

## Kreu 12

### Krijimi i një radiojeje të fuqishme të re.

*“Thelbi i argëtimit nuk do të ndryshojë. Ajo që ka patur vlerë gjithmonë është ngjarja dhe mjeshtria me të cilën tregohet.”*

Michael Eisner  
President i Kompanisë Walt Disney.

Radioja e lajmeve mund të jetë shumë më emocionuese nga sa mendojnë shumë njerëz. Për realizimin e asaj që radioja bën më mirë—transmetimin e shpejtë të një skene dhe përshkrimin e një ngjarjeje që dëgjuesit të mund ta përfytyrojnë atë që po ndodh—ne shfrytëzojmë mjetet më të fuqishme që zotërojmë: lidhjen e menjëhershme dhe shembëlltyrën.

Nëse tregoni të vërtetën kur duhet, në mënyrë interesante dhe argëtuese, atëherë mund të siguroni vëmendjen e dëgjuesve dhe të shpërndani informacionin për ata që duan ta dëgjojnë. Një reporter që investigon një zjarr në mënyrë tepër përshkruese, i bën dëgjuesit thujse të ndjejnë vështirësi gjatë frymëmarrjes nga tymi. Kur krijoni “figurat e fjalëve” tregimi i lajmit tuaj është thujse si një film. Kjo është tregimtari e shkëlqyer. Ajo nuk është kurrë e mërzitshme.

Brenda organizmave të lajmeve, veçanërisht në Evropë, ka interes për trajtimin e lajmit në mënyrë shumë serioze dhe të besueshme. Me këtë jam edhe unë gjer në një farë pike. Por nuk është e mirë të jesh serioz dhe i besueshëm kur rezultatet janë kaq të mërzitshme sa që dëgjuesit pushojnë së dëgjuari.

Disa këshilla dhe teknika për të mbushur boshllëqet.

### Toni i ngjarjes.

Fuqia dhe lavdia e një ngjarjeje gjendet shpesh në tonin e saj. Kurdoherë që keni mundësi, regjistroni dhe përdorni tonin e natyrshëm. Nëse jeni duke mbuluar një paradë, festival ose demonstrim, kjo është e qartë. Përdorni tonin e ngjarjes ‘brenda’ njoftimit tuaj për tju dhënë dëgjuesve ndjenjën e “pranisë në vendngjarje.” Më pak i qartë dhe me denduri më të vogël dëgjimi është toni nga ngjarjet më shumë rutinë. Mendoni në mënyrë krijuese. Përdoreni atë për të treguar historinë. Nëse jeni duke hartuar një ngjarje për çerdhet e fëmijëve do të ketë më shumë kuptim të regjistroni fëmijët duke luajtur dhe ta derdhni këtë element ‘brenda’ reportazhit tuaj.

Ja një shembull, një ngjarje potencialisht e mërzitshme që kushdo e bën dy herë në vit:

*“Stina e verës kaloi. Mos harroni ta ktheni sahatin një orë pas në 2 pasdite.”*

Por kur një reporter shkoi në një dyqan orësh dhe regjistroi orët në mesditë, ngjarja erdhi e gjallë me tingëllimën e zileve, këmbanave dhe kukuve të komanduara.

*“...Kjo është tingëllima e kohës. Mos harroni ta ktheni sahatin pas një orë sonte në mbrëmje.”*

Kjo është më e fuqishme. Toni e bën atë të funksionojë më mirë, madje edhe për një ngjarje që ndodh dy herë në vit siç është ndërrimi i orës. Mos rrini. Ajo nuk duhet të jetë e mërzitshme.

Televizioni ka figurën, por ne në radio kemi diçka edhe më të fuqishme në arsenalin tonë. Ne kemi përfytyrimin. Me shfrytëzimin e tonit dhe përshkrimin e ngjarjeve dhe njerëzve në detaje, mund të nxisim përfytyrimin në një mënyrë që televizioni nuk e bën dot.

Një shembull vjen nga redaksia ime e mëparshme e lajmeve në San Francisko. Një reporter i ri kishte kaluar tërë natën duke investiguar një zjarr dhe tani ishte kthyer në stacion të regjistronte reportazhin për transmetimin e mëngjesit. Ndërsa ngjarja e zjarrit që kishte investiguar ishte emocionuese, reportazhi ishte disi i mërzitshëm. Unë e pikasa papërvojën e tij dhe mora shënim për të folur me të më vonë për këtë gjë.

Reportazhi e tij tingëllonte pakashumë:

*“Zjarri vazhdoi gjatë gjithë natës në kryqëzimin e Powell dhe Main. Shtëpia u shkatërrua plotësisht. Asnjë nuk u dëmtua. U deshën dy skuadra për të shuar flakët. Dëmi u vlerësua në 400 mijë dollarë. Askush nuk e di arsyen e rënies së zjarrit.”*

Pasi kishte mbaruar së regjistruari reportazhin e tij, gazetari ngriti telefonin e redaksisë dhe i telefonoi të dashurës. Në fund të fundit, kishte qenë jashtë tërë natën dhe ndjente nevojën të shpjegohej.

*“Veç ta kishe parë zjarrin! Diçka e jashtëzakonshme! Ishte një hënë e plotë dhe tymi i zi mund të shikohej nga disa milje përreth! Gjithë banorët kishin dalë jashtë me rroba banjo dhe ndërresa dhe rrinin e bënin sehir zjarrin që vazhdonte, ndërkohë që fëmijët dhe qentë u vinin rreth si të çmendur. U deshën dy skuadra të shpërndanin flakët sepse e para nuk mundi të vinte në funksion tubat e gomës. Kështu, ata humbën shtëpinë dhe secili duhet të presë të mbrijnë zjarrëfiksat e tjerë. Në një çast dikush tha që në shtëpi kishte mbetur një mace, e atëhere gjithë zjarrëfiksit hynë brenda me maska oksigjeni për ta gjetur macen, por ajo ishte fshehur nën një makinë një bllok më larg! Nuk mund të merrje frymë nga tymi kaq i dendur dhe nga era që vazhdonte të ndryshonte drejtimin dhe askush nuk e dinte ende se çfarë e shkaktoi zjarrin. Po shtëpia! Është plotësisht e shkatërruar, s’i ka mbetur asgjë veç hirit. Thuhej se vlente 400 mijë dollarë! Mund ta marrësh me mend që edhe në këtë lagje çmimet të jenë kaq të larta?”*

Unë ia rrëmbeva telefonin nga dora reporterit në mënyrë krejt të pasjellshme dhe e pyeta se përse nuk e hodhi në reportazh gjithë këtë material të mirë, në vend që ta ruante për të dashurën?

Reporterit “e kuptoi.” Qysh atëherë ai vazhdon të punojë për dy rrjete kombëtare dhe një mur të shtëpisë e ka të veshur me çmime e diploma. Ai tashmë përgatit radio të fuqishme.

Përpjekja për të bindur një grup gazetarësh (praktikimi i një gazetarie me “G” të madhe) që lajmi nuk duhet të jetë i mërzitshëm ka qenë e vështirë. Ata mësuan që disa detaje “të rëndësishme” të një ngjarjeje duhen përfshirë doemos, madje edhe kur të mos jenë interesante. Nëse detaje të tilla nuk ju interesojnë në nivelin njerëzor, ka mundësi që këto

detaje të mos u interesojnë as dëgjuesve dhe ka të ngjarë që ata të pushojnë së dëgjuari, duke ju braktisur dhe detajet tuaja “të rëndësishme”.

Në një seminar kohët e fundit në Finlandë me një grup gazetarësh të radios, unë i vura ata të dëgjojnë për 10 minuta rrjesht regjistrimin e transmetimit të tyre një ditë më parë.

Grupi ishte ulur në heshtje dhe dukej se dëgjonte me vëmendje. Kur mbaroi regjistrimi, u bë pyetja “Përse bënte fjalë reportazhi i parë?”

Në dhomë ra heshtje varri. Asnjë gazetar nuk mbante mend gjë. Me që ra fjala, ishin të njëjtët njerëz të cilët, një ditë më parë, kishin shkruar, prodhuar dhe paraqitur këto transmetime.

“Po për reportazhin e dytë ç’mund të na thoni?” Qetësi. “Po për të tretin?” Askush nuk tha një fjalë. Megjithatë grupi i kishte dëgjuar transmetimet, reportazhet ishin kaq të mërzitshëm sa që asnjëri nuk i sillte ndërmend. Ata e kishin shkëputur mendërisht lidhjen.

Më në fund i pyeta, “Ka ndonjë që mban mend *diçka* nga ky transmetim?”

Vetën njerit i kujtohej reportazhi që kish të bënte me një kishë e cila i nxiste njerëzit t’i digjnin të vdekurit, sepse kjo ishte më e lirë se varrimi dhe se varrezat ishin mbushur plot. Ngjarja e vetme pra, që ata mundën të sjellin ndërmend ishte një pjesë e çuditshme interesante për djegjen e të vdekururve. Mësimi: Nëse nuk e bëni lajmin interesant, dëgjuesit mund t’i “dëgjojnë” ngjarjet, por nuk do të thellohen në to.

Një reporter që nuk bëhet kurrë i mërzitshëm është Mike Sugerman i KCBS|San Francisko.

Mike Sugerman është i njohur për gjetjen e ngjarjeve më të mërzitshme dhe për sjelljen e tyre në jetë. Atij i është dhënë çmim i lakmuar i Shoqatës Benton të Gazetarëve në Universitetin e Çikagos, ai ka një mur plot me çmime dhe është popullor ndër dëgjuesit e vet.

### **Mike Sugerman** **Fotografi.Faqe 111.**

Sugermani është gjithashtu po kaq i mirë edhe në lajmet e pakëndshme dhe hollësitë për arsye se ai ka shpirt krijues. P.sh, merr një ngjarje të “vazhdueshme” si Akademia e Çmimeve. Çdo vit, reporterët e investigojnë këtë histori në të njëjtën mënyrë: intervista me personazhe të famshëm dhe lista e kandidatëve. Mike Sugermani shtoi një dimension unik, duke bërë “Sondazhin Oskar” të tij. Ai pyet djemtë e quajtur “Oskar” se kush do të duhej të fitonte. Diçka fantastike.

Kur Sugermani bën një reportazh për të pastrehët, ai hyn në botën e tyre; banon midis tyre, fiton besimin e tyre dhe gjen perspektiva unike. Njëherë ai bëri një reportazh për mbeturinat duke shoqëruar një mollë të ngrënë në vendin e plehrave. Ai përdor ton dhe

humor. Ai është i vërtetë. Ai ruan humanizmin dhe nuk e vë kurrë veten mbi auditorin. Ai përdor përfytyrimin dhe është një tregimtar mjeshtër.

Sugermani këshillon reporterët të rrezikojnë. Ai thotë, “Së pari mësoni rregullat e gazetarisë tradicionale. Pastaj thyejini ato. Pasi të mësoni se çfarë do të bëni, ju mund të investigoni një ngjarje dhe të kuptoni çfarë do të jenë duke bërë gjithë reporterët e tjerë. Atëhere bëni diçka të ndryshme. Shpesh, reportazhi në fjalë do të ngjallë komente, të tilla si, “Çfarë dreqin ishte kjo?” Por faktikisht komentet kthehen në, “Hej, kjo ishte e mirë, si mendoni ju?” Here pas here, ju ende do të dëgjoni, “Çfarë dreqin ishte kjo?” Por, nëse nuk vazhdoni të bëni gabime do të shpërbleheni.”

Sugermani ka vetëm një paralajmërim: “Shmangni gabimet me *faktet e vërteta*. Nëse viheni në dyshim shumë shpesh përse i përket natyrës së fakteve, ju do të humbisni besueshmërinë, e cila është gjithçka që ka një reporter.”

Warren Levinson, një tjetër reporter krijues i çuditshëm, drejton Associated Press Radio Bureau në qytetin e Nju Jorkut. Ai është gjithashtu prezentator i përbashkët në Lajmet Javore, transmetim i AP's, emisioni News Show i publikuar në shkallë kombëtare. Levinsoni është specializuar me sa duket në mbledhjen e historive të mërzitshme dhe në shndërrimin e tyre në magjepsëse. Për arsye të besueshmërisë së tij dhe njohurive speciale si gazetar lajmesh, ai ia ka dalë mbanë të bëjë disa nga emisionet më kreative të lajmeve në Associated Press, zonja e vjetër gri e lajmeve amerikane. Një dredhi që krijoi ai dhe që përdoret ende herë pas here, e bën madje edhe historinë më të harrueshme të paharrueshme!

### **Warren Levinson Fotografi. Faqe 112.**

Ndonëse ruan në reportzhin e tij gjithë faktet tradicionale, Levinsoni luan me formën për ta bërë atë të vijë e gjallë. Ja një shembull:

Kjo ngjarje ka të bëjë me reagimin disa kohë pasi shpërtheu një tubacion kryesor shumë i madh poshtë qytetit të Nju Jorkut. Shumë lagje nuk kishin ende ujë në dhe metrotë ishin të përmbytura. Qyteti ishte rrëmujë dhe historia vazhdonte prej disa ditësh. Njerëzit ishin lodhur duke dëgjuar pareshtur të flitej për problemin, por meqenëse ishte ende lajm, ai vazhdonte në radio.

Provo ta lexosh këtë me zë të lartë:

### **Reportazh me stil poetik nga Warren Levinson AP\*.**

*(Hapet me një sfond zhurmash ndërtimi, pistoletash minatori dhe uji të rrjedhshëm.*

“Poshtë Nju Jorkut ka bomba me sahat të vendosura para një shekulli a më shumë. Njëra që shpërtheu të enjten ishte vendosur në nëntëqind e katrën.

Tubacionet kryesore të ujit poshtë Rrugës 42 u prishën...

*...disa nga tubacionet tona të vjetra, kjo për ta thënë me siguri*

Dick Gaynor është përfaqësues i pajisjeve H-2-0  
Gjysmë përfitues do të thotë një gjë e tillë që ju ose ai ose unë

mund të kenë qenë joshur të përpiqen, në vend që ta kapin trenin  
meqenëse binarët e metrosë ishin thuajse 40 javë nën shi.

Dhe udhëtarët e metrosë që ndihen të lodhur më shumë se zakonisht kërkojnë rrugë të  
tërthorta. A ishin të çmendur ata?

*...”Jo, njujorkezët janë të ndryshueshëm, ata përshtaten shpejt*

Manuel Martinezi i gjeti ata përreth trenit katër dhe pesë të dëmtuar rëndë,  
Ndërsa rruga dhe binarët ishin të mbyllura për gjithçka që ka një tren elektrik.

Ne nuk e transportojmë rrjedhën e ujit këtu, por ju mund të kërceni si një tapë  
nëse turreni teposhtë për 40 sekonda

Waren Levinson, Nju Jork.”

*(Mbyllet me zhurma ndërtimi, uji që rrjedh, pistoleta minatorësh)*

Reportazhi ka të gjithë informacionin që kërkon një lajm—kush, çfarë, ku, kur dhe është  
zbavitëse ta dëgjosh, madje edhe nëse e keni dëgjuar gjithë ditën (ose gjithë javën)!  
Levinsoni u kujton reporterëve se kryesore këtu është ngjarja, jo tregimtari. “Fjalët dhe  
zërat e përgatitësit të lajmeve janë thelbësore për radion e mirë, por kurrë mos harroni që  
tregimtari jeni ju. Kam parë një mori reporterësh të bëjnë marifete gojore vetëm për të  
funksionuar më mirë, në një pjesë të regjistrimit të lënë në dhomën e montazhit. Nëse  
mendoni se zëri juaj nuk mund të mbartë në vetvete asnjë histori, shikoni dhe përmirësoni  
shkrimin ose reportazhin.”

Kjo do të thotë se ai thekson rëndësinë e zhurmës së mjedisit. “Mos lejoni të kalojnë pa u  
vënë re zhurmat që nuk luajnë ndonjë rol: zhurmat e rrugës gjatë punës për shuarjen e një  
zjarri, akustika speciale e një galerie arti ose muzeumi.” Levinsoni këshillon, “Mos  
përdorni zhurmë sfondi për hir të zhurmës, por pyetni veten, ‘A ka këtu zhurma që mund  
të tregojnë një aspekt të kësaj historie më ngjeshur se nga ç’ mund ta bëj unë me fjalë?’”

Sidomos kjo funksionon shumë mirë kur një reporter shpreh emocione të çiltra rreth një  
ngjarjeje. Jini objektiv me faktet, por nëse mund të personalizoni ngjarjen në njëfarë  
mënyre, auditori ka të ngjarë që do ta kujtojë më shumë veprën tuaj.

Një shembull vjen nga Radio Jämtland në Suedi. Kishte patur një “grumbullim turme” në  
një shkollë lokale. Një fëmijë ishte përplasur për tokë, ishte rrahur, pastaj gati sa nuk e  
kishin mbytur duke ia mbajtën kokën në një tualet. Reporterja sollti ndërmend sulmet e  
rrugaçëve në kohën kur ajo vetë kishte qenë nxënëse dhe se sa të frikshme ishin ato. Siç  
doli, vajza e saj shkonte po në atë shkollë ku ndodhi incidenti. Si çdo nënë e mirë, edhe

ajo ishte e shqetësuar për vajzën e saj. Ajo e përshkroi ngjarjen, por njëherësh i përçoi auditorit merakun e veçantë që kishte për sigurinë e fëmijës së vet. Ajo solli në këtë rast përvojën e saj jetësore. Çdo prind mund të kishte të bëjë me këtë ngjarje, ndaj edhe, ka të ngjarë, kjo shkaktoi atë reagim emocional të fortë.

Sa herë që ka një lidhje personale të reporterit me një ngjarje të caktuar, ekziston mundësia për radio më të fuqishme.

### **Arti i intervistës**

Intervista është zemra e zhanrit të lajmit. Kur një reporter vjen i armatosur me një listë pyetjesh për një ekspert, zëdhënës apo viktimë, është fare e lehtë të harrojë gjënë më të rëndësishme...dëgjimin. Reporteri është shumë i etur të kalojë në temën tjetër, ngjarja e “vërtetë” mund të anashkalohet.

Sa herë mund të keni dëgjuar në një intervistë diçka si, *“Pra, çfarë është e re në kërkimin tuaj shkencor?”* Shkencëtari përgjigjet, *“Po ja, me sa duket kemi arritur të zbulojmë një kurë për kancerin dhe një mënyrë të ekspozimit pa rrezik të mbeturinave radioaktive.”*

Intervistuesi pastaj i referohet “listës” dhe pyet, *“Sa kohë keni që merreni me këtë lloj kërkimi?”* Intervistuese del kështu plotësisht bosh!

Ndonëse ky është një shembull paksa i tepëruar, ky dështim për të dëgjuar vazhdon edhe sot e kësaj dite. Mjetet tuaja më të rëndësishme janë aftësia e dëgjimit dhe kureshtja e natyrshme. Shpesh nëse ju e hiqni nga dora “listën” dhe thjesht dëgjoni atë që i intervistuari ka për të thënë, ju do të drejtoni pyetje më të mira, do të merrni përgjigje shumë më të mira dhe do të paraqisni një ngjarje më të mirë. Drejtoni pyetje më të thjeshta për të prodhuar përgjigje më të thjeshta.

Kur intervistoni ekspertë, ka një prirje për t’i lejuar ata të bishtojnë duke dhënë përgjigje të zgjatura komplekse dhe të pakuptueshme. Problemi është se “gazetarët” nuk duan të pranojnë që nuk dinë diçka apo nuk e kuptojnë një përgjigje të komplikuar.

Kijeni parasysh këtë. Kur ju, si folësa profesionistë nuk e “kuptoni” përse bëhet fjalë, atëhere cilat janë mundësitë e auditorit për të kuptuar? Politika më e mirë është ta mbash informacionin mundësisht sa më të thjeshtë e brenda arsyes. Përsëri, shumë “gazetarë” nuk pranojnë të ndjekin këtë politikë sepse dëshirojnë të duken inteligjentë dhe të aftë për të kuptuar informacion kompleks. Kjo gënjen auditorin dhe nganjëherë dhe ekspertët. Mbi të gjitha, edhe një “ekspert” dëshiron të dëgjohet dhe të kuptohet.

Nëse ju e paraqitni lajmin në mënyrë interesante, tipike dhe të përshtatshme, kjo do të jetë për auditorin një arsye për t’u lidhur, jo për tu shkëputur me stacionin. Dëgjuesit gjithashtu mund të bëhen “tifoze” dhe ta ndjejnë të nevojshme të mësojnë çdo ditë çfarë po ndodh, ashtu siç është shpjeguar nëpërmjet transmetimit tuaj.

### **Këshilla nga reporterë me emër.**

#### **Gjera të cilat nuk ua mësuan kurrë në shkollën e gazetarisë.**

Listës sime iu shtuan reporterë nga redaksi të ndryshme lajmesh rrethepërqark botës.

Ja çfarë erdhi nga ata:

- Drejtohuni vetëm një dëgjuesi.
- Përdorni heshtjen. Është e fuqishme.
- Shmangni klishetë.
- Gjeni ide të reja nga shqyrtimi i burimeve të vjetra.
- Regjistrim i hequr do të thotë regjistrim i hequr. Mos i “digjni” burimet tuaja.
- A ka vlera realiteti apo intervista e regjistruar? Mos harroni shfrytëzimin e kohës. Sidomos kur keni një staf të vogël. A ju duhet ky sfond zanor për ta treguar shumë mirë ngjarjen? Apo mund të shfrytëzoni më mirë atë që kishit në një emision tjetër?
- Përqëndrohuni në hapësirën tuaj vendore. Njihni qytetin tuaj dhe përdorni terma të familjarizuara për gjërat.
- Mos e kaloni masën në shaka. Bëni që dëgjuesi t’i kërkojë ato përsëri.
- Mos përdorni të njëjtën shembull me reporterët. Tregon përtaci, është e mërzitshme dhe ju bën të dukeni të trashë.
- RISHKRUANI, përdorni variante të ndryshme. RISHKRUANI postën elektronike. Mos përdorni orën 8: 00 para dite në kopjet e bëra në 9: 00 para dite.
- Përdorni një mendim për mësimin dhe një për realitetin.
- Shkruani për t’u dëgjuar. Mbani ritmin e të folurit në shkrimin tuaj dhe shqiptoni atë me zë të lartë para se ta lexoni në transmetim.
- Shmangni statistikën kur mundeni. Dëgjuesit zakonisht nuk i mbajnë mend ato.
- *Mos kini frikë nga dhoma e montazhit!* Askush përveç teje nuk e di se çfarë ka në aparatin tuaj të regjistrimit Vetëm shfrytëzoni regjistrimet më të mira dhe më të fuqishme. Lerini të tjerat.
- *Punoni shpejt!* Kurseni kohë duke e dëgjuar regjistrimin e ngjarjes në makinë, në rrugë. Në mendje mbani interpretimet e shumta gati për veprim para se të ktheheni në stacion.
- Merrni një vendim. Kurrë nuk do t’i gjeni të gjitha hollësitë që ju nevojiten. Pra, jini i plotëfuqishëm e “Zot i lajmit të radios së fuqishme” dhe vendosni çfarë shkon e çfarë jo në çdo variant të një emisioni.

## **10 Këshillat kryesore të Valeri Geller**

### **Për Krijimin e Radios së Fuqishme të Lajmeve.**

- Në rastin e një lajmi të ngutshëm, në fillim gjeni faktet dhe pastaj shqetësohuni për prezantimin.
- Përshkruani gjërat në planin imagjinar; pikturoni figura me fjalë.
- Shkruani sa më shkurt! Përdorni pak fjalë, por me peshë në mënyrë që auditori ta mbajë mend atë që thatë.
- Përdorni teknika efektive rrëfimi; tregoni ngjarjet siç do t’i tregonit ato me miqtë.
- Përdorni tone të natyrshme.
- Jini objektiv! Mbajeni mendimin tuaj jashtë ngjarjes, por futni veten brenda saj.
- Dëgjoni ndërkohë që jeni duke intervistuar.
- Bëni pyetje më të thjeshta. (“çfarë dhe si,” jo “po ose jo”)

- Kini parasysh për çfarë po flisni. Kuptojeni mirë historinë që, nëse dëmtohet kopja, të mund të vazhdoni reportazhin.
- Bëjeni lajmin pjesë, jo pengesë të programeve të stacionit,. Ngacmoni brendinë e lajmit të ardhshëm midis transmetimeve.

Më shumë këshilla të rëndësishme për lajmet vijnë nga Ed Walsh i KFYI|Phoenix News, drejtor programi dhe prezentator i përbashkët i mëngjesit. Para KFYI-se ai ishte drejtor programi në WOB|Nju Jork dhe drejtor lajmesh WRKO|Boston. Walsh është gazetar lajmesh i përsosur dhe autoritar, me formim të mirë e me një stil bisedor të lehtë që dominon radion e lajmeve në Shtetet e Bashkuara.

## **Ed Walsh**

### **Fotografi. Faqe 119.**

Walsh na jep diçka nga mençuria praktike dhe përvoja e tij e lajmeve:

- Kurrë mos e humbni shansin për të shkuar në banjë. (A jeni ndarë ndonjëherë nga një emision herët në mëngjes, pasi keni pirë shumë kafe?).
- Thuani gjithmonë, “Po” kur ju ofrojnë ushqim dhe pije falas.
- Duhet të dini kur të regjistroni! Në Shtetet e Bashkuara rrezja e veprimit të radiove të lajmeve nuk shkon rëndom më shumë se një orë larg dhe oreksi i përbindshit „lajm“ është i pashuar. Më mirë t’i hidhni diçka (të saktë) të përtypë kur jeni duke mbledhur informacionin plotësues për emisionin e ardhshëm.
- Veshja e këpucëve të rehatshme mund të mos jetë tepërim.
- Vlera e shumë lejeve të shtypit të ardhura me postë rallë e kapërcen çmimin e tarifës postare, pavarësisht nëse ato kanë qenë dërguar me postën federale apo me postë të zakonshme.
- Në pasurinë e patundshme, tri atributet kryesore të pronës janë “pozicion, pozicion, pozicion.” Në lajmet e radios janë “vendor, vendor, vendor.” Që shpesh do të thotë zhvillim i këndvështrimeve lokale ndaj ngjarjeve kombëtare ose ndërkombëtare.
- S’ka folje në shkrimet e lajmeve që të jetë më e përdorur se “them” (si në, “zyrtarët thonë...”). Futni pak gjallëri në emisionin tuaj! Ata nuk “thonë”; ata “këmbëngulin” “pohojnë” “pretendojnë,” etj.
- Shmangni referimin e tepërt. Emri i agjentit të shtypit për një agjensi, në shumicën e pafund të lajmeve, nuk është e nevojshme të njoftohet. Oficeri Smith, në cilësinë e tij si përfaqësues është “polici.”
- Kurrë mos gaboni në frazat jobisedore tradicionale si, “më afër shtëpisë” ose “në lajme të tjera.” Nëse nuk mund të zhvilloni një drejtim të qartë deklarativ, fiksoni një pyetje (a la Andy Rooney: “A keni... ,” nëse duhet). Kjo e bën më bindës kalimin ndërmjet lajmeve.
- Krijoni prani me pararegjistrim kur nuk jeni në gjendje të telefononi, të lidheni me radio ose me mikrovalë gjatë zhvillimit të një ngjarjeje. Nëse reporteri Lee Harris duhet të jetë në aeroport për mbrritjen e Papës në 11: 00 dhe nuk mund të regjistrojë në 11: 00, pararegjiston (“Papa pritët këtu së shpejti...”)

- Kujtoni, ne bëjmë lajme, jo histori. Përdorni kohën e tashme sa herë që është e mundur. Mos iu referoni “ të djeshmes”, hiqni rastet kur kronologjia është vendimtare.
- Më tregoni një ngjarje ( të vërtetë, por një ngjarje)

Një tjetër reporter që sjell këshilla të rëndësishme dhe ide të dobishme është Sharon Katchen. Ajo ka punuar si reportere lajmesh në radiot KIMN, KNUS dhe KOA, të gjitha në Denver, para se të shpërngulej në Los Angeles, ku tani drejton Orange County Bureau të All News 98, KFWB.

Talenti i saj i shumanshëm është përdorur mirë nga gjithë formati i lajmeve 24 orë në ditë i KFWB, të përcaktuar në segmente prej 22 minutash me titujt e artikujve, sportet, moti, trafiku aktual, reklamat dhe njoftime speciale. Slogani i tyre është, “Na jep 22 minuta dhe ne do tju japim botën.”

### **Sharon Katchen** **Fotografi. Faqe 121.**

Katchen mund të bëjë shumë në 22 minuta. Një nga radiot konkurruese të lajmeve ka tre njerëz për të bërë të njëjtën punë me Sharonin. Njëherë e dëgjova atë të regjistronte 27 reportazhe në një ditë të vetme. Veç punës së saj si një reportere lajmesh, ajo është edhe vrapuese në 10 kilometra. Disa nga çmimet e saj „Mikrofoni i Artë“ ajo i mori ndërsa transmetonte drejtpërdrejt nga Maratona e Los Angelesit.

Lista e këshillave të Sharon Katchen për Krijimin e Radio së Fuqishme të Lajmeve:

- Cilësia nuk del kurrë jashtë stilit.
- Mos rendni pas thashethemeve.
- Ruani pikëpamjet tuaja për lajmet.
- Mbani shënime: aparatet e regjistrimit mund të dështojnë.
- Saktësi; Saktësi; Saktësi.
- Transmetoni plotësisht dhe haptas. Lënia jashtë e fakteve kryesore ose pikëpamjeve është transmetim i keq.
- Nuk është lajm të ndërhysh në një fatkeqësi ose skenë krimi dhe të pyesësh viktimën “Si ndihesh?”
- Dëgjoni. Pyetjet më të mira vijnë nga përgjigjet.
- Transmetim i mirë dhe ton i mirë do të thotë radio e mirë.
- Nëse nuk është e qartë për ju, nuk është e qartë as për dëgjuesit.

Gazetari Mark Howell, fitues i një çmimi, ka ide të mira. Sot ai është drejtor lajmesh dhe folës i mëngjesit në KUZZ|KCWR, Bakersfield, Calif. Ai punoi për shumë vjet si reporter në San Francisco, para se të pranonte të drejtonte redaksinë e tij dhe të jetonte një jetë të qetë në një qytet më të vogël. Legjenda e muzikës kantri, Buck Owens dhe familja e tij zotëron dhe drejton radion KCWR|KUZZ.

Përveç lajmeve, pasionet e vërteta të Howellit u shfaqën kur ai hoqi kravatën, veshi xhakëtën prej lëkure të zezë dhe u bë “zëri” i garës\* vjetore të automobilave në Bakersfield.

### **Mark Howell**

#### **Fotografi. Fae 123.**

10 Idetë kryesore të Mark Howellit për Krijimin e Radios së Fuqishme.

- Mos nxirrni grushtat. Mos i pranoni eufemizmat. Flisni gjuhën e njerëzve të zakonshëm, por pastroni gramatikën.
- Mos u besoni policisë apo politikanëve.
- Për të treguar një ngjarje, toni i natyrshëm ndihmon shpesh herë më shumë se intervistat.
- Një transmetim i mirë ka një ritm delikat thuajse të nënvetëdijës, krijuar nga mënyra e të folurit dhe vendosja e duhur e tonit.
- Entuziazmoni dëgjuesit me drejtimin. Nëse nuk tërhiqni vëmendjen me fjalinë e parë të një rrëfimi, i keni humbur ata.
- Kur jeni në intervistim, përqëndrohuni më shumë tek ajo çka thotë i intervistuari dhe jo në atë çka do t’i thoni ju më pas. Shfrytëzoni çdo përgjigje për të kaluar te një pyetje tjetër. E vetmja pyetje e trashë është ajo që nuk e bëtë.
- Lexoni materiale për ndodhi jashtë qytetit dhe dokumenta alternative. Enduni nëpër internet. Dëgjoni radiot me valë të shkurtra. Do të gjeni histori, ide që nuk janë ngjizur në qytetin tuaj. Ruajini ato në një dosje dhe përdorini për ditët e lajmeve të mërzitshme.
- Mos humbni kohë duke ndjekur një histori që gazeta lokale dhe|ose TV-ja tashmë e ka bërë, vetëm nëse ju me të vërtetë e çoni atë përpara dhe jo thjesht ta përsërisni me një frazë të mprehtë. Harxhojeni kohën për histori që ata nuk kanë bërë.
- Fitoni zë të kualifikuar profesional. Ia vlen shpenzimi.
- Kuptoni bazat teknike të riprodhimit të tonit dhe zhvilloni një dëgjim me besueshmëri të lartë. Më tej, mos pranoni dëgjim të keq në punën tuaj. Sigurohuni që dini të përdorni pajisjet dhe të jeni tepër i përpiktë për mirëmbajtjen e tyre.

Denise Jimenez Adams është një reportere radioje dhe televizioni me përvojë dhe që ka fituar çmime. Ka qenë folëse e lajmeve në WBBM| Chikago, WCBS|Nju Jork dhe të tjera. Lindur në San Francisko, vendosur në Cikago, ajo është martuar me artistin sufler Xhorxh Adams.

### **Denise Jimenez Adams**

#### **Fotografi. Faqe 124.**

Përballja e saj me seriozitet, imazhi i drejtë për lajmin dhe për epërsinë e emrit të mirë, janë elementë të mirënjohur në punën sistematike.

Këtu poshtë po rradhësim këshillat e saj:

- Punoni për komunikimin me bosët tuaj dhe me punonjësit e tjerë po aq shumë sa edhe me auditorin, sepse komunikimi nuk është një art i praktikuar mirë në biznesin e transmetimit.
- Dalloni kufijtë tuaj ..dhe të stacionit.
- Praktikoni, praktikoni, praktikoni faktikisht pa kufi, kështu që spontaniteti juaj me lajmet të mos prishë emrin e mirë të stacionit ose tuajin.
- Fjalët mund të jenë shpata. Zgjidhni ato me kujdes për të prodhuar një efekt që ndihmon kuptimin më të mirë të ngjarjes, jo tuajin.
- Shërbimet elektronike janë burime të rëndësishme, por jo gjithmonë një stil i duhur për të rivalizuar.
- Lexoni, lexoni, lexoni, për përmbajtje dhe stil, për nxitje dhe informacion. Jini një sfungjer gjatë tërë kohës!
- Mos pretendoni:
  - A) se dini më tepër se auditori juaj.
  - B) se auditori di më shumë se ju.
  - C) që opinionin juaj është i mirëpritur apo i rëndësishëm.
- Krijoni stilin TUAJ veti në vepra dhe mënyrën e shqiptimit.
- Përjetoni atë çka përjeton auditori, kështu mund të bëni pyetje që kanë vlerë. Komunikoni faktet që janë të nevojshme dhe përshtatni ndjenjën ndaj situatës.
- NDJENI.... dhe ata do të ndiejnë bashkë me ju.

Talenti bën çerdhe në familje. Lynn Jimenez (motra e Denisit) është korrespondente biznesi për radion Lajm-Bisedë KGO dhe televizionin KGO të San Franciskos. Ajo punon në katin e Bursës Pacifik. Para KGO-se ajo punonte si menaxhere e lidhjeve të medias për Pacifik Bell. Para “ndërprerjes” të saj nga transmetimi në botën e biznesit ajo kishte qenë folëse kordinuese e lajmeve të pasdites në KCBS|San Francisko; reportere në KIRO|Seattle dhe KXRX|San Jose. Është e martuar me menaxherin e transmetimit të TV-së John Katching.

**Lynn Jimenez**  
**Fotografi. Faqe 126.**

Këshillat e saj për Krijimin e Radios së Fuqishme.

- Shplodhuni pak.
- Mos u ndjeni si Walter Cronkite.
- Ritmoni vetveten.
- Mësoni të fiksoni çdo pajisje që përdorni.
- Kurrë mos shpërfillni ndonjë numër telefoni....KURRË.
- Ekipi i lajmeve nuk është familja tuaj, s'ka rëndësi ç' thonë drejtuesit.
- Pajtohuni me ndryshimin sepse ndryshueshmëri do të thotë mbijetesë.
- Ju jeni një qenie njerëzore. Ju jeni me vlerë dhe kështu është kushdo tjetër.
- Emisioni është një botë e vogël. Mbajeni mend këtë.
- Zbavituni.