: په دا ډول ماجولیشن کې راډیویي فریکونسیو لمن صوتي څپو د لمن سره هم غږي تغیر مومي، ولی د متوسطو څپو د اخذې عمده نقص دادی، چې پرازیت یعني (اضافي اواز) هم را اخلي.

2. د FM د فریکونسی ماجولیشن: په دغه ماجولیشن کې د راډیو فریکونسی نظر صوتي فریکونسیو ته تغیر کوي دا په دې معنا ده، چې د اول سایکل + RF په نیمایي کې او د دوهم سایکل RF په نیمایي کې وي او دهغې لمن هم تغیر نکوي. دا ډول ماجولیشن د کمو پرازیتونو لرونکي او د FM، VHF او UHF په څپو کې دویمه او دریمه یې تصویري څپې دي پکار وړل کیږي(۲۳:۷).

د FM ښه والی پر AM باندې

1. د بانډ عرض (Band width) په FM کې انتقال زیات له AM څخه.

2. د سگنال میزان په نایز (S/N= SIGNA TO NOISE RATIO) په FM کې زیات له AM څخه دي او همدارنگه د FM په ماجولیشن کې کم قدرت تلف یا ضایع کیږي.

3. د FM په ماجولیشن کې د انتقالي څپې فریکونسي د سګنال د لمنې پر بنا ماجولیتر تغییر مومي پداسې حال کې، چې د لمن په ماجولیشن کې د انتقالي څپې لمن د ماجولیتر د لمن د سګنال پربنا تغییر کوي او په همدې دلیل د FM ماجولیشن کم پرازیت نسبت AM ته پیدا کوي.
4. د هغې خروجي طاقت (Power) ثابت دی.
5. بهرنی عوامل FM نشي تحریب کولی.

د ماجولیشن ضریب Modulation Degree (M)

د صوت د څپې لمن نسبت د حامل څپې لمن ته د ماجولیشن ضریب ورته وایي.

د FM څپو بڼه والی

د FM طر یقه خلاصه ده دا یو د هغه له ښوالی څخه دی دا ځکه، چې د EHF, SHF, UHF, VHFڅپې، چې د FM په طریقه ارسال کیږي د زیاتو فریکونسیو لرونکي وي او پوهیږي، چې هر څومره فریکونسي زیاتی وي د بانډ لمن هم زیاته وي.

د AM په طریقه کې د MW او SW د پهنایي بانډ حدود 10KHz او د FM په طریقه کې د ارسالي څپو حدود 150KHz دي او پوهیږو، چې د صوت د فریکونسي محدوده د 20 څخه تر 30KHz پوري وي. نو پدې اساس د LW او MW او SW فرستندي د ټولو صوتي فریکونسیو په خپریدو باندې قادرې نه دي ولی هغه فرستندي، چې د FM په طریقه خپریږي د ټولو صوتونو په خپریدلو باندې قادرې دي.

دیجیتل ماجولیشن (Digital Modulation)

د ماجولیشن د طریقې یو ډول دی د مایکروویو په سیستم کې د اطلاعاتو د انتقال له لارې د منقطع فاز او فریکونسي، چې د دیجیتا سګنال پوسیله مشخص کیږي.

راډیویي څپې څنګه موندل کېږي؟

راډیو د راډیویي څپو د خپریدو او تشعشع څخه اخیستل شوی دا، چې د راډیو خپرونې د الکترو مقناطیسي څپو په بڼه خپریږي نو راډیو ورته ویل کیږي نو راډیو یعنې، اله یا وسیله ده، چې د صوتي څپېو د ثبت کولو او خپرولو سره سروکار لري.

موږ د یوې راډیویي خپرونې معمولاً دوو جلاو دستګاوو ولی د یو بل سره مرتبطو ته اړیتا لرو، یو د ترانسمیتر دستګاه یا د څپو فرستنده یعنې لیږدونکي دستګاه او بله راډیو او بله د راډیو د اخذې یعنې د څپو (اخیستونکي دستګاه).

ترانسمیترونه یا لیږدونکي دستګاه راډیویي څپې عادي او معمولي اوازونه، چې د انسانانو، حیواناتو، اجسامو او د وسایلو او یا دسارې په توګه، موسیقي، چې په ازاده فضأ کې د ٣٣٦ متر في ثانیه کې په حرکت کې دي، د خپلو ځانګړو پرزه جاتو په مرسته راخلي او هغې ته د نور معادل سرعت، یعنې 300000 کیلو متره في ثانیه کې خپروي او د الکترومقناطیسي څپو په بڼه یې په ازاده فضأ کې خپروي.

د ترانسمېټر تعریف

یوه الکترومقناطیسي وسیله ده، چې عادي اوازونه د حاملو څپېو پرمخ د مقناطیسي څپېو پوسیله فضأ ته پرتاب کوي او دغه څپې راډیو د مخصوصو پرزه جاتو په واسطه راخلي او زموږ غوږونو ته یې را رسوي.

راډیو ټرانسمېټر

یو الکترومقناطیسي وسیله ده، چې عادي اوازونه د حاملو څپو پرمخ د مقناطیسي څپو پوسیله فضأ ته پرتاب کوي او دغه څپې د راډیو د مخصوصو پرزه جاتو په واسطه راخلي او زموږ غوږونو ته یې راستوي. د راډیویي فریکونسیو یا حاملو سګنالونو

(carrier) د توليد او تقويت په منظور او د هغې ماجوليشن د صوتي سګنالونو سره د انتن له لارې د خپريدو لپاره په فضأ کې د الکترومقناطيسي څپو په صورت کې دي. داچې څنګه موږ اواز په الکترومقناطيسي څپو بدلو او بيا يې په هوا کې خپرو، داسې دي، چې انرژي په مختلفو اشکالو پيدا کيږي او دانرژی هره بڼه کولی شو په بله بڼه تغيير او هم د راډيو په خپرونو کې له دغه کوچني واقعيت څخه استفاده وکړو او د راډيو خپروني ممکنوي.

کله، چې موږ خبرې کوو موږ صوتي څپې جوړو، دغه صوتي څپې د يو سلسله اهتزازاتو نه عبارت دي، چې په هوا کې خپريږي ولی ډېر ژر محدود اوږ نابوده کيږي. ددې لپاره، چې وکولی شو خپل اواز ليرې مصافې ته د اوريدونکو غوږونو ته ورسوو هغه لومړی په برقي څپو باندې بدلوو او هغه وسيله، چې زموږ دغه ارزو پوره کولی شي مايکروفون دی. کله، چې مو څپې د خپلو اهتزازاتو مطابق په اهتزاز راوستل او د هغې په تنيجه کې دغه اهتزازت د وړوکي برق جريان صفحه د صفحې حرکت کم او زيات کيږي او د مايکروفون پيچي سيم دغه جريان د امپلي فائر په واسطه تقويه کوي.

اوس که غواړو دغه برقي څپې مستقياً هوا ته خپاره کړو، د زيات مصرف غوښتنه کوي او هم د مقناطيسي څپو ليږدول، چې له هغو څخه برقي څپې پيدا کيږي ډيرو ليرو مسافو ته هغه د نورو څپو سره، چې د يو نوسان جوړونکي په واسطه منځ ته راغلي او لنډ څپې د طول لرونکي او د لوړې فريکونسی لرونکي دي ليري نقطو ته انتقال کوو هغه فاصله، چې يو الکترومقناطيسي څپې د فرستندي له انتن څخه وهي د فرستندي طاقت قوي وي په هماغه اندازه د هغې مولد څپې به زياته فاصله

طی کړي. برقي څپې، چې په مایکروفون کې تولید شوی دمتعددو او قوي امپلي فایرونو په واسطه تقویه کیږي او د هغو څپېو سره، چې په (نوسان جوړونکي) کې تهیه کیږي سره یو ځای کیږي او د مختلفو انتنونو له لارې خپریږي.

دغه مخلوط شوي څپې، چې د لومړنیو او د دوهمو څپو په نتیجه کې تشکیل کیږي د مورلایزڅپو (Moralize)په نوم یې یادوي. هغه برقي څپې، چې د مایکروفون په واسطه په سټوډیو کې جوړ شوی وروسته له هغې، چې په کافي اندازه تقویه شوی د کیبل او مایکروویف په واسطه د فرستدي استیشن ته انتقال مومويي او په هغې ځای کې د نورو څپو سره، چې دنوسان جوړونکي په واسطه جوړ شوی مخلوط کیږي او انتن ته منتقل کیږي او له هغې ځایه په مقناطیسي څپو په صورت په فضأ کې خپریږي.

فرستندي (لیږدونکي)

فرستندي د څپو د توسع له نظره د مختلفو فریکونسیو لرونکي دي او په دریو گروپونو ویشل شوي دي:

1. د متوسطه څپو د انتشار د قدرت لرونکي فرستندي: دغه فرسندي د ملي نیز په نوم یادیږي او ددغې فرستندي په واسطه د الکترومقناطیسي څپو خپریدل په ټول هیواد کې ممکن دي او د یوه هیواد ټول خلک د هغې د پروگرامونو څخه په ځانگړي توگه د شپې له خوا گټه اخیستلی شي.
2. محلي فرستندي: دغه فرستندي، چې په ځینو هیوادونو کې د ولاتي راډیوگانو په نوم مسما شوي دي د خپلو پروگرامونو په خپرولو کې یو خاص او ځانگړی محل او یا ځانگړي گروپ دخلکو په نظر کې نیسي. هغه څپې، چې د دا ډول فرستندي

په واسطه توليديږي وړوکي ساحه ترپوښښ لاندې نيسي او ددغه ډول راډيوګانو په پروګرامونو کې عموماً خپله بودجه د اعلاناتو له لارې لاسته راوړي.

3. د بهرنيو پروګرامونو فرستده يا د ابحارو ماوراي فرستنده: هغه پروګرامونه د هيواد نه بهر خلکو لپاره د دغسې فرستندو په واسطه ارسال کيږي دغه فرستندي عموماً د لنډو څپو توليدونکي د ۹۸،۸ مترو په منځ کي وي.

پرازيټ

د پرازيټ تعريف يا (Noise) د انرژي په هر ډول او بڼه کې، چې وروسته د اخذي په واسطه پيدا شوي، سګنال او اضافي څپې کوم، چې لازم ندي او په اخذي کې د کيفيت د کموالي او اختلال سبب ګرځي پرازيټ ورته وايي هکذا، دا ډول پرازيټو ته نارا بلل شوي فريکونسي هم وايي. که خپلو څلورو خواو ته نظر وکړ، د صوتونو مختلف ډولونه زموږ په غوږونو باندې لګيږي موږ د داسې غږونو سره عادت کړی، زموږ په څلورو خواو کې مخابراتي، تلويزوني او راډيويي او د نورو مختلفو فريکونسيو اوازونه وجود لري، چې هغه موږ نه شو کولی په غوږو يې واورو دا يوازې په تخنيکي وسائلو کې اثر اچوونکي دي، چې د پروګرامونو د ثبت او نشر په جريان کې مزاحمت کوي، چې دا د نايز (Noise) په نوم ياديږي. د نارا بلل شويو اوازونو د له منځه وړولو چاره يا علاج، چې د سټوډيو د ساختمان او دراډيو له اخذې سره مستقيمه اړيکه لري.

د پرازيټ ډولونه

پرازيټ مختلف ډولونه او بڼې لري، چې هر يو يې په ډول نه په يو ډول د نظر وړ سګنالونو باندې مداخله کوي. پرازيټ په کلي توګه په دوو ګروپونو ويشل کيږي:

الف: داخلي پرازيټونه: دا ډول پرازيټونه په داخل د اخذې يا فرستندي کې منځ ته راځي، چې داخذې د الکترونيکي عنصر د هر ډول کړنو څخه حاصل کيږي، چې د نظر وړ لاسته راغلو څپېو د کړنو د اختلال باغث گرځي.

دا ډول پرازيټونه په څو گروپونو ويشل کيږي:

1. ضربه يي پرازيټ: دا ډول داخلي پرازيټ د انتفاقي تغيراتو په اثر د الکترونونو رسيدل ترازيستور او يا د ترازيستور کلکتور او ځراغ ته حاصل کيږي.
2. سپين پرازيټ (حرارتي): دا ډول پرازيټ د گرم والي او يا د مقامت پورتوالی او د امپلانس (Impedance) تغير سره الکترنيکي عناصر منځ ته راځي.
3. ژرتيريدونکي پرازيټ: دا ډول پرازيټ زياتره د خلا په ځراغونو کې منځ ته راځي.

ب: بهرني پرازيټ: هغه پرازيټ دی، چې له فرستندي او يا اخذې څخه بهر منځ ته راځي او يا د نظر وړ سگنال کې مداخله وکړي بهرنی پرازيټ ورته وايي، چې دا پخپله په څو گروپونو ويشل شوي دي.

1. **اتوم سفيری (ساکن) پرازيټ:** دا ډول پرازيټ د وريځو د تخليي په اثر په اسمان کې د بريښنا او غورس په وخت کې رامنځ ته کيږي.
2. **اسماني پرازيټ:**

الف: د لمر پرازيټ (خورشيد): دا ډول پرازيټ د لمر د حرارتي تشعشاتو او د اضافي فريکونسيو په منځ ته راتللو سره حاصل کيږي.

ب: کيهاني پرازيټ

دا ډول پرازیټ د لمر د پرازیټو په شان تولیدیږي ولی د هغې منبع لمر یعنې خورشید نه دی بلکې لیرې پراته ستوري دي.

راډیو: یو کلي اصلاح، چې په ځانګړي استفاده له راډیويي څپو څخه پکار وړل کیږي.

د راډیو څپې: الکترومقناطیسي څپې د کمو فریکونسیو سره له ۳۰۰ ګیګاهرتز په فضأ کې خپریږي.

راډیويي مقرارت (Radio Regulation)

د راډیو مقرارت عبارت دي د راډیويي څپو د اسفادېلپاره، چې کوم قواعد وضع شوي او ضمیمه د نړیوال کنواسیون د اتحادې د اړیکو دور (ITU) څخه او اصلي دلایلو د لزوم د وضع او د راډیويي مقرراتو رعایت یو دا، چې راډیويي څپې طبیعتاً جغرافیایي حد او سرحدات نه پیژني او په نتیجه کې راډیويي څپې، چې له کوم هیواد څخه خپریږي په اسانې سره امکان لري د نورو هیوادونو په مخابراتي شبکو کې، چې له هماغې فریکونسي څخه ګټه اخلي تداخل ایجاد کړي، چې البته دا تاثیر کیدای شي متقابل هم وي. بل دلیل دادې، چې د هیوادونو ترمنځ د اړیکو د وجود د نیاز یعنې اړیتا وضع او د مقرراتو رعایت او ځانګړی ستندردونه د هر هیواد په واسطه د راډیويي فریکونسیو له بانډ څخه ګټوره او مؤثره ګټه ایجابوي.

د نړۍ تقسیم بندي وېش په مختلفو برخو (د راډیو له نظره)

په مختلفو علتونو، چې د فریکونسیو له بانډ څخه په خپله خو ښه استفاده په هیواد کې کیدی شي مشکل راوزیږو. د لیرې اړیکو د نړیوالې اتحادیې تصمیم په دې باندې دی، چې د هیوادونو د اړتیاوو او جغرافیایي منطیقو او نورو او همدارنګه د مختلفو فریکونسیو د بانډ څخه ګټه اخیستل د مختلفو راډیويي سرویسونو اماده ګي

لپاره، یو کلي وېش په مختلفو منطقو کې د فریکونسیو د بانډ د ځانګړتیا په خاطر د راډیویي اړیکو د مختلفو سرویسونو سره سرته ورسیږي. ددې ویش په مطابق، چې د راډیویي مقرراتو په کتاب کې راغلي دي، نړۍ په درې اصلي ناحیو باندې ویشل شوي دي، چې د هغې شرح په لاندې ډول دی.

لومړمنطقه یا ناحیه (۱) او یا Region 1، چې پدې کې اروپا او افریقا او د پخوانی شوري ټولې اسیایي برخې مغلستان او هم غربي او اسیایي هیوادونه د ایران سرحداتو پورې.

منطقه یا ناحیه (۲) او یا Region2: چې پدې کې امریکا او د ګرېلند جزایر.

منطقه یا ناحیه (۳) او یا Region3: پدې کې اوقیانوس او اسیا پرته د پخواني شوروي له هیوادونو څخه. په یو کلي تقسیم بندی یا وېش کې د راډیو څپې د فریکونسیو او طول څپې په حساب د بانډ ردیف د (ITU) له طرف نوم ګذاري یا نومول شوي دي او لاندې جدول د هغې مشرح دی.

دڅپې نوم	د باند د فریکونسی نوم	سمبول	د فریکونسی حدود
ډېره اوږدهڅپه	ډېر ټیټې فریکونسی	VLF	30 KHz
اوږدېڅپې	ټیټې فریکونسی	LF	30-300KHz
متوسطه څپې	متوسطې فریکونسی	MF	300-3000KHz
لنډېڅپې	جګې فریکونسی	HF	3-30KHz
متریکیڅپې	ډېرې زیاتې فریکونسی	VHF	30-300KHz

متريک دسي د لوړو فريکونسيو ماوري خپې	UHF	300-3000KHz
سانتي متريک ډېرې لوړې فريکونسی خپې	SHF	30-300GHz
ملي متريک ډېرې زياتې فريکونسی خپې	EHF	30-300GHz

د اتحاديې ټول عضو هيوادونه کلنی حق الغضويت ورکوي، چې افغانستان ددې اتحادی غړی دي او خپل کلنی حق العضويت ورکړي.

حاده منطقه (Tropical Zone): دغه منطقه تقريبي او کلي د جغرافيايي عرض په منځ کې محدوده ده. ۳۰ درجې جنوبي او ۳۰ درجې شمال سربېره پر ايران افغانستان او پاکستان هم دی.

راډيو څه شی دی؟

په لومړيو وختونو کې يې راډيو د تلگراف او بيسيم تليفون په نوم يادوله. داچې نومونړی نوم ډېر اوږد وه او دهغې پکاروړنی ستونزې را ولاړولی نو فلهذا دا نوم، چې په راډيو بدل شو. د راډيو نوم د راډيز (Radiez) لاتيني کلمې څخه اخيستل شوی، چې د هغې مهنا شعاع دی.

د راډيو په واسطه د پيغام ليږدول د (Radio Transmitter) په نوم، چې د هغې دوهمه کلمه ورڅخه خذف شوي دي او دهغې لومړنی کلمې يعنې راډيو (Radio) باقي پاتې دي او تر نن پوري رواج لري ځکه، چې يو راډيويي مرکز يا استشن خپې

د نوري اشعه په شان په ډلييزه توگه د خپل زړه په خوښه سمت يا طرف ته استوي نو دراډيو کلمه د څپو تشعشع د فرستندي يعنې ليږدونکي په واسطه او د هغط لاره په فضأ کې او د هغې اخيستل د اخذي په واسطه معنى ورکوي. په ورځينى ژوند کې د راډيو کلمه په مختلفو معناو پکار وړل کيږي.

ځيني وخت راډيو، چې په کورونو کې څپېوده ده اخيستونکي معنا افاده کوي او کله د راډيو استيشن ته اشاره کيږي. ځيني وخت مخابراتي دستگاوو نه څه په ملکي برخو کې او څه په عسکري برخو کې په برکې نيسي او په نورو ځايونو کې ځيني طبي وسايل لکه راډيوگراف، راډيو سکوب او نور په دې معنا کې شاملوي. کله کله راډيو د مختلفو هيوادونو مختلفې فرستندي يعنې ليږدونکي احتوا کوي ولى راډيو د هغې په عملي معنا، چې زمونږ د نظر وړ دى عبارت دى له:

د يوې نشراتي موسيسى ټول تشکلات، چې خپل پيغام د الکترومقناطيسي څپېو په (صورت صوتي څپې، نه د تصويري څپېو په صورت اخيستونکي ته استوي) دى.

کله، چې د يوې موسيسې ټول تشکيلات وايو زمونږ منظور د تعمير ځاى، اداري پروسونل، تخنيکي پرسونل، تخنيکي وسايل او نور دي.

راډيو عبارت دى د فني او تخنيکي اړيکو اواز د الکترومقناطيسي څپو په واسطه ليرو فاصلو ته د فريکونسيو پرمخ تامينول او يا د مشخصو احتزازاتو څخه دى، چې دوه برخې پکې شاملې دي فرستنده او اخذه دي. يا په بل عبارت هغه وسيله ده، چې صوتي سگنال د څپېو په واسطه د يوې فريکونسي په مټ ارسال او اخذ کوي راډيو ورته ويل کيږي.

راډیويي چینل

د نړۍ ټولې راډیوګانې د لاندې اساساتو لرونکي دي، چې د مختلفو څپو په واسطه خپلو نشراتو ته دوام ورکوي:

1. میکرفون په سټوډیو او یا کوم بل ځای کې اواز اخلي او په وړوکي برقي جریان باندې، چې دهغې نوسانات د اواز یعنې غږ د نوساناتو ورته دی اړوي.

2. دغه برقي جریان که اړتیا وي بل جریان، چې د نورو صوتونو په نتیجه کې منځ ته راځي او نوموړي صوتونه په فیته، ریکارډونو او په (Cool Edit Pro) کمپوټري سیستم کې په لاس راځي د کنترول د خونې په داخل کې یو ځای کیږي او ځانګړې کلي په واسطه امپلي فایر ته ځي او په کافي اندازه تقویه کیږي او د کنترولي د کلي له لارې د عمومي کنترول خونې ته ځي او په هغې ځای کې هم په کافي اندازه ضایعات یې اصلاح کیږي.

3. دغه اشارې وروسته تر تقویې د ځمکې لاندې کیبل په واسطه او یا د هوا له لارې فرستندو یعنې لیږدونکو ته رسیږي. عمومي کیبل دوه ډوله دی. اساسي کیبل او دوهم اختیاطي کیبل داچې که په اول کیبل کې کوم غوارض رامنځ ته شي نو ددوهم کیبل څخه استفاده منځ ته راځي.

4. دغه کیبلونه یا وړوکی فرستندي د مایکروویوف، چې کولی شي صوتي څپې له سټوډیو څخه د فرستندي تراستیشن پورې ارسال کړي هغه یوه او یا څو فرستندو استیشنونو ته استوي.

کیبلونه په مختلفو ډولونو وجود لري ولی د سیګنال د انتقال لپاره راډیو د هغو له دوو ډولونو څخه استفاده کوي.

الف: (Coaxial cable)

ب: (Fiber Optic) يا نوري

۵. کله، چې دغه صوتي اشارات د راډيو فرستندو ته رسيږي. ډېر زيات تقويه کيږي او د حاملو څپېو په واسطه، چې ډېرو د لوړو نوساناتو لرونکي دي يو ځای کيږي، چې دغې عملې ته Modulation وايي.

۶. دغه نوی جريان، چې د دوو مخکينو جريانونو له ترکيب څخه منځ ته راغلي او هغه جريان، چې د نوساناتو په آثر ډېر لوړ، چې له فرستندي څخه جوړ شوی وه راځي او له دې ځايه انتن ته اتنتقاليږي او بيا له هغې ځای څخه هوا ته خپريږي.

۷. نوموړي اشارې د انتن اخذه ببرته يعنې دوباره اخلي او د اخذې د دستگاه داخل ته ورځي او هغلته وروسته له يو سلسله فصل او انفعلاتو هغو څپېونو ته، چې د صوت په آثر منځ ته راغلی وه د لوړو فريکونسيو له څپېونو او حامل څپېونو څخه جلا کيږي نوموړي عمل د کشفيا (Detection) په نوم يادوي.

۸. هغه اشارې، چې د صوت په آثر منځ ته راغلي وي تقويه کيږي او لوډسپيکر ورکول کيږي.

۹. د لوډسپيکر پرده په عين نوساناتو، چې ميکروفون په مقابل کې منځ ته راځي اهتزاز کوي.

۱۰. نوموړي گاونډي هوايي اهتزازرت په اهتزاز راولي او صو توليدوي، چې زموږ غوږونو ته رامنتقل کيږي.

پورته لسگوني ټکي په مختصر ډول د راډيو چينل ته اشاره ده نو کولی شو، چې د راډيو چينل داسې تعريف کړو:

چینل یا کانال عبارت دی د راډیو دسګنال د عبور له مسیر څخه، تلویزیون د انتشاراتو چینل په NTSC سیستم کې 6 میګاهرتز او په PAL سیستم کې 7میګاهرتز او په Sec AM اوسي سیستم کې 8 میګاهرتز وي. په بل تعریف کې، د راډیو چینل عبارت دی د صوتي سرچینې څخه د برودکاسټ ماده یا رسیدلي کلمه د میکروفون په مقابل کې د مختلفو مراحلو له طی کولو څخه وروسته د اوریدونکي غوږونو ته ورسیږي (۴۵:۱۱).

لوډسپیکر څه شی دی؟

لودسپیکر هغه وسیله ده، چې برقي انرژي په میخانیکي انرژی باندې تبدیلوي. هکذا، لوډسپیکرونه هغه برقي وسایل دي، چې د راډیویي څپېو د خواصو له استفادې الکترومقناطیسي متناسب اواز د اړونده امپلي فایر څخه اخلي او د اوریدلو وړ صوتي څپې تولیدوي او په دې ډول د اواز د انتشار دنده سرته رسوي.

د لوډسپیکر ډولونه

لوډسپیکرونو د خپلو کړنو په لحاظ په دوه ډوله دي

1. ثابت لوډسپیکرونه: دا ډول لوډسپیکرونه د راډیوګانو، ټېپ ریکارډونو، تلویزیون په شرکتونو او نورو سمعي وسایلو کې نصب شوي او ځیني وخت په جلا توګه هم د ټېپ ریکارډونونو په ځیني ډولونو کې د یو ارتباطي سیم له لارې تعبیه شوي دي.
2. سیار لوډسپیکرونه: هغه لوډسپیکرونه دي، چې دیو شرکت یا امپلیفایر سره اړیکه لري او په یوازې توګه له یو ځای څخه بل ځای ته انتقالیدلی شی لکه هغه لوډسپیکرونه، چې په شخصي محافلو کې ورڅخه استفاده کیږي.

لوډسپيکر الکترونيکي څپې په ميخانيکي څپېو باندې د بدليدو دنده لري هر (ډيناميکي) لوډسپيکر د راډيو مهمو اصلي قسمتونو لرونکي دي:

1. پيچي سيم
2. درايمي ان ربا
3. د ارتعاش وړ صفحه

هر لوډسپيکر د يوه امپلانس اويو مخصوص توان لرونکي وي لکه څنگه، چې د لوډسپيکر امپلانس د پيچي سيم دوام مقاومت لرونکي مقاومت لرونکي او پيچي خاصيت لرونکي دي. هکذا د منتشرشويو ميخانيکي څپېو قدرت په محيطه کې د لوډسپيکر د ثمر ضريب او د نړي تقويت کوونکي توان لري. دا په دې معنا، چې د لوډسپيکر د ثمر ضريب پخپله د پيچي سيم او اهن ربا د اندازې او ډول او دلوډسپيکر د ارتعاش وړ صفحې د اندازې او ډول پوري تړلي دي.

د آډيومنيتور او لوډسپيکر ترمنځ توپير څه دی؟

لوډسپيکر هغه وخت فعال کيږي، چې تقويه شوي صوتي سگنال پرهغه باندې تحميل شوي. ولی مانيتورونه د لوډسپيکر او تقويه يې مداراتو برقي مداراتو لرونکي دي، چې پر يوې قطي کې ځای پر ځای شوي دي او يوازې يو ضعيف صوتي سيگنال نه اړتيا لري تر څو هغه تقويه کړي او د اوريدونکو غوږونو ته يې ورسوي (۱۲:۱۱).

د راډيو په سيستم کې د حجم واحد اندازه اخيستونکي

په فيتې باندې د ثبت شوو اوازونو زياتره يې د اواز حجم د ښودلو لپاره د حجم د واحد په اندازه اخيستونکي باندې مجهز دي. دغه اندازه اخيستونکي په خپله ساده بڼه کې، د محرک پيچي سيم په اندازه اخيستونکي کې شامل دي او ساده

ویکسوکوونکي دي، چې د سګنال ځوکه (قلعه) په دقت سره تغییر او ددید په مقابل کې راولي. ټول اندازه اخیستونکي کولی شي د یو ثابت تن د قیق نمایش له صفر د (قلعه) یعنې ځوکي نه ارایه کړي. ولی د هغې د عکس العمل ځرنګوالی د خپرونې د اواز په مقابل ې د پرتاب یعنې ورغورځولو په مشخصاتو (د پرتاب زیاتوالی د اوج اخستیلو وخت) د هغو د حجم واحد له صفر څخه عبور او مقاومتي اندازه، چې د هغې څخه یې اتصال موندلی تړاو لري. په دې دلیل د اندازې څخه برداشت د حجم د واحد اندازه اخیستونکي باید زیاتر په تجربه باندې وي تر متنونو لوستل د معمول تنظیم 4db4+ (۷۳ ولټ) په لوستلو کې د حجم واحد صفر په نظر کې نیول کېږي تر څو د متوسطو خپرونې په ثبت کې د اوقعي حد اکثر څخه 8db4+ لار ورکړي.

د سيګنال اندازه اخيستونكى

د حجم له نظره دقیق نمایش د اندازه اخیستونکي په مرسته امکان لري. دغه اندازه اخیستونکي هغه وخت اوج اخلي، چې ۵/۲ ملي ثانیه) پیدا کړي (واحد ۳ ثانیې) لري، چې د هغې ډکول یو خازن او تخلیه کول یعنې تشول یې د یوه ستر مقاومت له لارې لاسته راځي. نوموړي د اندازه اخیستونکي لوستل اسانه کوي او د سګنال له ځوکي څخه دقیق نمایش ارایه کوي، چې خورا زیات اهمیت لري.

د سيګنال د قلعه (يا ځوكۍ) اندازه اخيستونكي

د سپین رنګ اعداد د سپینې زمینې پرمخ تور دی ترڅو په سرګه باندې فشار راکم شي. درجه بندي ترحده لګاریتمي دی. څه ډول، چې د اعدادو فاصلې نسبتاً یو شان دي؛ ٦ دیسي بله فاصله د دواړو په مخحې تر اوه (۷) تراز پوري د معمولاً تنظیم څخه د ۴ پرمخ د حد اکثر (8dbm+) د 4 پرمخ تنظیم کیږي. اضافي فاصله ۴ څخه تر ۷ دیسي بل د میزان د نمایش لپاره په نظر کې نیول شوي دي.

د حجم د واحد اندازه اخیستونکي

په دغې طریقه کې دوه ډوله درجه بندي وجود لري پر دیسي بل پرحسب باندې پورته درجه بندي (چې د هغې د صفر نه پورته سور رنګ دی) او یوازې دقیقې فریکونسي د اواز رنګ په مورد کې دقیق دي. دصفر عدد د کامل ماجولیشن بیانګر دی او نور اعداد، چې وروسته له هغې څخه په (سور رنګ) لیدل کیږي: د بار نه لوړه درجه ښایي. ټیټه درجه بندي له صفر څخه تر ۱۰۰ پوري دي په سلو (۱۰۰) کې ښودونکي ماجولیشن کامل دي غیر یو نواخت درجه بندي او په چپ طرف کې پراخه او یو بل ته نږدې سریع ارتعاش دلوستلو امکان په ځانګړي توګه د مقادرو مقایسه مشکل کوي.

د بصري سطحې نه زیاتره اندازه اخیستونکي

دغه ستوني اندازه اخیستونکي نوري راډیوګانې په خدمت کې نیسي او د مختلفو رنګونونه کولی شي د عادي تراز له نمایشونو څخه د بار نه هغې خوا استفاده وشي.

ماجولیشن

ماجولیشن (Modulation) د یو څپې د مشخساتو دیوې برخې تغییر نسبت بل څپې ته او یا په بل عبارت له هغې اصطلاح څخه دی، چې د صوتي فریکونسیو لرونکي برقي څپېو یو ځای کولو کیفیت د لوړو فریکونسیو لرونکي سره یعنې حاملېڅپې تشریح او توضیح کوي.

صوتي څپې کیدی شي په یوازې توګه هم ارسال کړو، چې په دې صورت کې د راډیو څپو څخه مرسته غوښتل کیږي او صوتي څپې په راډیوي څپو باندې پشا کوي، چې دې عمل ته د (تشکیل عملیه وایي). همدارنګه د مستقیمې رابطې یو

ځپه، چې فريکونسي لرونکي وي ځومره، چې فريکونسی زياتې شي د يوه ځپې انرژي هم زياتيږي ځرنګه، چې د انسان غوږ د کمې فريکونسی د محدودی نوانايي لري او دهغې تعمل يې له ۲۰ څخه ۲۰ کيلو هرتز پوري دي، چې د کمې انرژي لرونکي دي نو په دې اساس فريکونسي په طولاني يعنې اوږده فاصله کې د انتشار وړ نه دي. په همدې دليل د صوتي ځپو استول ددې لپاره، چې ښه پايله ولري نو د لوړو انتنونو ته، چې اوږ طول ولري اړتيا لري، چې دا کار خورا زياتې ستونزي لري. همدارنګه د صوتي ځپو استول د فريکونسيو په محدوده کې له ۲۰ څخه تر ۲۰ کيلو هرتز پوري ټولو فرستندوته تداخل يا مداخله ايجادوي.

د سارې په توګه؛ د يو کال څخه وړوکي ماشوم، چې لار نه شي وهلی او ماشوم بايد وکولی شي ليري لارې ووهي کوم، چې دده مور او پلار غواړي. کله، چې مور او پلار دهغه وغواړي، چې هغه بوزي نو مجبور دي، چې هغه په خپله غيږ کې يا پر اوږو باندې سپور کړي تر څو دا بې وسه ماشوم هغه ځای ته انتقال کړي، داچې نوموړی ماشوم د هر چا پر اوږو باندې سوريږي دا پخپله ماجوليشن دی داچې ليرې مسافې ته يې انتقالوي (Carrier) يا جوالي (پنډي) يا نقل کوونکی دی.

دا چې په مخکې فصلونو کې مو د ماجوليشين carrier رول توضيح کړی نو بيا هم غواړو، چې په دې اړه يو څه رڼا پرې واچوو. دا چې که وغواړو، چې ماشوم ليرې فاصلې ته انتقال کړو نو اړ يو،چې انتقال کوونکی که نر وي او ښځه نو بايد قوي غوره کړو ترڅو هغه وکړی شي، چې نوموړی ماشوم په راحتي او ارامی سره هغې فاصلې ته، چې موږ يې غواړو ورسوي. که موضوع د صوتي فريکونسيو د انتقال په نظر کې ونيسو ليدل کيږي، چې دغه فريکونسي د جوي شرايطو په نظر کې

(Ionization) د فضايي طبقې د ځمکې کروي کېدل او نور شرايط، چې د اوږ څپې ضايعات ته راښايي او موږ ته دا روښانه کوي. په لومړيو کې، چې اوږد څپې په همدې موخه جوړ شوی وه او نن ورځ کاملاً له منځه تللي د همدې مطلب پرموخه دي، چې نه يې شو کولی، چې صوتي سگنالونه ترهغې ځایه، چې موږ غوښتل انتقال کړي نو تصمیم ونیول شو، چې د څپېودو ستونزو او د ستونزو د حل لپاره دمیډیم د څپې څخه استفاده وشي.

څرنگه، چې نوموړی څپې هم ونه شو کړی، چې د ورځې لخوا د انسان غوښتنې پوره کړی شي نو شارت څپې (SW) منځ ته راغلل، چې د شپې پر هر وخت کې او یا د ورځې پر هر وخت کې اواز خپل مطلب ځای ته ورسوي. د تکنالوژي په انکشاف سره نه یوازې داچې دا کار ثمر ته ورسيد بلکې د تلویزوني خپرونو موضوع او ستلایت هم تکمیل شوه او د صوتي سگنال په موارد کې، چې پخپله قادر ندی، چې فاصلو ته لاړ شي او هغه طې کړي نو باید هغه پر یوې لوړې یعنې جگې فریکونسی باندې بار کړو یعنې (Modulation) یې کړو تر څو هغه وکړی شي دغه د خوښې سگنال انتقال کړي البته فرستنده یعنې لیږدونکې د صوت پر میډیم او شاټ (SW) د ۳ میگاهرتز د فریکونسی پرمخ یې بارو. دغه فریکونسي 3MHz فریکونسي صوت تر یو ځای پوري انتقالوي. البته ددغې فریکونسي د فرستندی قدرت هم دهغې په استولو کې مهم رول لري.

د فریکونسي ماجولست د ددو فریکونسیو لرونکي دي، چې یوه یې صوتي او بله یې د (carrier) فریکونسي، چې انتن ته انرژي ورکوي دغه څپې وروسته له انتن څخه

د (حامي) څپېو پصورت مقناطيسي ليري فاصلو ته خپرېږي او ليري فاصلو ته انتقال کيږي.

په هره اندازه، چې فاصلې د A او B ليري وي د ماجوليشن فيصدي زياته وي نا غوښتل يا نا رابلل، چې په دغه صورت کې د انتقال د زياتې قوې لرونکي وي او ليرې فاصلې تر پوښښ لاندې راولي او له بل طرفه ته رابلل شوي فريکونسي Noise د برودکاستينګ په سيستم کې تداخل کوي او اواز په صاف او شفاف ډول وجود لرلی شي.

راډيويي انتنونه

د الکترومقناطيسي څپو او يا د انتشار د جذب د انتن دنده ده، چې البته انتنونونه په مختلفو ډولونو جوړيږي، چې هر يو په خپل ځانګړي طول سره د يو مشخص فريکونسي لپاره وي د راډيويي څپو پيدا کيدو او ارسال لپاره په اغلب ګمان دوه ډوله انتنونو څخه استفاده کيږي.

د راډيو انتنونه په دواړو برخو کې په فرستنده او اخذې کې استفاده کيږي، چې د اخذې انتنونه د الکترونيکي څپو د جذب لپاره دي او دفرستندي انتنونه د څپېو انتشار لپاره دي.

1. د هرتز انتن (لمدا ۲):

د دا ډول انتن اوږدوالی د څپې طول نيمايي، هغه څپه دی، چې ارسال او پيدا کول کوي. هکذا د ديپول انتن د هرتز د انتن په شان وي ولی د ۳۰۰ امپيرانس اوم لرونکي دي، چې کولی شو د څو المونيوي ميلو په واسطه د هغې د ديپول شاته او

يوه الموني‌وي ميله د پورته انتن شاته انتن جوړ کړو، چې د تلويزيوني اخيستونکي لپاره پکار وړل شي.

2. د مارکوني انتن (لمدا ۴):

د نوموړي انتن طول د دڅپې د طول دربع سره برابر، هغه څپه ده، چې ارسال او پيدا کوي په دا ډول انتن کې د انتن د پاسه يو خولې (د جريان د توضيع لپاره) څپيوده وي او دهغې طول د تليسکوپي تغيير وړ جوړ وي. د يادولو وړ دي، چې د راډيويي څپېو د ارسال او پيدا کيدو لپاره د (گيگاهرتز) ډېرو لوړو فريکونسيو ته د ميله يي انتنونو څخه استفاده نه شو کولی په هغه ځای کې د پشقابي انتنونو څخه استفاده کيده.

په ديجيتال سيستم کې د ماجوليشن ډولونه

اوله نمونه: په دغه طريقه کې لمن ثابته وي پالس د څپې په لمن پوري اړه لري او دهغې سره متناوب تغيير مومي.

دويمه نمونه: په دغه طريقه کې لمن ثابته او د پالس پهناد واړه ثابتې دي ولې د پالسونو فاصله د سگنال د څپې په لمن پوري اړه لري.

د راډيو په تخنيک کې دديجيتال سيستم نه داستفادې څرنګوالی

د ميني ډسک دستگاه معرفي Mini Disc

د ميني ډسک په دستگاه کې کېسټ يعنې فيته اچول کيږي نوموړي وسيله د بطری لرونکي ده او له بلې وسيلې څخه اواز ثبت کولی شي او همدا ډول د ميکروفون څخه هم اواز ثبت کولی شي او همدارنگه کولی شي، چې اواز بېرته بلې وسيلې ته

انتقال کړي، د هغې پر کيسټ يعنې فيتې باندې کول شو، چې موزيک او يا کوم بل اواز په کيسټ هم ثبت کړو. د هغې پر يوه کيسټ يا فيتې باندې کولی شو تر ۳۲۰ دقيقې اواز ثبت کړو او يا داچې کولی شو د CD 4 کيسټونو اواز د Mini Disc باندې ثبت کړو.

لګول او ګلول

د Mini Disc دستګاه کوم د on او يا of کوم سويچ نه لري کله، چې وغواړو هغه روښانه کړو هر سويچ ته، چې فشار ورکړو هغه روښانه کيږي او هر وخت، چې چف يعنې stop شي داچې عکس يو څو دقيقې څرخيږي او بيا چپ کيږي.

په Mini Disc باندې ثبتول

هرکله، چې وغواړو په ميکرفون باندې رپوټ او يا مرکه ثبت کړو لوموړی د مايکروفون يعنې کيبل د MD په سور ځای باندې ږدو وروسته له هغې، چې مو د Mini Disc دستګاه روښانه کړه د stop سويچ ته فشار ورکوو وروسته له هغې نه Record په ښي طرف بيا يو او بيا وروسته د صفحې پرمخ د Record علامه راځي او اوس، چې هر څومره اواز ثبت کوو د Track ترک ثبت کيږي.

ددې لپاره که وغواړو، چې اواز د Track په څو برخو کې ثبت کړو Tmark ته فشار ورکوو او د صفحې پرمخ mark on راظاهريږي او کله، چې وغواړو، چې ثبت کول بند کړو د stop سويچ ته فشار ورکوو او وروسته له څو ثانيو څخه ثبت کيږي.

له سره کول

کله چې وغواړو ثبت شوي کيسټ يعنې فيته بيا له سره واورو د Rewind سويچ ته فشار ورکوو او کله چې Rewind سويچ ته يو ځل فشار ورکړو نو مکمل يو Track

مخکې ځي او که همدا سويچ تر فشار لاندې ونيسو د ثانيو په نظر کې د پيل لور ته ځي.

په چټکۍ سره مخکې تلل

کله چې وغواړو مکمل يو ترک تېر کړو د stop سويچ ته فشار ورکوو او بيا وروسته له څو ثانيو څخه خپله دستګاه بيا پيل کړو او د play سويچ ته فشار ورکړو.

د اواز لوړول او ټيټول

کله چې وغواړو، چې اواز جګ کړو نو د (+) سويچ ته فشار ورکوو او کله، چې وغواړو اواز ټيټ کړو د (-) سويچ ته فشار ورکوو.

د ثبت حجم Record volume

کله چې وغواړو، چې اواز لوړ يا ټيټ ثبت کړو لومړی د ثبت سويچ خوا ته وړو او بيا وروسته د pause سويچ ته فشار ورکوو او بيا د menu سويچ ته يو ځل فشار ورکوو اوس fast forward ته فشار ورکوو ترڅو enter ته يو ځل فشار وکړو out record فلش وهي او بيا وروسته fast forward ته فشار ورکوو ترڅو manual په نظر کې راشي وروسته له enter کولو fast forward او Rewind په واسطه کولی شو، چې اواز لوړ او ټيټ ثبت کړو.

د اوسنی عملی پايدار ساتل

کله چې وغواړو، چې دوامدار ثبت او يا کوم بل اجرا ثبت کړو يعنې، چې کوم بل سويچ، چې عملي ته مزاحمت ونکړي د Hold سويچ پورته خوا ته وړو، همدارنګه کله، چې غلی يعنې مړه کړو همدا سويچ بايد پورته خواته يوسو دا ځکه، چې بطري مصرف نه کړي.

د ثبت شوي اواز اخيري يا وروستی برخې ته تلل

کله چې وغواړو د ثبت شوي اواز ورستې برخې ته لاړ شو د end search سويچ ته فشار ورکوو همدارنگه مخکې له ثبت څخه بايد دغه سويچ ته يو ځل فشار ورکړو تر څو، چې نور اوازونه ثبت نکړي.

د ثبت موقعيت

کله چې وغواړو موقعيت تعين کړو يو ځل menu سويچ ته فشار ورکوو edit فلش وهي، يو ځل د rewind سويچ ته فشار ورکوو او option فلش وهي، پر هغې باندې يو ځل انتر کوو نو save as فلش وهي کله، چې fast forward ته يو ځل فشار ورکړو نو From here فلش وهي او کله چې پر هغه باندې enter وکړو د اوسنې يعنې فعلي موقعيت څخه ثبت کوي او د fast forward سويچ ته يو ځل فشار ورکړو نو from end فلش وهي او که پر هغه باندې enter وکړو وروسته له ثبت شويو اوازونو څخه ثبت کوي.

د ثبت حالت

کله چې وغواړو د ثبت نوعيت ته تغيير ورکړو نوموړي menu سويچ ته فشار ورکوو edit فلش وهي وروسته fast forward سويچ ته درې ځلې فشار ورکوو نو Record mode فلش وهي کله، چې پر هغه باندې سويچ ته enter وکړو که LP2 وکړو (160) دقيقې متوسطه اواز سترو ثبت کوي، که (LP4) انتخاب کړو (320) دقيقې اواز ټيټ سيتر يو ثبت کوي او که (SP) انتخاب کړو 80 دقيقې لوړ ستريو اواز ثبت کوي.

په يوه ترک کې له منځ وړل

کله چې وغواړو يو ترک له منځ يوسو لومړي هماغه (ترک) play کوو او بيا وروسته له يوې يا دوو ثانيو څخه د pause سويچ ته فشار ورکوو او بيا وروسته د menu ته

یو ځل فشار ورکوو د هغې پرمخ edit فلش وهو (او که انتر enter یې کړو نو name فلش وهي او کله، چې د fast forward) ته فشار ورکړو نو move فلش وهواو کله، چې د enter سویچ ته فشار ورکړو نو د ?erase ok فلش وهي او لکه چې د enter سویچ ته فشار ورکړو او په پای کې همدغه (ترک) له منځ وړي.

د ټولې فیتې یعنې کیسټ پاکول

کله چې وغواړو، چې ټوله کیست پاک کړو لومړی د stop سویچ ته فشار ورکوو او عکس ودریږي نو یو ځل د menu سویچ ته فشار ورکوو نو name فلش وهي او که د fast forward سویچ ته فشار ورکړو set فلش وهي او کله، چې د fast forward ته بیا یعنې د All erase فلش وهي او که وغواړو، چې پاک نه شي د stop سویچ ته فشار ورکوو.

له یو ځای څخه بل ځای ته د یو (ترک) انتقال

کله چې وغواړو یو (ترک) له یو ځای څخه بل ځای ته انتقال کړو لومړی هماغه ترک play کوو او بیا وروسته له یوې یا دوو ثانیو څخه د pause سویچ ته فشار ورکوو نو name فلش وهي او که fast forward ته یو ځل فشار ورکړو نو (move) فلش وهي او لکه، چې د enter سویچ ته فشار ورکړو (MV 001) فلش وهي (MV 001) فعلي ترک او 001 هماغه ترک دی، چې فعلي ترک هغې ته وړي.

د (ترک) یوه مسیر ته نوم ورکول

هر کله، چې وغواړو د یوه صوتي مسیر (ترک) ته نوم ورکړو لومړی ترک play کوو او بیا وروسته له یوې یا دوو ثانیو څخه د pause سویچ ته فشار ورکوو او بیا وروسته له هغې menu ته فشار ورکوو د صفحې پرمخ editفلش وهي او که د enter سویچ ته فشار ورکړو (name) فلش وهي او بیا enter فلش وهي او fast forward او

rewind د سویچونو په واسطه کول شو، چې د A-B-C نور سمبولونه راولو کله، چې مکمل شول د enter سویچ د څو ثانیو لپاره ترفشار لاندې نیسو او په نتیجه کې فعلي (ترک) ته نوم ورکول کیږي.

په میني دسک کې نورې دندې

کله چې menu ته یو ځل فشار ورکړو نو (edit) وهي او د fast forward د سویچ په واسطه کولی شو، چې د میني دسک نوري دندې هم راولو(۶۱:۱۴).

لنډیز

راډیو یوازینۍ وسیله ده چې زیاتره اوریدونکي یې نالوستي دي. راډیو په مختلفو لارو اوریدونکو ته معلومات او خبرتیاوې وړاندې کوي. په دې کې شک نشته چې له راډیو پرته د رسونې نور وسایل لکه انټرنیټ، تلویزیون، ورځپاڼې او مجلې هم شتون لري خو نومړي وسایل په ځانګړي ډول په ښارونو او تمدني ځایونو کې خپل ارزښت لري او نومړې سیمې یې تر خپل پراخه او قوي جال لاندې پوښلي دي. خو راډیو د هغو برعکس په ټولو ساحو او سیمو کې زیات اغیز لري او کولی شي چې د ښارونو سربیره ډیرې لیرې پرتې سیمې او بانډې هم تر خپل پوښښ لاندې راولي. د معلوماتو په انتقال کې د هغې سرعت، د پیغام د انتقال په لارو کې له هر ډول موانعو او خنډونو تیریدل د راډیو ارزښت او د هغې فعالیت راپه ګوته کوي. د لیرې پرتو سیمو خلک په راډیو باور لري او هغه کلیمې چې د لوډ سپیکر (Loud Speaker) له لارې خپریږي فوق العاده تاثیر لرونکي دي.

د راډيو له پاره بل اړخ د هغې تخنيکي اړخ دی چې تخنيکي امکانات د خپرونو د جوړونې عملي کار په مجموع کې د نوموړې وسيلې د قدرت او توانايي بنسټ تشکيلوي. يا په بل عبارت د تخنيکي وسايلو زيات بنسټونه د راډيو د کار په زمينه کې د صوتونو مجموعه ده چې د ځانګړو قواعدو په اساس نوموړي وسيلې ته ورکړل شوي او په نهايت کې يوه راډيويي خپرونه جوړوي.

په لنډ ډول راډيويي خپرونې کومې چې زمونږ غوږونو ته رارسيږي د راډيويي څپو په برکت سره دي چې دا د ليږدونکې وسيلې (فرستنده) په واسطه خپريږي. په لنډه توګه هر شی چې په سترګو ليدل کيږي او په غوږونو اورېدل کيږي، د همدغو څپو په ذريعه سرته رسيږي او همدا څپې دي چې فريکونسي منځ ته راوړي.

د نوموړو فريکونسيو پيژندل او پيدا کول په ځانګړې توګه د ژورناليستانو له پاره خورا اړين کار دی. د څپو ليږدول او ليږې مسافو ته د هغو رسول د ترانسميتر دنده ده.

تمرين پوښتنې

۱- که راډيويي څپې د مسلک له مخې، په منظم ډول ونه وېشل شي څه کيږي؟

۲- په طبيعت کې کوم حالتونه راډيويي څپې اغيزمنولای شي؟

۳- په صفا ډول د راډيويي څپو ليږد ته څنګه لاره هواريږي؟

مأخذونه

۱ـ نوربخش، محمد عظیم. (۱۳۸٦). تکنالوژی برودکاستینگ دیجیتل راډيو. (تخنیک راډيو)

۲ـ نوربخش، محمد عظیم. (۱۳۸٦).تکنالوژی برودکاستینگ دیجیتل راډيو. (تخنیک راډيو)

۳ـ نوربخش، محمد عظیم .(۱۳۸٦).تکنالوژی برودکاستینگ دیجیتل راډیو. (تخنیک راډیو)

۴ـ الماس، فیروز. (۱۳۹۲). د FM راډیو څپې مونوگراف

۵ـ الماس، فیروز (۱۳۹۲).د FM راډیو څپې مونوگراف

٦ـ ستانکزی، عبدالظاهر. (۱۳۸۵). فریک میخانیک. نشرات پوهنځی ساینس پوهنتون کابل

۷ـ سیف، سیف الله. (۱۹۹۵). ترانسمیتر ریسیور پروجکټس. همدرد کتابخانه لاهور، پاکستان

د راډيويي موجونو اړوند انټرنيټي سرچينې

پایله

په دې کې شک نشته ، چې له راډيو پرته د رسونې نور وسايل لکه انټرنيټ ، تلويزيون ، ورځپاڼې او مجلې هم شتون لري خو نوموړي وسايل په ځانګړې ډول په ښارونو او تمدني ځايونو کې خپل ارزښت لري او نوموړې سيمې يې تر پرخه او قوي جال په واسطه پوښلي دي . خو راډيو د هغوی برعکس په ټولو ساحو او سيمو کې زيات اغېز لري او کولای شي ، چې پر ښارونو سربيره ډيرې لرې سيمې او باندې هم تر خپل پوښښ لاندې راولي .

دا ځکه ، چې زيات خلک په مختلفو هېوادونو کې په کليو او باندو کې ژوند کوي او د نالوستي په سبب ، چې په هغوی کې شتون لري ، نشي کولای ، چې ورځپاڼې ولولي او هغو د نړۍ او سيمې په هکله معلومات تر لاسه کړي . او بله عمده ستونزه د حمل او نقل د وسايلو د نه شتون له کبله ، چې د ښارونو سره يې اړيکه ډېره زياته نه وي .

په هر صورت راډيو يواځېنۍ وسيله ده ، چې د اورېدونکو له جملې څخه يې زياتره يې نالوستي دي ، په بيله لاره او بيل ډول اورېدونکو ته معلومات او خبرتياوې خپروي . نو ځکه خو ويلی شو ، چې د پيغام رسولو د ټولو وسايلو په نسبت راډيو له ډيرو استانتياو څخه برخمنه ده . لکه تر اورېدونکو پورې د معلوماتو په انتقال کې دهغې سرعت ، د پيغام رسولو په لاره کې له هر ډول خنډونو پرته تيرېدل د راډيو ارزښت او د هغې فعاليت راپه ګوته کوي . له بل طرفه راډيو هغه وسيله ده ، چې د وياند اړيکه له اورېدونکو سره ټينګوي يعنې پرته د نورو وسايلو له دخالت څخه پيغام د اورېدونکو غوږونو ته رسوي .

راډيو كولى شي په دولتي پلانونو كې گټوره تمامه شي او د اجتماعي جوړښت په تغيير كې برخه واخلي د راډيو له لارې كولى شو ، چې تعليمي او روزنيز پروگرامونه په كار واچوو او د ټولنې په علمي كچه كې مثبت تغيير رامنځ ته كړو .

راډيو يوه غير نظري وسيله ده ، خو بيا هم د دې قدرت لري ، چې خلک تحريک كړي او د اواز په واسطه تصورات د اورېدونكو په ذهن كې جوړ كړي .

د راډيو د ښېگڼو په هكله ، چې هر څومره ووايو بيا هم لږ دي . راډيو كوم حرمت او ډار ، چې كلونه ، كلونه مخكې يې درلود له لاسه وركړی او د علم او اړيكې په يوې وسيلې بدله شوې ده او د دغې وسيلې د لاسه استعمال له پاره بايد سمه رسمي ليكنه او همدارنگه عنعنوي او شفاهي ليكنه زده كړو او په دې باندې غور وكړو ، چې څرنگه د ماركوني نړۍ د گوتمبرگ له نړۍ څخه ، چې كلونه ، كلونه مخكې له ده نه يې ژوند كولو توپير لري.

په هېواد کې د دولتي او غير دولتي راډيوګانو د فعاليت جدول

هغه دولتي او غير دولتي راديوګانې چې د هېواد په مرکز او ولاياتو کې خپرونې کوي په لاندې جدول کې ښودل شوي دي:

شماره	د راډيو دستګاه نوم	شبکه	څپه	تاريخ	ځای	فريکونسي
١	راډيو صدای زن افغان	غير دولتی	اف.ام راډيو	١٣٨/١/٢٣ ٢	کابل	٩٦,٣
٢	آرمان اف.ام	غير دولتی	اف.ام	٢٠/٠٥/٠٤ ٠٣	کابل	٩٨, ١
٣	راډيو کليد	غير دولتی	اف.ام	٢٠/٠٧/٢٩ ٠٣	کابل	٨٨
۴	راډيو پوهنتون کابل	غير دولتی	اف.ام	١٣/٠٥/١٦ ٨٢	کابل	١٠ ٦,٧
۵	سرويس جهانی BBC	خارجی	اف.ام	٢٠/٠٢/٠٧ ٠۴	کابل	٨٩
٦	راډيو انترنشنل فرانسه	خارجی	اف.ام	١٣/١٢/٢٦ ٨٢	کابل	٨۵, ۵

۷	راډیو کلید	غیر دولتی	اف.ام	۱۳/۰۵/۲۵ ۸۳	کابل	۱۰ ۸
۸	راډیو ندای افغان	غیر دولتی	اف.ام	۱۳/۰۵/۲۵ ۸۳	کابل	۹۹, ٦
۹	شبکه تلویزیون آریانا	غیر دولتی	اف.ام	۱۳/۰۸/۰۹ ۸۳	کابل	۹۳, ۵
۱۰	سرویس جهانی BBC	خارجی	اف.ام	۱۳/۰۸/۲۸ ۸۳	کابل	۱۰ ۱,٦
۱۱	راډیو دویچه ویلی	خارجی	اف.ام	۱۳/۰۹/۱۲ ۸۳	کابل	۹۰, ۵
۱۲	راډیو نوا	غیر دولتی	اف.ام	۱۳/۰۹/۱۴ ۸۳	کابل	۱۰ ۳,۱
۱۳	راډیو آیساف	خارجی	اف.ام	۲۰/۱۱/۲۸ ۰۴	کابل	۸۸, ۵
۱۴	راډیو وطندار	غیر دولتی	اف.ام	۱۳/۱۱/۰۷ ۸۳	کابل	۸۷, ۵

۱۵	راډیو ایساف	خارجی	اف.ام	۲۰/۰۱/۰۱ ۰۵	کابل	۱۰ ٦,۱
۱٦	راډیو ایساف	خارجی	اف.ام	۲۰/۰۱/۰۱ ۰۵	کابل	۱۰ ۴
۱۷	راډیو ایساف	خارجی	اف.ام	۲۰/۰۱/۰۱ ۰۵	کابل	۱۰ ۷,۵
۱۸	راډیو ایساف	خارجی	اف.ام	۲۰/۰۱/۰۱ ۰۵	کابل	۱۰ ۴,٦
۱۹	سی.اف.سی.ا ی	خارجی	اف.ام	۲۰/۰۱/۲۸ ۰۵	کابل	۱۰ ۵,۷
۲۰	سی.اف.سی.ا ی	خارجی	اف.ام	۲۰/۰۱/۲۸ ۰۵	کابل	۱۰ ۷,۳
۲۱	پیمان	غیر دولتی	اف.ام	۱۳/۱۱/۱۲ ۸۳	کابل	can cell ed
۲۲	راډیو ایساف	خارجی	اف.ام	۲۰/۰۲/۰۱ ۰۵	کابل	۹۱, ٦

۲۳	سی.اف.سی.ا ی	خارجی	اف.ام	۲۰/۰۲/۱٦ ۰۵	کابل	۱۰ ۵,۷
۲۴	سی.اف.سی.ا ی	خارجی	اف.ام	۲۰/۰۲/۱٦ ۰۵	کابل	۱۰ ۷,۳
۲۵	آر.تی.ای	خارجی	اف.ام	۱۳/۰۱/۲۴ ۸۴	کابل	۹۱, ۳
۲٦	آر.تی.ای	خارجی	اف.ام	۱۳/۰۲/۰٦ ۸۴	کابل	۹٦, ۸
۲۷	راډیو ایساف	خارجی	اف.ام	۱۳/۰۴/۰۴ ۸۴	کابل	۸۸, ۵
۲۸	راډیو ایساف	خارجی	اف.ام	۲۰/۰۹/۱۵ ۰۵	کابل	۱۰ ۳,٦
۲۹	راډیو اف .ام پامیر	غیر دولتی	اف.ام	۱۳/۰۹/۰۲ ۸۴	کابل	۹۲, ۷
۳۰	راډیو فردا	غیر دولتی	اف.ام	۱۳/۰۴/۲۹ ۸۵	کابل	۹۲

۳۱	مرز اف.ام	غیر دولتی	اف.ام	۱۳/۰۵/۱۴ ۸۵	کابل	۸۷
۳۲	کابل اف.ام	دولتی	اف.ام	۱۳/۰٦/۲۲ ۸۵	کابل	۹۸, ٦
۳۳	مرز اف.ام	غیر دولتی	اف.ام	۱۳/۰۸/۱۸ ۸۵	کابل	۹۰
۳۴	مولانه	غیر دولتی	اف.ام	۱۳/۰۲/۱۲ ۸٦	کابل	۹۹, ۵
۳۵	نهاد	غیر دولتی	اف.ام	۱۳/۰۲/۱۲ ۸٦	کابل	۸۷
۳٦	راډیو افغانستان	دولتی	اف.ام	۱۳۰۴	کابل	۴۵ ۴

شماره	**د راډیو دستگاه نوم**	**شبکه**	څپه	**تاریخ**	**ځای**	**فریکونسي**
۱	راډیو استقلال	PVT	اف.ام راډیو	۲۰/۰۷/۱٦ ۰۳	لوگر	۸۹

۲	راډیو ترجمیر	PVT	اف.ام راډیو	۱۹/۰۴/۲۶ ۸۲	پلخمری	۹۱,۳
۳	راډیو پیِغام ملی	PVT	اف.ام راډیو	۲۰/۰۷/۲۲ ۰۳	محمد آغه	۹۴
۴	راډیو شایق	PVT	اف.ام راډیو	۲۰/۰۷/۲۹ ۰۳	جلال آباد	۹۱,۳
۵	راډیو زن هرات	PVT	اف.ام راډیو	۲۰/۰۸/۰۴ ۰۳	هرات	۸۸,۷
٦	راډیو بامیان	PVT	اف.ام راډیو	۲۰/۰۸/۱۱ ۰۳	بامیان	۸۹,۷
۷	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۱۷ ۸۲	میمنه	۹۲,۱
۸	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۱۷ ۸۲	خوست	۹۰,۱
۹	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۱۷ ۸۳	جبل السراج	۹۲,۲

۱۰	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۹/۱۷۸۴	فیض آباد	۸۸,۴
۱۱	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۹/۱۷۸۵	هرات	۸۹,۲
۱۲	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۹/۱۷۸٦	شبرغان	۸۹
۱۳	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۹/۱۷۸۷	کندز	۸۸,۱
۱۴	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۹/۱۷۸۸	پلخمری	۸۹
۱۵	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۹/۱۷۸۹	گردیز	۸۷,۹
۱٦	پیغام صلح	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۹/۱۹۸۲	خوست	۹۳,۲
۱۷	نوبهار بلخ	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۹/۱۹۸۳	بلخ	۸۹,۹

۱۸	راډیو قره باغ	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۲۰ ۸۲	قره باغ	۹۴,۸
۱۹	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډیو	۲۰/۰۲/۰۷ ۰۴	تالقان	۸۸,۳
۲۰	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۰۵ ۸۲	بلخ	۹۸,۱
۲۱	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۰۵ ۸۳	هرات	۹۸,۱
۲۲	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۰۵ ۸۴	کندهار	۹۸,۱
۲۳	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۰۵ ۸۵	غزنی	۹۸,۱
۲۴	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۰۵ ۸٦	ننگرهار	۹۸,۱
۲۵	راډیو صدای عدالت	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۱۳ ۸۲	غور	۹۰,۳

۲٦	راډیو آیینه	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۱۴ ۸۲	شبرغا ن	۸۸
۲۷	راډیو ندای صبح	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۲۰ ۸۲	هرات	۹۰,۴
۲۸	راډیو ذهره	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۲۰ ۸۲	کندز	۹۰,۵
۲۹	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۱/۱۰ ۸۳	کندز	۹۸,۱
۳۰	پوهنتون هرات	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۲/۱۷ ۸۳	هرات	۹۲,۳
۳۱	راډیو آمو	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۵/۱۱ ۸۳	فیض آباد	۹۱,۵
۳۲	غزنویان	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰٦/۰۹ ۸۳	غزنی	۸۹,۳
۳۳	راډیو رابعه بلخی	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۲۵ ۸۳	مزار شریف	۸۷,۹

۳۴	آیساف	GOV	اف.ام راډیو	۲۰/۱۰/۲۵۰۴	تالقان	Cancelled
۳۵	آیساف	PVT	اف.ام راډیو	۲۰/۱۰/۲۳۰۴	بغلان	۸۷,۸
۳۶	راډیو جاغوری	GOV	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۱۲۸۳	چاغوری	۸۹,۵
۳۷	آیساف	GOV	اف.ام راډیو	۲۰/۱۲/۰۴۰۴	کندز	۸۷,٦
۳۸	آیساف	GOV	اف.ام راډیو	۲۰/۱۲/۰۴۰۴	فیض آباد	۸۸,۵
۳۹	آیساف	GOV	اف.ام راډیو	۲۰/۱۲/۰۴۰۴	پلخمری	۸۸,۵
۴۰	آیساف	GOV	اف.ام راډیو	۲۰/۱۲/۰۴۰۴	مزار شریف	۸۸,۵
۴۱	آیساف	GOV	اف.ام راډیو	۲۰/۱۲/۰۴۰۴	میمنه	۸۸,۵

۴۲	آیساف	GOV	اف.ام راډیو	۲۰/۱۲/۰۴ ۰۴	هرات	۸۸,۵
۴۳	آیساف	GOV	اف.ام راډیو	۲۰/۱۲/۰۴ ۰۴	فراه	۸۸,۵
۴۴	آیساف	GOV	اف.ام راډیو	۲۰/۱۲/۰۴ ۰۴	قلعه نو	۸۸,۵
۴۵	آیساف	GOV	اف.ام راډیو	۲۰/۱۲/۰۴ ۰۴	چغچرا ن	۸۸,۵
۴۶	آیساف	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۱۶ ۸۳	فیض آباد	۹۴,۷
۴۷	وکالت اجتماعی برای جوانان	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۰/۲۷ ۸۳	جلال آباد	۸۹,۴
۴۸	قیاش	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۱/۲۶ ۸۳	میمنه	۸۹
۴۹	راډیو دای کندی CFC-A	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۱/۲۶ ۸۳	دای کندی	۸۹,۵

۵۰	A-CFC	MIL	اف.ام راډیو	۲۰/۰۲/۱٦ ۰۵	کندهار	۱۰۵,۷
۵۱	CFC-A	MIL	اف.ام راډیو	۲۰/۰۲/۱٦ ۰۵	کندهار	۱۰۷,۳
۵۲	CFC-A	MIL	اف.ام راډیو	۲۰/۰۲/۱٦ ۰۵	بگرام	۱۰۵,۷
۵۳	تخارستان	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۰۳ ۸۳	تالقان	۹۳,۲
۵۴	ظفر	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۰۸ ۸۳	پغمان	۹۵,۲
۵۵	ارتباط	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۲۲ ۸۳	غزنی	۹۰,۴
۵٦	مالیستان	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۲/۲۲ ۸۳	وردگ	۹۴,۴
۵۷	راډیو کلید	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۳/۰۳ ۸۴	هرات	۸۸

۸۹	باميان	۱۳/۰۳/۰۴ ۸۴	اف.ام راډيو	INT	سرويس جهانی BBC	۵۸
۸۹,۲	مزار شريف	۱۳/۰۳/۰۴ ۸۴	اف.ام راډيو	INT	سرويس جهانی BBC	۵۹
۹۲,۲	جلال آباد	۱۳/۰۳/۰۴ ۸۴	اف.ام راډيو	INT	سرويس جهانی BBC	٦۰
۹٦,۷	جبل السراج	۱۳/۰۳/۰۸ ۸۴	اف.ام راډيو	PVT	راډيو صدای صلح	٦۱
۸۸	کندز	۱۳/۰۴/۱۳ ۸۴	اف.ام راډيو	PVT	جيهون	٦۲
۱۰۳,۱	غزنی	۱۳/۰۵/۱۸ ۸۴	اف.ام راډيو	PVT	نوا	٦۳
۱۰۴,۱	کندهار	۱۳/۰۵/۱۸ ۸۴	اف.ام راډيو	PVT	نوا	٦۴
۱۰۵,۱	پکتيا	۱۳/۰۵/۱۸ ۸۴	اف.ام راډيو	PVT	نوا	٦۵

٦٦	نوا	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۵/۱۸ ۸۴	جلال آباد	۱۰٦,۱
٦٧	نوا	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۵/۱۸ ۸۴	کندز	۱۰۳,۱
٦٨	نوا	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۵/۱۸ ۸۴	مزار شریف	۱۰۴,۱
٦٩	نوا	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۵/۱۸ ۸۴	هرات	۱۰۵,۱
۷۰	سباوون	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۵/۲۲ ۸۴	لشکرگا ه	۸۸
۷۱	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۱۴ ۸۴	غزنی	۸۸,۳
۷۲	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۲۱ ۸۴	کندهار	۹۰
۷۳	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۲۱ ۸۴	مزار شریف	۹۳,۵

۷۴	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۲۱ ۸۴	جلال آباد	۹۳,۵
۷۵	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۲۱ ۸۴	غزنی	۹۳,۵
۷٦	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۲۱ ۸۴	کندز	۹۳,۵
۷۷	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۲۱ ۸۴	بامیان	۹۳,۵
۷۸	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۲۱ ۸۴	خوست	۹۳,۵
۷۹	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۲۱ ۸۴	کندهار	۹۳,۵
۸۰	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۲۱ ۸۴	هرات	۹۳,۵
۸۱	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۲۱ ۸۴	شبرغا ن	۹۳,۵

۸۲	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۷/۲۱ ۸۴	پلخمری	۹۳,۵
۸۳	آیساف	GOV	اف.ام راډيو	۲۰/۰۹/۱۵ ۰۵	کابل	۱۰۳,٦
۸۴	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۸/۲۳ ۸۴	لشکرگاه	۹۸,۱
۸۵	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۸/۲۳ ۸۴	زرنج	۹۸,۱
۸٦	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۸/۲۳ ۸۴	گردیز	۹۸,۱
۸۷	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۸/۲۳ ۸۴	کنر	۹۸,۱
۸۸	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۸/۲۳ ۸۴	خوست	۹۸,۱
۸۹	صدای پکتیا	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۹/۱۲ ۸۴	پکتیا	۹۲,۹

۹۰	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۲۶ ۸۴	کنر	۹۳,۵
۹۱	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۲۶ ۸۴	سمنگ ان	۹۳,۵
۹۲	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۲۶ ۸۴	بدخش ان	۹۳,۵
۹۳	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۲۶ ۸۴	هلمند	۹۳,۵
۹۴	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۲۶ ۸۴	پکتیا	۹۳,۵
۹۵	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۲۶ ۸۴	تخار	۹۳,۵
۹۶	ار.تی.آی	GOV	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۲۷ ۸۴	قلات	۸۸,۷
۹۷	دبلیو.ار.اف.ام	INT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۲۷ ۸۴	هرات	۹۵,۵

۹۸	صدای حقیقت	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۱/۰۴ ۸۴	سمنگان	۹۰,۹
۹۹	آیساف	GOV	اف.ام راډیو	۲۰/۰۱/۲۵ ۰٦	میمنه	۹۵,۳
۱۰۰	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۱/۰۵ ۸۴	ارزگان	۹۸,۱
۱۰۱	ارغوان	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۱/۱۹ ۸۴	کندهار	۸۸
۱۰۲	سمون	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۱۱/۲۴ ۸۴	لشکرگاه	۸۸,٦
۱۰۳	امید جوان	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۱/۰۵ ۸۵	غزنی	۹٦,۹
۱۰۴	ابوا و میرا	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۱/۱۲ ۸۵	پکتیا	۹۴,۲
۱۰۵	آرمان اف.ام	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۲/۰۵ ۸۵	قلات	۹۸,۱

۱۰٦	آرزو	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۲/۲۸ ۸۵	مزار شريف	۹۱,۸
۱۰۷	A-CFC	MIL	اف.ام راډيو	۲۰/۰۵/۱۵ ۰٦	کندهار	۱۰۲,۴
۱۰۸	CFC-A	MIL	اف.ام راډيو	۲۰/۰۵/۱۵ ۰٦	کندهار	۱۰۴,۹
۱۰۹	CFC-A	MIL	اف.ام راډيو	۲۰/۰۵/۱۵ ۰٦	کندهار	۱۰٦,۹
۱۱۰	A-CFC	MIL	اف.ام راډيو	۲۰/۰۵/۱۵ ۰٦	ارزگان	۱۰۲,۴
۱۱۱	CFC-A	MIL	اف.ام راډيو	۲۰/۰۵/۱۵ ۰٦	ارزگان	۱۰۴,۹
۱۱۲	CFC-A	MIL	اف.ام راډيو	۲۰/۰۵/۱۵ ۰٦	ارزگان	۱۰٦,۹
۱۱۳	A-CFC	MIL	اف.ام راډيو	۲۰/۰۵/۱۵ ۰٦	هلمند	۱۰۲,۴

۱۱۴	CFC-A	MIL	اف.ام راډيو	۲۰/۰۵/۱۵ ۰٦	هلمند	۱۰۴,۹
۱۱۵	CFC-A	MIL	اف.ام راډيو	۲۰/۰۵/۱۵ ۰٦	هلمند	۱۰٦,۹
۱۱٦	A-CFC	MIL	اف.ام راډيو	۲۰/۰۵/۱۵ ۰٦	هلمند	۱۰۲,۴
۱۱۷	CFC-A	MIL	اف.ام راډيو	۲۰/۰۵/۱۵ ۰٦	هلمند	۱۰۴,۹
۱۱۸	CFC-A	MIL	اف.ام راډيو	۲۰/۰۵/۱۵ ۰٦	هلمند	۱۰٦,۹
۱۱۹	نوا	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۳/۰۹ ۸۵	ميمنه	۱۰۳,۱
۱۲۰	نوا	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۳/۰۹ ۸۵	فراه	۱۰۳,۱
۱۲۱	سرويس جهانی BBC	INT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۳/۲۰ ۸۵	کنر	۸۷,۵

۱۲۲	سرویس جهانی BBC	INT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۳/۲۰۸۵	لشکرگاه	۸۹،۲
۱۲۳	ستاره صبح	INT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۳/۲۵۸۵	مزار شریف	۹۱,۳
۱۲۴	صدای جوان	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۳/۳۱۸۵	خوست	۹۹,۷
۱۲۵	فردا	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۵/۰۹۸۵	هرات	۸۷,۸
۱۲۶	CFC-A	MIL	اف.ام راډیو	۲۰/۰۷/۲۷۰۶	کندهار	۹۴,۳
۱۲۷	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۶/۲۵۸۵	کندهار	۹۵,۵
۱۲۸	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۶/۲۵۸۶	زرنج	۹۳,۵
۱۲۹	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۶/۲۵۸۷	پکتیا	۹۳,۵

۱۳۰	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۶/۲۵ ۸۸	زابل	۹۳,۵
۱۳۱	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۶/۲۵ ۸۹	لغمان	۹۳,۵
۱۳۲	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۶/۲۵ ۹۰	تخار	۹۲,۹
۱۳۳	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۶/۲۵ ۹۱	فراه	۹۳,۵
۱۳۴	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۶/۲۵ ۹۲	پکتیا	۹۳,۵
۱۳۵	شبکه تلویزیون آریانا ATN	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۶/۲۵ ۹۳	بادغی س	۹۳,۵
۱۳۶	ام.ار.ار.دی	GOV	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۱۸ ۸۵	غور	۸۸,۹
۱۳۷	ام.ار.تی.دی	GOV	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۱۸ ۸۵	نجراب	۹۰,۹

۱۳۸	ام.ار.دی	GOV	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۱۸ ۸۵	سیاه گرد	۹۰,۹
۱۳۹	ام.ار.دی	GOV	اف.ام راډیو	۱۳/۰۷/۱۸ ۸۵	قیصار	۹٦,۱
۱۴۰	نوا	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۱۱ ۸۵	ارزگان	۱۰۳,۱
۱۴۱	نوا	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۱۱ ۸۵	ارزگان	۱۰۳,۱
۱۴۲	نوا	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۱۱ ۸۵	ارزگان	۱۰۳,۱
۱۴۳	نوا	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۱۱ ۸۵	ارزگان	۱۰۳,۱
۱۴۴	نوا	PVT	اف.ام راډیو	۱۳/۰۹/۱۱ ۸۵	ارزگان	۱۰۳,۱
۱۴۵	آیساف	INT	اف.ام راډیو	۲۰/۱۲/۰۲ ۰٦	کندهار	۹۹,۹

۱۴٦	راډيو نجراب	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۰۹/۱۳ ۸۵	نجراب	۹٦
۱۴۷	نوا	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۱۱/۲۴ ۸۵	زرنج	۱۰۳,۵
۱۴۸	آرزوها	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۱۲/۰۲ ۸۵	پلخمر ی	۸۸,۱
۱۴۹	شبکه تلويزيون آريانا ATN	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۱۲/۰۹ ۸۵	ترينک وت	۹۳,۵
۱۵۰	شبکه تلويزيون آريانا ATN	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۱۲/۰۹ ۸۵	ميمنه	۹۳,۵
۱۵۱	شبکه تلويزيون آريانا ATN	PVT	اف.ام راډيو	۱۳/۱۲/۰۹ ۸۵	سرپل	۹۳,۵

نگاهی به سير تاريخی راديو در جهان و افغانستان؛ د جميله مجاهد ليکنه، کال ۱۳۸٦لمريز کال.

مأخذونه

1. آهنگ. محمد کاظم. (۱۳۷۷). اساسهای نگارش، چاپ اول مرکز نشراتی اسلامی صبور، پیښور.
2. آهنگ، محمد کاظم. (۱۳۴۵). قواعد علمي خبرنگاري، از نشرات باختر آژانس کابل.
3. احمدزی، امیرجان وحید. (۱۳۸۹). کالم، فیچر او تبصره. دانش خپرندویه ټوانه، پښور.
4. احمدزی، امیرجان وحید. (۱۳۹۰). راډيو ژورنالیزم. دانش خپرندویه ټولنې تخنیکي څانگه، پیښور.
5. ادیب، همایون. (۱۳۸۷). پلټونکي خبريالي. دانش خپرندويه ټولنه پښور.
6. ارشد علی، ژباړن: احمدزی، امیرجان وحید. (۱۳۸۷). رادیو ژورنالیزم دانش خپرندویه ټولنې تخنیکي څانگه پیښور.
7. اریافر، شمس الحق. (۱۳۷۵). ویاندويي فن، ریاست نشرات رادیو تلویزیون زمیمه اواز مجله کابل.
8. الماس، فیروز. (۱۳۹۲). د FM راډيو څپې مونوگراف
9. اندره، پیرالبرتودسک ژان. (۱۳۸۰). تاریخچه رادیو تلویزیون، انتشارات سروش چاپ دوم تهران.
10. اواز مجله دویمه گڼه،(۱۳۸٦)، پرډیوسر راډيو کیست؟ ، چاپ، مطبعه ازادي کابل ۱۸
11. ایوبي، سید عبدالله. (۱۳۹۱). ژورنالیزم چیست و ژورنالست کیست؟ مرکز نشروطبع الفاروق کابل.

12. ایس ایم، شاهد. ژباړه. احمدزی، امیر جان وحید. مومند خپرندویه ټولنه جلال اباد.
13. پوټر، دبورا.(۲۰۰٦). ازاد ژورنالیزم کتاب. د متحده ایالاتو مطبوعاتي دفتر
14. حبیب، احمد خالد. (۱۳۹۱). ژورنالیزم بنسټونه. مومند خپرندویه ټولنې تخنیکي څانګه، جلال اباد.
15. حبیب، لیلی. (۱۳۹۰). تولید برنامه های رادیو. پوهنتون بلخ، ډیپارټمنټ رادیو تلویزیون.
16. حلیم صفیه، . (۱۳۹۱). راډیو ژورنالیزم. مومند خپرندویه ټولنه جلال آباد.
17. حلیم، صفیه. (۱۳۹۱). رادیو ژورنالیست. مومند خپرندویه ټولنې تخنیکي څانګه جلال آباد.
18. حیدری، ذبیح الله. (۱۳۹۰). کاربرد ژانرهای اطلاعی در رادیو. مطبعه عازم کابل.
19. ٦ـ د افغانستان د خلکو په سترو رنځونو باندې یو کال بل هم تیر شو. (۱۳۴۷). پرچم جریده، دویمه ګڼه، کابل.
20. ریچل، الیسن. ژباړونکې: کرګر، زرغونه. (۲۰۰۲). .... د بي بي سي د نړیوال ټرسټ برخه.
21. زیني، عبدالسلام. (۱۳۷۵). اسلام او ژورنالیزم، د اتحاد اسلامي فرهنګي ټولنه، پېښور.
22. ستانکزی، عبدالظاهر. (۱۳۸۵). فریک میخانیک. نشرات پوهنځی ساینس پوهنتون کابل
23. ستانکزی، محمد عیسی. (۱۳۸٦). راډیو پروګرامونه. دانش خپرندویه ټولنه پیښور.
24. سلوایی، هتلکوتس، یروسلاف فیرست اوتاچیمن. ژباړن: آهنګ. محمدکاظم. (۱۳۴۵). قواعد علمی ژورنالیزم. دانش خپرندویه ټولنه پیښور.
25. سلوای، هشتکووتس-یروسلاف فیرست اوتاهیچمین. ترجمه. آهنګ، محمد کاظم.(۱۳۴۵). قواعد علمي خبرنګاري. نشرات باختر اژانس، کابل.

26. سهار، نذير احمد. (۱۳۹۲). تلويزيوني خبريالي، اسد دانش چاپخونه، پيښور.
27. سيف، سيف الله. (۱۹۹۵). ترانسميتر ريسيور پروجکټس. همدرد کتابخانه لاهور، پاکستان
28. د راډيويي موجونو اړوند انټرنيټي سرچينې
29. شينواری، محمد آصف. (۱۳۹۲). د مطبوعاتي مرکې ارونه (اصول). ختيځ خپرندويه ټولنه جلال کوټ، گرديز
30. علی، قشمي. ژباړن، شينواری، محمدآصف.(۱۳۹۳) په رسنيو کې د سوژو موندل، دانش خپرندويه ټولنه، پيښاور.
31. غروال، محمد وحيد. (۱۳۷۳). توليد برنامه های راديو. ليکچرنوټ درسی، پوهنتون کابل.
32. فانوس، مير عبدالعزيز. (۱۳۹۰). ازخبر تا نظر. مطبعه عازم کابل.
33. کيوبرډن، مارياوينرات، ناومي گولډ سمت. دری-پښتو ژباړه. لطيف، لطف الله، معروف، اصف، محک، عبيدالله. د بي بي سي د نړيوالو خپرونو ترسټ لخوا، لندن.
34. منيب، فريداحمد.(۱۳۹۲). راډيويي ژورناليزم. مرکز نشر و طبع الفاروق، کابل.
35. معتمد نژاد، محمد کاظم.(۱۳٦۸). روزنامه نگاری، مرکز سپهر تهران.
36. منيب، فريداحمد.(۱۳۹۲). راډيويي ژورناليزم. مرکز نشر و طبع الفاروق، کابل.
37. نوشين، ناهيد. (۱۳۸۸). تاريخ راديو تلويزيون جهان. انتشارات فرهنگ پل باغ عمومي يوسفی مارکيټ، کابل.
38. نوربخش، محمدعظيم. (۱۳۸٦). راديو ديجيتال برودکاستنگ تکنالوژی (تخينک راديو). پوهنتون کابل ديپارتمنت راديو تلويزيون.
39. نوربخش، محمد عظيم. (۱۳۸٦). تکنالوژی برودکاستينگ ديجيتل راډيو. (تخنيک راډيو)

40. واله، عبدالحق. (۱۳۴۶). راديو تلويزيون. مطبعه دولتی کابل، نمبر مسلسل (۴۱).
41. وجدی، عبدالجلیل. (۱۳۸۷). د جنگ نظر نړی. کاروان مطبعه کابل.
42. همت، عبدالمالک. (۱۳۸۵). د مقلې ليکوال اصول، يويتد پرس کوټه.

د ليکوال لنډه پېژندنه

د کتاب ليکوال الحاج پوهنوال دوکتور ماستر واحدي د مرحوم عبدالواحد زوی په۱۳۳۱لمريز کال د ننگرهار ولايت د سره رود ولسوالۍ د کاکوخېلو سيمې په برو کاکوخېلو کلي زيږيدلی دی. لومړنۍ زده کړې يې د سره رود بالباغ په منځني ښوونځي کې پيل کړې او په ۱۳۵۴لمريز کال کې د يادې ولسوالۍ له فقرالله ليسې څخه فارغ شو. په خوست ولايت کې له عسکري مکلفيت وروسته، د ننگرهار ولايت د ناوې پراختيا په عمومي رياست کې مقرر شو. په ۱۳۵۸ کال کې د بلغاريا هيواد ته د پراکتيک دورې لپاره سفر وکړ او په ۱۳٦۵ کال يې له ياد هيواده د ماسترۍ ډيپلوم ترلاسه کړ. هيواد ته په رستنيدو يې د ملي راډيو تلويزون عمومي رياست اړوند د نشراتو مديريت په مديريت کې د نشر ډايريکټر په توگه دنده واخسته. په ۱۳٦۷ لمريز کال کې د غيابي السپرانت (؟) په توگه بيرته د بلغاريا هيواد ته لاړ او په ۱۳۷۰ کې يې د دوکتورا (PhD) سند واخست. د ۱۳۷۰ کالونو په اوږدو کې د پاکستان پيښور په ښار کې د کډوالی ژوند وکړ او په ۱۳۷۸ کال کې د پيښور په افغان پوهنتون کې د استاد په حيث مقرر شو.

کله چې افغان پوهنتون خوست ولايت ته را انتقال شو، استاد هم د عملي کادر په توگه ورسره راغلو. ښاغلي استاد په پوهنتون کې د ژورناليزم څانگې لپاره هلې ځلې شروع کړې، چې په پايله کې ژورناليزم څانگه د تعليم او تربيې په پوهنځي کې ايجاد شوه.

پوهنوال دوکتور ماستر واحدي د وخت ولسشمر فرمان له مخې په حفظ حقوق د ملي راډيو تلويزون اړوند په افغان اعلاناتو کې د معاون په حيث په ۱۳۸۵ کې دنده واخسته، خو په ۱۳۸٦ بيرته خوست پوهنتون راغلو چې په پيل کې د استاد او وروسته د ډيپارتمنت آمر او کله چې ځانګې له ډيرو هلو ځلو وروسته پوهنځي ته ارتقاع وکړه،د رئيس په توګه دنده پرمخ وکړي.

استاد په پښتو، دری، روسي او بلغاريايي ژبو رواني خبرې او ليکنې کوي. د بالغاريا ترڅنګ يې ماليزيا، هندوستان، امريکا او ترکيې هيوادونو ته علمي سفرونه کړي.
شپږ بچيان لري.

درنښت

حضرت بهار

Abstract:

This study thoroughly examines the invention of radio – broadly media – and the drastic revolution of new technology and its role and impact on media. It sheds light on radio programs, how and where to produce them.

Studio as an important part of journalism has also been touched upon. The research also discusses quality and characteristics of audio and sound bites. Radio as a flagship and widely accessible tool of journalism in Afghanistan has been explored with its impression and the messages delivered to all classes of its audiences.

Presenting programs and live shows (presenter and anchor) are very vital and essential for being journalist. A great portion of this research has been allocated to this part. Elements and characteristics of presenters have been discussed.

This research also studies interview and its components. Step of interviews; preparation, conducting, and writing have been explained in details.

The study examines News as an old but important genre of journalism. It further shows how to produce political, cultural and economic programs and commentary as well as current world affairs particularly for radio. This book scrutinizes policies of media outlets and how they incorporate it into their programs and shows.

Lastly this research, after thoroughly examining the above mentioned points, concludes that Radio is still a more visible and widely accessible tools of journalism in Afghanistan. Nevertheless technology has revolutionized the overall practice of journalism. Waves and frequencies of radio still dominate Afghanistan's media space and arena.

Publishing Textbooks

Honorable lecturers and dear students!
The lack of quality textbooks in the universities of Afghanistan is a serious issue, which is repeatedly challenging students and teachers alike. To tackle this issue, we have initiated the process of providing textbooks to the students of medicine. For this reason, we have published 228 different textbooks of Medicine, Engineering, Science, Economics, Journalism and Agriculture (96 medical textbooks funded by German Academic Exchange Service, 100 medical with 20 non-medical textbooks funded by German Aid for Afghan Children, 4 non-medical textbooks funded by German-Afghan University Society, 2 textbooks funded by Consulate General of the Federal Republic of Germany, Mazar-e Sharif, 1 textbook funded by Afghanistan-Schulen, 1 textbook funded by SlovakAid and 3 textbooks funded by Konrad Adenauer Stiftung) from Nangarhar, Khost, Kandahar, Herat, Balkh, Kapisa, Kabul, Kabul Polytechnic and Kabul Medical universities. It should be mentioned that all these books have been distributed among the medical and non-medical colleges of the country for free. All the published textbooks can be downloaded from www.ecampus-afghanistan.org.

The Afghan National Higher Education Strategy (2010-2014) states:
"Funds will be made available to encourage the writing and publication of textbooks in Dari and Pashto. Especially in priority areas, to improve the quality of teaching and learning and give students access to state–of–the–art information. In the meantime, translation of English language textbooks and journals into Dari and Pashto is a major challenge for curriculum reform. Without this facility it would not be possible for university students and faculty to access modern developments as knowledge in all disciplines accumulates at a rapid and exponential pace, in particular this is a huge obstacle for establishing a research culture. The Ministry of Higher Education together with the universities will examine strategies to overcome this deficit."

The book you are holding in your hands is a sample of a printed textbook.

We would like to continue this project and to end the method of manual notes and papers. Based on the request of higher education institutions, there is the need to publish about 100 different textbooks each year.
I would like to ask all the lecturers to write new textbooks, translate or revise their lecture notes or written books and share them with us to be published. We will ensure quality composition, printing and distribution to Afghan universities free of charge. I would like the students to encourage and assist their lecturers in this regard. We welcome any recommendations and suggestions for improvement.

It is worth mentioning that the authors and publishers tried to prepare the books according to the international standards, but if there is any problem in the book, we kindly request the readers to send their comments to us or the authors in order to be corrected for future revised editions.
We are very thankful to Konrad Adenauer Stiftung (KAS), which has provided fund for this book.
I am especially grateful to **GIZ** (German Society for International Cooperation) and **CIM** (Centre for International Migration & Development) for providing working opportunities for me during the past seven years in Afghanistan.
In our ministry, I would like to cordially thank Minister of Higher Education Prof Dr Farida Momand, Academic Deputy Minister Prof M Osman Babury, Acting Deputy Minister for Administrative & Financial Affairs Ahmad Tariq Sediqi, and lecturers for their continuous cooperation and support for this project.
I am also thankful to all those lecturers who encouraged us and gave us all these books to be published and distributed all over Afghanistan. Finally I would like to express my appreciation for the efforts of my colleagues Hekmatullah Aziz, Ahmad Fahim Habibi and Fazel Rahim in the office for publishing books.

Dr Yahya Wardak
CIM-Expert & Advisor at the Ministry of Higher Education
Kabul, Afghanistan, December, 2016
Office: 0756014640
Email: textbooks@afghanic.de

Message from the Ministry of Higher Education

In history, books have played a very important role in gaining, keeping and spreading knowledge and science, and they are the fundamental units of educational curriculum which can also play an effective role in improving the quality of higher education. Therefore, keeping in mind the needs of the society and today's requirements and based on educational standards, new learning materials and textbooks should be provided and published for the students.

I appreciate the efforts of the lecturers and authors, and I am very thankful to those who have worked for many years and have written or translated textbooks in their fields. They have offered their national duty, and they have motivated the motor of improvement.

I also warmly welcome more lecturers to prepare and publish textbooks in their respective fields so that, after publication, they should be distributed among the students to take full advantage of them. This will be a good step in the improvement of the quality of higher education and educational process.

The Ministry of Higher Education has the responsibility to make available new and standard learning materials in different fields in order to better educate our students.

Finally I am very grateful to Konrad Adenauer Stiftung (KAS) and our colleague Dr. Yahya Wardak that have provided opportunities for publishing this book.

I am hopeful that this project should be continued and increased in order to have at least one standard textbook for each subject, in the near future.

Sincerely,
Prof. Dr. Farida Momand
Minister of Higher Education
Kabul, 2016

Book Name Production of Radio Programs
Author Associate Prof Dr Master Wahidi
Publisher Shaikh Zayed University, Journalism Faculty, Khost
Website www.szu.edu.af
Published 2016, First Edition
Copies 1000
Serial No 228
Download www.ecampus-afghanistan.org
Printed at Sahar Printing Press, Kabul

This publication was financed by Konrad Adenauer Stiftung (**KAS**).

Administrative and technical support by Afghanic.

The contents and textual structure of this book have been developed by concerning author and relevant faculty and being responsible for it. Funding and supporting agencies are not holding any responsibilities.

If you want to publish your textbooks, please contact us:
Dr. Yahya Wardak, Ministry of Higher Education, Kabul
Office 0756014640
Email textbooks@afghanic.de

All rights reserved with the author.

Printed in Afghanistan 2016

ISBN 978-9936-620-34-6