**ژورنالیسم رادیویی**

**اخگری، محمد**

شاید وقتی از«ژورنالیسم رادیویی»سخن گفته می‏شود،برای برخی افراد این عبارت چیز تازه‏ای‏ به نظر آید اما در کشورهایی که رادیو در آنها پیشرفت بسیار داشته است،ژورنالیسم رادیویی‏ رشته‏ای تحصیلی است که فارغ التحصیلان آن فرصت‏های شغلی فراوانی را در رادیوهای‏ خصوصی و دولتی در اختیار دارند.تفاوت ژورنالیست رادیویی با کارکنان رادیویی-که امروزه‏ در ایران با عناوین شغلی مختلف مشغول به کارند-در آن است که ژورنالیست رادیویی مسلط به فنون رادیویی و شبکه‏های چندرسانه‏ای است.درحالی‏که کارکنان رادیویی،هریک تنها برای انجام دادن یک وظیفه توانمندی دارند.این نوشتار در پی تبیین نسبی مباحثی است که‏ ژورنالیست رادیویی برای توفیق در پیشه خود باید از آنها آگاه باشد.

دکتر محمد اخگری

گسترش و فزونی وسایل ارتباط جمعی‏ در«عصر رسانه‏ها»،علم روزنامه‏نگاری را متحول و متکثر کرده است.امروزه ژورنالیسم‏ فقط دربرگیرنده رسانه‏های مکتوب نیست‏ بلکه رسانه‏های جدیدتر چون اینترنت را نیز شامل می‏شود.رسانه رادیو در تعامل با دیگر رسانه‏ها عرصه‏های تازه‏ای را تجربه می‏کند که«رادیوهای اینترنتی»تازه‏ترین انواع‏ رادیوها در گستره رسانه‏های جدید است.به‏ نظر نیل پستمن (Neil Postman) ما«تا سر حد مرگ،اطلاعات کسب می‏کنیم».او وضعیتی را توصیف می‏کند که مدت‏هاست‏ شاهد آن هستیم؛«این همه اطلاعات تاکنون‏ وجود نداشته است.سیلی از اطلاعات و همزمان اطلاعاتی فشرده و درهم تنیده در ذهن ما فرومی‏ریزد.اما درواقع،مقدار زیادی‏ از این اطلاعات بی‏استفاده رها می‏شوند.از میزان استفاده شده نیز تنها اندکی به صورت‏ شنیداری قابل درک هستند و حد اکثر کاربرد آنها در رایانه و یا به صورت اطلاعات صرف‏ است».1

شنیداری بودن رسانه رادیو،اگرچه به‏ اطلاع‏رسانی خطی منجر می‏شود و اطلاعات‏ به اجبار به دنبال هم و نه همزمان در اختیار مخاطب قرار می‏گیرد اما تخیل مخاطب را برمی‏انگیزد و به‏ویژه در برنامه‏های عمیق‏تر، رادیو را به رسانه‏ای برای انجام دیالوگ بدل‏ می‏کند.همین ویژگی‏ها،شاخه‏ای جدید از ژورنالیسم را طرح می‏کند که به ژورنالیسم‏ رادیویی مشهور است.اکسل بوخ هلتس و والتر فن لاروش،ژورنالیسم رادیویی را این‏گونه‏ معرفی می‏کنند:«روزنامه‏نگار رادیویی همان‏ ویژگی‏های روزنامه‏نگار تلویزیونی یا مطبوعاتی‏ را داراست.روزنامه‏نگار رادیویی بودن،نیاز به‏ ظاهری جذاب ندارد بلکه فقط صدایی گیرا و مؤثر می‏طلبد؛لازم نیست مانند روزنامه‏نگار تلویزیونی به تصاویر فکر کند و همچنین‏ مجبور نیست مانند روزنامه‏نگار مطبوعاتی‏ عناوین خبری را با لی آوت (Lay out) صفحه‏ متناسب سازد.با این حال باید بتواند سمعی‏ (Akustisch) فکر کند.برای او این پرسش‏ مطرح است که من به عنوان روزنامه‏نگار چه‏ باید انجام دهم که شنونده مرا به عنوان طرف‏ گفت‏وگوی خود بپذیرد و مرا بفهمد،به جای‏ آنکه احساس کند نادیده انگاشته شده است؟ من چگونه باید موضوع را متناسب با رادیو عرضه کنم که شنونده بتواند با گوش‏هایش‏ ببیند؟انجمن روزنامه‏نگاران آلمان در گزارش‏ کار سالانه خود در سال 1996،این فعالیت‏ها را در حوزه شغلی روزنامه‏نگار برشمرده است: «جست‏وجو(گردآوری و سنجش منابع)، انتخاب و پردازش اطلاعات،آماده‏سازی‏ خلاقانه برای رسانه(تنظیم گزارش و تفسیر) و طراحی و انتقال آنها».2

ژورنالیست رادیویی در گام نخست باید با گستره رسانه‏ای رادیو آشنا شود.گستره‏ رسانه‏ای رادیو در سال‏های اخیر بسیار متنوع‏ شده است.گستره رادیویی براساس معیارهای‏ زیر تقسیم‏بندی می‏شود:

-حقوقی(رادیوهای دولتی یا خصوصی)

-جغرافیایی(رادیوهای محلی،منطقه‏ای، استانی،چند استانی،سراسری و بین المللی)

-وضعیت شنود مخاطب(همراه‏3یا متمرکز4)

-محتوایی(برنامه‏های چندموضوعی و تک‏موضوعی)

از نظر نوع برنامه‏سازی نیز رادیوها را در این اشکال تقسیم‏بندی می‏کنند:رادیوهای‏ مناسبتی،رادیوهای تخصصی،رادیوهای کامل، رادیوهای تمرکزی و رادیوهای همراه.

سبک‏ها و انواع مختلف رادیویی با پیدایش‏ رادیوهای خصوصی پدید آمدند که با توجه‏ به انواع مختلف رادیویی بسیار متنوع هستند و این نمونه‏ها نشان می‏دهد که عرصه‏ روزنامه‏نگاری رادیویی تا چه اندازه گسترده‏ است.علاوه بر آن،انواع برنامه‏های رادیویی‏ بسیار متنوع هستند که آشنایی با هریک از آنها و توانایی ساخت آنها برای یک روزنامه‏نگار رادیویی ضروری است.نوشتن برای رادیو و اجرا و تهیه برنامه‏های مختلف همچون‏ نظرسنجی،گزارش،مصاحبه،تفسیر،طنز، فیچر و...ویژگی‏های خود را دارد.به همین‏ سبب در حوزه نویسندگی و اجرای برنامه‏های‏ رادیویی،آثار بسیاری تالیف شده است تا با تبیین و تمایز زبان گفتار از نوشتار،فهم‏ مطالب را برای مخاطب ساده‏تر کند.بنابراین‏ یکی از تفاوت‏های میان روزنامه‏نگاری مکتوب‏ و روزنامه‏نگاری رادیویی،نویسندگی و نوشتار رادیویی است.زبان رادیویی زبان نوشتاری‏ نیست بلکه زبان گفتاری نوشته شده است؛ یعنی اگرچه مهارت‏های نوشتن از رسانه‏های‏ مکتوب گرفته شده است اما این مهارت‏ها در رسانه‏های شفاهی ویژگی‏های خود را دارد.از سوی دیگر،تحولات نوین در حوزه رسانه‏ای، ژورنالیسم رادیویی را به عرصه‏های تازه‏ای وارد کرده است.فناوری دیجیتال و استودیوهای‏ خودکار این امکان را برای ژورنالیست فراهم‏ آورده است تا هم بتواند گوینده باشد،هم‏ کنداکتور برنامه‏اش پخش کند و هم با مخاطبان‏ گفت‏وگو کند.ازاین‏رو امروزه مفسر یا سردبیر رادیو باید با همه مهارت‏های فنی آشنا باشد. در رادیوهای خصوصی برای صرفه‏جویی در نیروی کار از این روش استفاده می‏کنند.برخی‏ صاحب‏نظران معتقدند در این شیوه،وقتی‏ یک نفر هرچه را در لحظه فکر می‏کند به زبان‏ می‏آورد و به همین دلیل از عمق کار کاسته‏ می‏شود،نوع پیش‏پا افتاده‏ای از ژورنالیسم‏ پدید می‏آید که ژورنالیسم دیسک-جاکی‏ (DJ-Journalism) نامیده می‏شود.به هر روی امکانات جدید،مهارت‏های تازه می‏طلبد که این مهارت‏ها نیز خواسته یا ناخواسته به‏ حوزه کار رادیویی وارد شده‏اند.

حوزه جدید دیگری که در سال‏های اخیر با گسترش اینترنت پدید آمده است،پیدایش‏ رادیوهای اینترنتی است.امروزه رادیو دیگر رادیو نیست؛اینترنت و خدمات اضافی‏ دیجیتال از سال 1995،مفهوم رادیو را تغییر داده‏اند.

-اگر رادیو تا امروز تنها رسانه‏ای منفصل و محدود به شنیدن بود،امروز به وسیله اینترنت، تصاویر متحرک،عکس‏ها،رنگ‏ها و حتی‏ تصاویر ویدئویی و انیمیشن و دنیای مجازی، رادیو دگرگون شده است.

-در دنیای نوین چندرسانه‏ای،به مخاطب‏ رادیو به جای«شنونده»،«کاربر»گفته‏ می‏شود.

-در دنیای امروز به جای«گروه مخاطبان‏ رادیو»عبارت«جامعه ارتباطی رادیو»به کار می‏رود.

-هریک از اعضای این جامعه ارتباطی‏ می‏توانند از طریق گفت‏وگوی اینترنتی(چت) و پست الکترونیک با سایر اعضا و مجری ارتباط برقرار کنند.

با کمک ابزار،جهت تبادل داده‏ها،کاربر می‏تواند به صورت غیرمستقیم به جریان‏ پخش رادیویی دست یابد؛مثلا در فهرست‏ انتخاب بهترین عنوان موسیقی،همگام‏ با دیگران می‏تواند تعیین کند کدام قطعه‏ موسیقی باید جلوتر کشیده شود.گام بعدی‏ آن است که عنوان موسیقی درخواست شده‏ توسط شنوندگان از طریق اینترنت،در برنامه‏ گنجانده و با فهرست برنامه تطبیق داده شود. بدین ترتیب شنوندگان می‏توانند با یک‏ کلیک،به‏طور مستقیم قبل از پخش موسیقی، ترتیب عناوین را تغییر دهند.

بدین ترتیب نقش‏ها با یکدیگر عوض شده‏ است؛مجری به عضوی منفصل در برنامه بدل‏ شده است و شاید در آینده در برخی برنامه‏ها، دیگر نیازی به حضور مجری نباشد.درواقع‏ «مدیر داخلی»شنوندگان خواهند بود.آنها با ردوبدل کردن اطلاعات از طریق اینترنت، گرداننده رادیوی خود خواهند بود.درحال‏ حاضر،فقط اینترنت در این وضعیت قرار دارد که بتواند رادیو را از یک ابزار توصیفی صرف‏ به ابزاری ارتباطی بدل کند.بنابراین،علاوه بر ارتباطات بر خط(آن‏لاین)،این امکان نیز میسر است که نه‏تنها رادیو به ارسال پیام بپردازد بلکه‏ پیام را نیز دریافت کند.رادیو امروز به وسیله‏ اینترنت به رسانه‏ای قابل‏رؤیت تبدیل شده‏ است.