

رادیوهای

در بریتانیا

● ترجمه دکتر هوشنگ ابتهاج

خدمات رادیوی ملی جداگانه دارند. محتوای گفتگوی رادیوی محلی BBC، به طور میانگین از حدود پنجاه درصد در سال ۱۹۹۰ به هشتاد درصد در سال ۱۹۹۷ افزایش یافته است. هر ایستگاه به طور متوسط هجده ساعت در طول شبانه روز، به طور معمول از ساعت شش صبح تا نیمه شب، برنامه پخش می کند.

رادیوی بازرگانی

رادیوی بازرگانی به واسطه درآمد تبلیغاتی به بقای خود ادامه می دهد. یک ایستگاه بازرگانی برای اینکه آگهی ها را جذب نماید، باید طیف وسیعی از شنوندگان را به طرف خود جلب کند و برای بزرگترین بازار بالقوه تدارک ببیند. بنابراین، قسمت اعظم ایستگاههای بازرگانی، انواع

اطلاعات محلی به پخش برنامه مشغولند. **رادیوی محلی BBC** خدمات رادیوی محلی BBC براساس گفتگو می باشد که بر روی اخبار محلی، امور جاری، اطلاعات، مباحثه اجتماعی و ورزش محلی متمرکز است. ۳۸ ایستگاه محلی BBC در سرتاسر انگلستان وجود دارند که به جوامع متمایز و متفاوت، خدمات عرضه می کنند. برخی از آنها مانند GMR در شهر منچستر و WM در میدلند غربی، شهرهای اقماری بزرگ را تحت پوشش قرار می دهند، در حالی که تعداد دیگری مانند «رادیو کورنوال» (CORNWALL) و «رادیو لینکولن شایر» (LINCOLNSHIRE)، به-طور عمده مبنای بر مناطق روستایی قرار داده اند. اسکاتلند، ولز و ایرلند شمالی

رادیو محلی در بریتانیا یا متعلق به بنگاه خبرپراکنی بریتانیا (BBC) است و یا به رادیوی بازرگانی تعلق دارد. هزینه ایستگاههای BBC، آشکارا از طریق حق اشتراک با مجوز تلویزیون تأمین می شود. این ایستگاهها تحت نظارت BBC قرار دارند و شامل اخبار و اطلاعات اجتماعی هستند. ایستگاههای بازرگانی، متکی به تبلیغات و کمک مالی از طرف حامی مالی برنامه می باشند. آنها توسط شرکتهای مستقلی اداره می شوند که به واسطه مسئول رادیویی که از طرف دولت منصوب شده است، کنترل می-شوند. امروزه تعداد زیادی از آنها متعلق به گروههای بزرگی مانند: EMAP، GWR و «کاپیتال» (Capital) می باشند. که با گرایش موسیقی و سرگرمی اما همراه با اخبار و

مختلفی از موسیقی پاپ را پخش می‌کنند که توسط اخبار و اطلاعات محلی تکمیل می‌شوند.

بیش از یکصد و هشتاد ایستگاه رادیوی بازرگانی منطقه‌ای یا محلی در بریتانیا وجود دارند که تقریباً تمامی آنها در طول شبانه‌روز در حال فعالیت هستند و ایستگاههای محلی از ایستگاههای کلان شهر؛ مانند: «کاپیتال» در لندن، «کلاید» در گلاسکو و «مترو» در نیوکاسل تا ایستگاههای کوچک در مناطق روستایی؛ مثل: «موری فیرث» (MORAY FIRTH) در «اینورنس»، «KFM» در «تونبریج ولز» (TONBRIDGE) و رادیوی «کردیجیون» (CRIDIGEON) در «آبریسویث» (YTH-ABRYTHW) گسترش می‌یابند. مسئول رادیوهای محلی، اخیراً به معدودی از ایستگاههای منطقه‌ای مجوز داده‌است که جمعیت‌های از یک تا سه میلیون نفر را پوشش دهد که شامل ایستگاههایی مانند: «گالاکسی ۱۰۱» (GALAXY 101) در جنوب غربی، «هارت FM» (HART FM) در «میدلند غربی» و «رادیوی قرن» در شمال-غربی می‌باشد.

تمام ایستگاههای بازرگانی، دارای اندازه‌های مختلفی هستند. از این میان محبوب‌ترین آنها عبارتند از: رادیو «کانتمپوراری هیت» (TEMPORARY HIT-CON) که به پخش جدول ۴۰ موسیقی برتر می‌پردازد، «گولد» (GOLD) که آهنگهای قدیمی از دهه ۶۰ و ۷۰ را پخش می‌کند، «ادالت کانتمپوراری» (CONTEMPORARY ADALT) که به بخش قطعات کلاسیک از دهه ۷۰، ۸۰ و ۹۰ و «دانس» که موسیقی دیسکو و کلوب را پخش می‌کند. در شهر لندن، یک محدوده بزرگتری از جمله نوزده ایستگاه با اشکال متنوع تر شامل «جاز FM»، ملودی و «موسیقی مذهبی» (PREMIER)

وجود دارد. شهر لندن دارای دو ایستگاه محلی «نیوزدایرکت» (NEWSDIRECT) و LBC است که صرفاً به پخش گفتگو



با وجود افزایش ایستگاهها، به نظر می‌رسد تعداد کل مردمی که به رادیو گوش می‌کنند، یکسان باقی می‌مانند. به منظور رقابت با یک انتخاب رو به افزایش، رادیو باید گوش نوازتر از همیشه باشد. بومی گرایی و اخبار محلی، ابزار ضروری برای این وظیفه خطیر هستند.

می‌پردازد.

مسئول رادیویی، توسط اعطای مجوزها، رفع شکایتها و اطمینان از اینکه تمامی ایستگاهها به تعهدات اجرایی‌شان

عمل می‌نمایند، صنعت رادیوهای محلی را تنظیم می‌کند.

تاریخچه مختصر رادیوی محلی

رادیوی محلی در سال ۱۹۶۷ شروع به کار کرد؛ هنگامی که BBC، رادیوی لیستر را به عنوان یک تجربه افتتاح کرد. قبل از آن، برنامه‌های منطقه‌ای در رادیوی ملی وجود داشت، اما در حقیقت ایستگاههای محلی وجود نداشت.

BBC انحصارش را برای شش سال حفظ کرد تا این که اولین ایستگاه بازرگانی LBC، در شهر لندن در سال ۱۹۷۳ افتتاح شد. به دنبال آن چندروز بعد، رادیوی کاپیتال دایر شد. در طول دهه ۷۰ و اوایل دهه ۸۰، تعداد ایستگاههای BBC و بازرگانی به رشد خود در سراسر بریتانیا ادامه داد.

به تمامی ایستگاههای محلی، هر دو فرکانس FM و AM داده شد، اما در اواسط دهه ۸۰ ایستگاههای بازرگانی تشویق شدند تا بخشهای رادیویی‌شان را مجزا کنند و خدمات برنامه‌ای متفاوتی را بر روی دو فرکانس عرضه کنند. عده زیادی، «تاپ ۴۰» را بر روی FM و «گولد» را به خاطر اطلاعات و گفتگوی بیشتر بر روی AM انتخاب کردند.

همزمان، BBC ایستگاههای محلی شهری خود را به سوی فعالیتهایی در سرتاسر کشور گسترش داد. بنابراین، رادیو «مدوی» (MEDWAY) به رادیو «کنت» (KENT) و «برایتون» (BRIGHTON) به رادیو «ساکس» (SASSEX) بدل شدند.

در اواخر دهه ۸۰ و اوایل دهه ۹۰، دو ایستگاه بازرگانی و BBC درهم ادغام شدند. ایستگاههای بازرگانی که به شرکتهای مستقل محلی تعلق داشتند، به تملک گروههای بزرگتر درآمدند و برخی از ایستگاههای BBC به هم ملحق شدند تا بیشتر از یک استان انگلیسی را تحت

پوشش قرار دهند. هنگام تمدید بخش بازرگانی، مسئول رادیویی هراستگاه را با تعهدات رسمی اجرایی آشنا می‌کنند تا با وجود هرگونه تغییری در مالکیت، از ابقای برنامه‌ریزی و محتوای محلی مطمئن شوند. در بخش بازرگانی، جنگ برای به دست آوردن شنوندگان، به دلیل برنامه‌ریزی و روشهای تبلیغاتی وارداتی شدیدتر است. امروزه رادیوی بازرگانی در حدود نیمی از کل مخاطبان رادیویی را که مخالف سرویسهای BBC، ملی و محلی می‌باشند، دربردارد. در رادیوی محلی BBC، صحبت و گفتگوی بیشتر منتهی به ایجاد ایستگاههایی می‌شود که میان عموم مخاطبان دنبال ایجاد فرصت مناسب می‌گردند.

امروزه رادیوی محلی با رادیوی ملی رقابت می‌کند. علاوه بر پنج ایستگاه ملی BBC، سه ایستگاه ملی بازرگانی به نامهای «کلاسیک FM» (CLASSICFM)، رادیوی «ویرجین» (VIRGIN)، رادیوی «گفت و شنودی» (TALK) وجود دارد.

با وجود افزایش ایستگاهها، به نظر می‌رسد تعداد کل مردمی که به رادیو گوش می‌کنند، یکسان باقی می‌مانند. به منظور رقابت با یک انتخاب روبه افزایش، رادیو باید گوش نوازتر از همیشه باشد. بومی‌گرایی و اخبار محلی، ابزار ضروری برای این وظیفه خطیر هستند.

کار کردن در رادیوی محلی شناخت رادیو

اولین قدم برای ژورنالیست رادیویی- شدن این است که نقاط قوت رسانه درک شود و این که چرا رادیو چنین پر قدرت است. شما می‌توانید از این نقاط قوت استفاده کنید تا رادیویی قدرتمند، خلق کنید.

چرا رادیو؟

تحقیق بر روی برداشتهای مردم از اخبار نشان می‌دهد که عده زیادی فکر می‌کنند

اختصار مطلق بودن رادیو، بدین معنی است که در آن ناب‌ترین منبع اخبار در دسترس است.

آنها دریافته‌اند که اخبار روزنامه از رادیو و تلویزیون عقب می‌افتد. به‌وضوح دیده شده‌است که روزنامه‌های مبتذل مصور تجاری به‌عنوان اوراق افتضاح‌آمیز از نظر تحریک‌گریزه جنسی و سرگرمی، نقش اصلی را بیشتر در مورد ستاره‌های فیلم و تلویزیون ایفا می‌کنند تا در مورد تجزیه و تحلیل دقیق خبر. تلویزیون همچنین به‌عنوان یک رسانه پیچیده شناخته شده که به عده

خدمات رادیوی محلی BBC بر اساس گفتگو می‌باشد که بر روی اخبار محلی، امور جاری، اطلاعات، مباحثه اجتماعی و ورزش محلی متمرکز است.

زیادی از افراد نیاز دارد تا آن را به کار بیندازد، با توانایی در واکنش سریع به یک رویداد خبری، برخی از اوقات مشکلات فنی کم- اهمیت برایشان مانع ایجاد می‌نماید.

در مقام مقایسه، مردم هنگامی به اخبار رادیو گوش می‌دهند که به دانستن سریع رخداد و حادثه نیاز دارند. آنها پی برده‌اند، به خاطر کوتاه بودن اخبار رادیو، باید به‌طور واضح بر روی گزارش حقایق تمرکز کنند.

سهولت و سرعت

شاید بهترین حالت برای رادیو هنگامی باشد که به‌صورت زنده به پخش برنامه پردازد یا به یک رویداد که هم‌اکنون در حال رخدادن است، واکنشی نشان دهد؛ به‌خاطر این که در رادیو مشکلات نسبتاً کمی وجود دارد.

یک رویداد خبری می‌تواند در مدت چندین ثانیه پخش شود و هنگامی که رویداد ادامه یابد، شنونده را در جریان آخرین اطلاعات قرار دهد. رادیو به بهترین صورت با رویدادهای خبری که نیاز به واکنش سریع دارند، عمل می‌کند. انعطافی در رادیو هست که در هیچکدام از رسانه‌های دیگر وجود ندارد؛ به‌خاطر این که عده کمی از افراد در این فرایند دخالت داده می‌شوند.

رادیو به راحتی می‌تواند تنها شامل یک فرد، یک ضبط‌کننده صدا و یک تلفن باشد؛ دوربینها، نورافکنها یا دستیاران تولید وجود ندارند. به‌طور معمول فقط یک گوینده و یک میکروفون، شنونده را از گوینده مرد یا زن متمایز می‌سازد. شما همیشه باید تلاش کنید تا از بزرگترین امتیازات رادیو (سهولت و سرعت) استفاده نمایید.

تصویرسازی

رادیو، بهترین رسانه برای تحریک تخیل است. شنونده همیشه سعی می‌کند تا آن چیزی را که می‌شنود با آن چیزی که در حال توصیف شدن است، تجسم نماید. این تصاویر احساسی هستند؛ مانند صدای گریه یک مادر که برای اطلاعات در مورد دختر نوجوان گمشده اش التماس می‌کند. تصاویر رادیویی توسط اندازه صفحه نمایش محدود نمی‌شوند؛ آنها در هر اندازه که شما بخواهید، وجود دارند.

فرد با فرد

رادیو یک رسانه فردی است. گوینده به‌طور معمول مستقیماً با شنونده صحبت می‌کند. بدین سبب، این مسئله آنچنان با اهمیت است که باید شنوندگان را به‌عنوان یک فرد در نظر گرفت. هنگامی که شما از رادیو صحبت می‌کنید، در حال سخنرانی برای جمعیت زیادی از طریق سیستم خطابه بزرگ همگانی نیستید؛ شما در حال گفتگو با یک فرد می‌باشید.



راديو همچنين اين اجازه را مي دهد كه تمامی احساسات در صدای انسان، از خنده به طرف خشم و از درد به سوی آرامش شنیده شود. لحن يك صدا مي تواند بيش از يك نقل قول غير مستقيم مفهوم را برساند. بدین سبب، حالت بیان به همان اندازه مطلب بیان شده مهم است.

محلی

بزرگترین توانایی پخش اخبار در رادیوی محلی این است که به يك ایستگاه، حس بومی بودن واقعی بدهد. ایستگاههای رادیویی محلی، بخش اعظمی از شنوندگان را نشانه می گیرد که اخبار را به خاطر مخاطراتشان نادیده می گیرند. در يك بازار رو به افزایش رقابتی، اخبار یکی از معدود چیزهایی است که باعث می شود يك ایستگاه محلی، نزدیک به شما و متمایز از دیگران به نظر برسد.

برای يك شنونده، اخبار مربوط به محیطشان اغلب آنچنان حائز اهمیت است که اخبار سراسر دنیا، اگرچه در تعداد زیادی از موارد این چنین نیست، ولی خطر شدید بومی شدن وجود دارد. قضاوتهای راهبردی درباره اینکه چه چیزی محلی و چه چیزی خیلی منطقه ای یا بخشی است، باید صورت گیرد. نشریه اخبار رادیوی محلی، نقل قولهای صوتی و روزنامه های محلی نیست. قضاوت در مورد اینکه چقدر بومی باشد، يك نکته مهم است. به عنوان مثال، يك گزارش در مورد يك گربه بر روی درخت، برای تمام ایستگاههای رادیویی فوق العاده محلی است. گزارش مشابهی در مورد يك آتش نشان هنگامی که سعی در نجات دادن يك گربه می کرده است و کشته شده، نه تنها يك گزارش خوب محلی است، بلکه مطمئناً در حد يك خبر ملی می باشد.

گوینده محلی

کار کردن در رادیو يك کار مردمی است. همگی ما فرصت خوبی داریم تا بشنویم، چگونه عمل می شود که ما رادیوی يك، کلاسیک FM، سرویس جهانی BBC یا ایستگاه رادیوی محلی بازرگانی را ترجیح می دهیم.

يك رویداد خبری می تواند در

مدت چندین ثانیه پخش

شود و هنگامی که رویداد

ادامه یابد، شنونده را در

جریان آخرین اطلاعات قرار

دهد. رادیو به بهترین صورت

با رویدادهای خبری که نیاز به

واکنش سریع دارند، عمل

می کند.

اما مدیران چه کیفیتهایی را در کارمندان و افراد مستقل جستجو می کنند؟

ضروری است که بدانید چه چیزی را می خواهید انجام دهید. اولین نامه هایی که از طرف ایستگاههای رادیویی پذیرفته نمی شوند، به طور معمول بدین صورت شروع می شوند: «من مایلم هر کاری را انجام دهم که شامل آماده کردن چای هم میباشد». نویسندگان چنین نامه هایی عقیده دارند که آنها فرصتهایشان را برای اشتغال به وسیله نشان دادن همه کاره بودن، افزایش می دهند. در حقیقت، مردمی که عموماً به وسیله رادیو خیلی شگفت زده و مبهور شده اند، بعید است که در عمل، زیاد تمرینش باشند.

جدای از ژورنالیستها، دیگر اداره-

کنندگان اصلی پخش، مجریان هستند. واژه «مجری» می تواند دربرگیرنده تمامی انواع پخش، از يك مسئول پخش نمودن لوح فشرده (DISK JOCKEY) در يك نمایش موسیقی پرتحرک تا خواندن پیش بینی وضع هوا برای کشتیرانی در رادیوی چهار باشد.

ویژگیهای يك ژورنالیست

به ندرت زمان بهتری برای شروع به کار در يك رادیوی محلی وجود داشته است. این صنعت سریعاً در حال رشد است و مشکل اصلی عده زیادی از سردبیران، پیدا کردن پرسنل کافی و افراد مستقلی است که بتوانند کارها را انجام دهند. این کلمات را به خاطر داشته باشید: «چه کسی می تواند کار را انجام دهد». هیچ کمبودی از نظر افرادی که علاقه مند به انجام این کار هستند، وجود ندارد، اما متأسفانه، تمامی آنها تواناییهای رسیدن به آرزویشان را ندارند.

يك ژورنالیست رادیویی توانا، باید مهارتهای معمول يك گزارشگر را با مهارتهای جدیدتر ترکیب کند. منظور از مهارتهای معمول، توانایی نگارش صحیح، فهم آسان زبان انگلیسی، مهارت خلاصه نویسی، موقعیتهای پیچیده و مهم تر از همه داشتن يك «شم برای اخبار» یا دانستن این مطلب است که چه چیزی يك گزارش خوب خبری را می سازد.

علاوه بر این، ژورنالیست رادیویی باید هم با وسایل فنی جدید و قدیم و هم روشهای جدید و قدیمی احساس راحتی نماید. این امر به معنای تدوین کردن، نوار و دیسک سخت، ضبط کردن اتصالات و ضمیمه های ژورنالیست، خواندن اتوماتیک خبرنگارها به طور زنده و هدایت کردن مصاحبه ها می باشد.

يك ژورنالیست خوب رادیویی، باید



رادیو این اجازه را می‌دهد که تمامی احساسات در صدای انسان، از خنده به طرف خشم و از درد به سوی آرامش شنیده شود. بدین سبب، حالت بیان به اندازه مطلب بیان شده مهم است.

یک منشی اتاق خبر هم وجود نداشته باشد. اخبار روز اکثر اوقات توسط ژورنالیست‌ها عرضه می‌شود. روش قدیمی «گوینده اخبار» هنوز هم در رادیوی ملی BBC و سرویس جهانی به بقای خود ادامه می‌دهد. به روش سیستم قدیم، گوینده اخبار صدا را مهیا می‌سازد و اخبار توسط افراد دیگر نوشته می‌شود. در رادیوی محلی، خبرنگارها به‌طور معمول به وسیله گزارشگران عرضه می‌شوند برخی از گروه‌های بزرگ رادیویی بازرگانی با یک گوینده، خبرنگارهای جداگانه را از قبل برای تعدادی از ایستگاه‌ها ضبط کرده که به وسیله تیمهای جداگانه ژورنالیست‌ها آماده شده، سپس از منبع مرکزی به‌طور همزمان تا به انتها پخش می‌شود.

هنوز یک ویژگی دیگر بیان نشده است. این مهم‌ترین ویژگی در یک ژورنالیست رادیویی است؛ آن ویژگی، علاقه و اشتیاق مفرط است. اشتباه نکنید، کار می‌تواند دشوار باشد. این ممکن است به‌طور قابل پیش‌بینی به معنای ساعت‌های طولانی باشد، به‌ویژه هنگامی که یک گزارش بزرگ خبری اعلام شود. کار ممکن است دشوار و استرس‌زاد کنار ضرب‌الاجلهای لحظه‌ای که در هر روز

چنین افرادی معمولاً فوق‌العاده خبره می‌باشند، که کارشان به‌ندرت به افراد تازه وارد واگذار می‌شود.

یک ژورنالیست مبتدی که می‌خواهد در یک رادیو شروع به کار کند، تمایل بیشتری دارد که یک شغل در یک ایستگاه محلی پیدا کند. آن به‌معنای یک ایستگاه کوچک‌تر است که در آنجا هرکسی در هر چیزی دخالت دارد. یک سردبیر خبری ممکن است به‌خوبی خبر را بخواند و گزارش کند و در طول بخشی از روز، ممکن است کارکنان خبری تا سطح یک نفر کاهش داده شوند. شیفتهای آخر هفته، غالباً توسط یک فرد اداره می‌شوند که هر کاری را اعم از ارائه خبرنگارها تا رسیدگی به تماسهای تلفنی در هر ساعت و به‌دست آوردن یک یا دو مصاحبه برعهده دارد.

یک عبارت وجود دارد که هرگز نباید در اتاقهای خبر رادیوی کوچک محلی شنیده شود: «این کار وظیفه من نیست». یک ژورنالیست رادیویی باید در یک ایستگاه محلی با تمام قوا همه‌کاره باشد. در چندین اتاق کوچک خبر فردی وجود ندارد که فقط بر روی یک نوع موضوع؛ مثل صنعت یا سیاست متمرکز شود. هیچ کمک ویراستاری وجود ندارد و ممکن است حتی

انعطاف‌پذیر، توانا از نظر فنی، قادر به کار کردن تحت فشار شدید زمانی و قادر به تردستی در برخورد با یک خبر سانحه ناگوار بزرگ و یک خبر خنده‌دار در یک ساعت مشابه باشد. ژورنالیست‌ها نیز باید قادر باشند، شخصاً خوب فکر کنند؛ مثلاً در مورد ضبط کردن یک مصاحبه یا نگارش جزئیات خبر یک پرونده قضایی، درست چندین ثانیه قبل از این که پخش شود.

ویژگیهای قوه تخیل در یک ژورنالیست رادیویی محلی به‌معنای سرهم کردن خبرها نیست، بلکه داشتن ایده‌های جدید و طرز برخورد با آنها به‌همان اندازه مهم است که دیدن احتمالات ارزش خبری در مکانهای نامیدکننده‌ای مانند دستور جلسه‌ها و صورت جلسه‌های تمام‌نشدنی یک نشست سازمانی.

آغاز به کار

عده‌ای از ژورنالیست‌ها در قسمت پخش وجود دارند که هرگز در رادیو اسمشان شنیده نمی‌شود. آنها ممکن است کمک ویراستارانی باشند که در حال کار کردن در اتاقهای بزرگ خبری ملی؛ مثل سرویس اخبار عمومی BBC - که به رادیوی محلی BBC خدمات یا به تعداد زیادی از ایستگاههای رادیویی بازرگانی سرویس می‌دهند- هستند.

رخ می‌دهد، باشد. حتی امکان دارد ناراحت‌کننده باشد، هنگامی که شما در حال اداره کردن یک اتاق خبر در یک بعدازظهر کسل‌کننده باشید. این امر انزوای طلبی خواهد بود، که برخی از افراد در روز کریسمس کارکنند. ولی این نیز می‌تواند خیلی خوشایند باشد، هنگامی که شما با یک خبر دست اول به موقع برگردید یا یک خبرنامه قوی، پر از گزارشات خوب خبری در اثنای برنامه

اگرچه شما یکبارہ متوجه شوید که کارهای بی‌اهمیتی مانند بازسازی نوار را انجام می‌دهید، اما این یک فرصت گرانبهاست که ببینید و گوش کنید و متوجه شوید که چگونه ماشین عظیم خبری کار می‌کند. همچنین به خاطر داشته باشید که به رادیو گوش کنید. شما می‌توانید به راحتی چیزهای زیادی را با گوش کردن به مجموعه‌ای از شبکه‌های مختلف اخبار رادیویی - از ایستگاههای ملی مانند رادیوی

رادیو یک رسانه فردی است. گوینده به‌طور معمول مستقیماً با شنونده صحبت می‌کند. بدین سبب، این مسئله آن‌چنان با اهمیت است که باید شنوندگان را به‌عنوان یک فرد در نظر گرفت.

ارائه دهید. به بیان دیگر این شغل می‌تواند تفریح بزرگ و شدیداً ارضاکنده باشد.

به دست آوردن شغل

هیچ راه سنتی برای ژورنالیست رادیویی شدن، وجود ندارد. اگرچه مطلوب است که دارای سطح بالایی از تحصیلات باشند، ولی به‌هیچ‌وجه یک ضرورت نیست. برخی از سازمانها در عمل، تمامی فارغ‌التحصیلان دانشگاهی را استخدام می‌نمایند، اما برخی دیگر تجربه را بر تحصیلات ترجیح می‌دهند.

بهترین توصیه برای جوانانی که می‌خواهند ژورنالیستهای رادیویی شوند، این است که بالاترین سطح تحصیلات را با تجربه کاری تا حد امکان ترکیب نمایند. نیروی ارائه خدمات به‌صورت مجانی را به‌خاطر داشته باشید! تعداد زیادی از اتاقهای خبر از تجربه کاری دانشجویان به-عنوان نیروی کمکی استقبال می‌کنند.

شماره چهار BBC و رادیوی گفت و شنودی تا ایستگاه محلی بازرگانی خودتان - فراگیرید. این شگفت‌انگیز است که چگونه این کار را عده‌ای از ژورنالیستهای مبتدی جوان انجام می‌دهند.

روزنامه‌های محلی

اگرچه روشهای نویسندگی متفاوت است، اما تجربه کار کردن در یک روزنامه محلی، هنوز یکی از بهترین راههای به-دست آوردن شغل در یک رادیوی محلی است.

افراد وابسته به روزنامه‌های محلی، با آموزش پایه‌ای در اصول مقدماتی ژورنالیسم و در برخی از اوقات، با اطلاعات محلی فوق‌العاده با ارزش، به رادیو می‌آیند. آنها در زمینه حقوق، مدیریت عمومی، ماشین‌نویسی و خلاصه‌نویسی - تمامی مهارتهای مفید برای ژورنالیست رادیویی - آموزش داده‌می‌شوند. آنها

همچنین در پوشش دادن انواع گزارشها از نمایشهای گل گرفته تا بازجویی‌ها، تجربه دارند. دقت و تعادل، طبیعت ثانویه این افراد است که همچنین تمایل دارند تفاوت میان یک گروهبان پلیس را با یک بازرس بدانند! روزنامه‌ها برای پرورش دادن شامه ضروری برای اخبار، بهترین راه هستند.

رادیوی بیمارستانی

به تعبیری، روزنامه‌های محلی، آموزش در مهارتهای ژورنالیسمی را فراهم می‌سازند. ایستگاههای رادیویی بیمارستانی آموزش خوبی جهت مهارتهای عملی رادیویی به‌دست می‌دهند. ایستگاههای بیمارستانی، بر روی مدارهای بسته برای بیماران در بیمارستانها و آسایشگاهها برنامه پخش می‌کنند. در سرتاسر بریتانیا صدها نمونه از آنها وجود دارند. این یک کار داوطلبانه است همراه با فرصت برای آزمایش کردن هر چیزی از اجرا تا پخشهایی برای خارج از بیمارستان، درحالی‌که شما به یادگیری بدون هیچ‌گونه آموزش رسمی ادامه می‌دهید.

وقتی که شما در حال انجام یک خدمت مفید برای بیماران در بیمارستان هستید، یک احساس رضایت در آن وجود دارد. امکانات و کیفیت بازدهی ایستگاه به ایستگاه متفاوت اند. یکی از بهترین راههای به‌دست آوردن کار در رادیوی حرفه‌ای این است که یک ترکیب بالقوه از روزنامه محلی و تجربه رادیوی بیمارستانی داشته باشید.

اگر ایستگاه رادیویی بیمارستانی محلی شما، برنامه خبری خودش را نداشته باشد، چرا پیشنهاد نشود که با یکدیگر ادغام شوند؟

رادیوی دانشجویی

تعداد زیادی از دانشگاهها، ایستگاههای رادیویی در محل دانشگاه

دارند که به صورت پخش یک سیستم مداربسته است که فقط در محوطه‌های کالج می‌تواند گرفته شود. مشابه رادیوی بیمارستانی، اما از لحاظ امکانات و کیفیت بازدهی متغیر، ایستگاههای دانشجویی، افراد

کمک در به دست آوردن یک شغل در رادیوی حرفه‌ای. تعداد زیادی از ایستگاههای دانشجویی، در حال گسترش اعتبار روبه رشد برای نوآوری، خلاقیت و کیفیت عالی در برنامه‌های گفتگو و موسیقی

برای پوشش انواع رویدادها یا موضوعات؛ مانند: جشنواره‌های هنری، جشنهای مذهبی، پروژه‌های مدرسه، کارناوال، رویدادهای ورزشی و خیریه ارائه داده‌اند. تعداد زیادی از RSLها برای خدمات



یک عبارت وجود دارد که هرگز نباید در اتاقهای خبر رادیوی کوچک محلی شنیده شود: «این کار وظیفه من نیست.» یک ژورنالیست رادیویی باید در یک ایستگاه محلی با تمام قوا همه کاره باشد.

جوان تحصیل کرده‌ای را نشانه گرفته‌اند که می‌خواهند انواع خاصی از موسیقی - عموماً موسیقی آلترناتیو (ALTERNATIVE) و ایندی (INDIE) را گوش کنند. ایستگاههای دانشجویی دارای مزیت اضافی دارا بودن منبع درآمدی هستند که دانشگاهها می‌توانند اعطا نمایند.

برخی از ایستگاههای دانشجویی نیز اخبار زندگی دانشجویی را پخش می‌کنند. در کنار هم قراردادن بولتنهای خبری کالج و انجام مصاحبه‌هایی برای پخش در رادیوی دانشجویی، راهی است عالی برای درست کردن یک نوار نمونه از مهارت شما، برای

هستند. **ایستگاه سرویس محدود** مجوزهای سرویس محدود (RESTRICTED SERVICES)، خدمات رادیویی موقتی با قدرت کم هستند که به وسیله مسئول رادیویی به طور معمول برای دوره زمانی بیست و هشت روز صادر می‌شود. RSLها، برای پوشش منطقه محدود جغرافیایی؛ مانند: یک شهر یا محدوده دو مایلی اطراف آن می‌باشند. از سال ۱۹۹۱، مسئول رادیویی، مجوز بیش از یک هزار عدد RSL را صادر کرده است. افراد و گروههای بسیاری، خدماتی را

آزمایشی استفاده شده‌اند؛ اگر یک گروه بخواهد تقاضای یک مجوز دائمی رادیوی بازرگانی نماید و آرزو دارد که سطحی از حمایت اجتماعی را نشان دهد، تا زمانی که متقاضیان، دستورالعملهای مسئول رادیویی را رعایت کنند، تا آن مقدار که تخیلات اجازه می‌دهد، خدمات می‌تواند متنوع باشد. لازم به یادآوری است که این RSLها، تجربه گرانبهایی در تمامی زمینه‌های ژورنالیسم و خبرپراکنی عملی فراهم می‌کنند.

دوره‌های کالج

امروزه، تعداد فزاینده‌ای از دوره‌های کالج وجود دارد که مهارتهای عملی

خبرپراکنی را به طور عمومی و ژورنالیسم را به طور اختصاصی آموزش می دهند. رقابت، بیشتر برای مکانها وجود دارد. دوره ها به دو دسته اصلی تقسیم می شوند: دوره های کارشناسی ارشد که منتهی به دریافت مدرک دیپلم یا ارزشیابی مشابه می شود و دوره های سه ساله که به دریافت مدرک ژورنالیسم یا مطالعات رسانه های ارتباط جمعی می انجامد. در حال دوم، خواندن درس رادیو و تلویزیون با رسانه های دیگر ترکیب می شود، اما هر دو معمولاً شامل ارتباطات کوتاهی با کار کردن با ایستگاههای رادیویی هستند. دانشجویان آینده نگر، نیاز دارند که در انتخاب بهترین نوع دوره، دقت لازم را به عمل آورند. اگرچه تعداد زیادی از دوره های رادیویی عملی و حرفه ای وجود دارد، اما امکان دارد همه آنها این طور نباشند. برخی به دانشجویان فرصتهایی برای نگارش و عرضه برنامه اعطا می کنند، در حالی که برخی دیگر، دانشجویان را تشویق می کنند که سیاست و خط مشی خبرپراکنی و تاریخچه نهادهای آن را از نظر محتوای فرهنگی و اجتماعی، تجزیه و تحلیل کنند.

در صنعت رادیویی، برخی از چیزهای مضحک وجود دارد؛ مانند تعداد زیادی از دوره های سه ساله رسانه های ارتباط جمعی، که برخی از اوقات تمایل دارند بیشتر تئوری باشند تا عملی. ولی مدیران رادیویی باید به خاطر داشته باشند که این دوره ها، دوره های ساده آموزشی نیستند که مطابق با نیازهای صنعت باشد. به هر حال یک کارشناس مطالعات رسانه های ارتباط جمعی، باید یاد بگیرد که چگونه آن را انجام دهد.

واقعیت این است که یک کارشناس مطالعات رسانه های ارتباط جمعی یا یک دانشجوی کارشناسی ارشد دارای مدرک

دیپلم، می تواند به طور معمول یک ترکیب منحصر به فرد از مهارتها و توانایی ها اعطا نماید که شامل ژورنالیسم و رادیویی عملی، درک اخبار و جایگاه آن در اجتماع است.

برنامه های آموزشی BBC

BBC، تعدادی از شغل های کارآموزی را آگهی می کند که به طور مستقیم به نیازهای عملیاتی ارتباط دارد و از سالی به سالی دیگر تغییر می کند.

در گذشته، برنامه ها در خدمت

تحقیق بر روی برداشتهای مردم از اخبار نشان می دهد که عده زیادی فکر می کنند اختصار مطلق بودن رادیو، بدین معنی است که در آن ناب ترین منبع اخبار در دسترس است.

گزارشگران رادیویی محلی قرار می گرفتند، اما زمانی که نیازها تغییر کردند، ضرورت به وجود آمد که آموزشی ارائه شود که حالت دو رسانه ای (هم برای رادیو و هم برای تلویزیون) باشد. یکی از جدیدترین برنامه ها، برنامه کارآموزی خبرپراکنی منطقه ای (dpsting Traineeship Regional Broa) است.

از آنجایی که داوطلبان برای دوره های کارآموزی بررسی می شوند، BBC سرمایه گذاری زیادی بر روی مهارتهای نویسندگی و ارتباطات و شواهدی از علاقه و تعهد نسبت به گویندگی و خبرپراکنی کرده است.

کارکردن مستقل

به خاطر وجود رقابت، اغلب

پیدا کردن یک کار اداری در کالج، روزنامه های محلی، رادیوی بیمارستانی یا تجربه RSL مشکل است. پاسخ این است که شاخه خدماتتان را به صورت یک ژورنالیست مستقل رادیویی ارائه دهید.

شما باید انعطاف پذیر، پرتحرک و دارای اعتماد به نفس در مورد توانایی های خود باشید. این تنها راه چاره برای شما نیست که نیاز به امنیت شغلی دارید، اما می تواند پرمفعت باشد.

بازاریابی شخصی

تعداد زیادی از مشاغل، در صفحات روزنامه هایی مانند: «گاردین» (Guardian)، «ایندپندنت» و مجلاتی مثل «برادکست» (Broadcast)، «مجله رادیو» (Magazine Radio) و «یوکپرس گازت» (Gazette Ukpress) آگهی می شود. شما می توانید به طور مستقیم تقاضای این مشاغل را تقاضا کنید. شما می توانید به طور متناوب از دپارتمان استخدام شرکت BBC درخواست راهنمایی کنید، یا به صورت نامطمئن برای ایستگاههای رادیویی در سرتاسر بریتانیا بنویسید. شما شگفت زده خواهید شد در این باره که چند نفر از سردبیران پرکار خبری تصمیم می گیرند که کسی را برای یک گفتگوی غیررسمی به خاطر توانا بودن یک نامه و نوار خوب ملاقات کنند.

اگر چه ممکن است در حال حاضر پست خالی وجود نداشته باشد، با این حال شما از دیگران جلوتر خواهید بود، اگر تأثیر خوبی از خودتان برجای گذارید.

رادیوی بازرگانی به واسطه درآمد تبلیغاتی به بقای خود ادامه می دهد. یک ایستگاه بازرگانی برای این که آگهی ها را جذب نماید، باید طیف وسیعی از شنوندگان را به طرف خود جلب کند و برای بزرگترین بازار بالقوه مخاطب تدارک ببیند.

