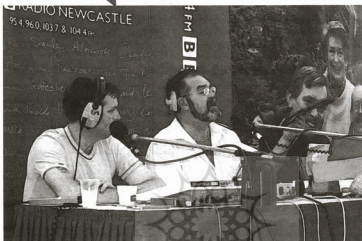


کار و فعالیت

در رادیوی محلی



● پاول چنلر و سیم هریس
مترجم، زهره چنایی

به نظر می‌رسد، شایعات و مطالب جنجالی روزنامه‌های محلی عامه‌پسند، و یا حتی تصاویر دروغینی که از هنریشگان سینما و تلویزیون ارائه می‌شود، بسیار جذاب‌تر و تحریک‌کننده‌تر از خبرها و حوادث واقعی باشد؛ اما روزنامه‌های پرتیراژ و معروف، بیش از هر چیز دغدغه جزئیات تحلیلی‌های خبری و مطالب انتقادی خود را دارند و حتی در این خصوص وسواس بیشتری هم به خرج می‌دهند.

در تلویزیون هم که رسانه‌ای بسیار پیچیده به حساب می‌آید و ادامه فعالیت آن مستلزم همکاری افراد و متخصصان بسیاری است، گاهی توانایی این رسانه در رویارویی سریع با اخبار، تحت تأثیر نکات فنی قرار می‌گیرد. می‌توان گفت، مردم هر وقت بخواهند خیلی سریع از حوادث روزمره مطلع شوند،

درک رادیو
اولین اقدام در حرفه خبرنگاری رادیوی محلی، بی‌پردن به چربی و چگونگی قدرت‌ها و توانایی‌های این رسانه است. با به کارگیری صحیح این توانایی‌هاست که می‌توان رادیویی قدرتمند و به‌یادماندنی به وجود آورد.

چرا رادیو؟
تحقیقات به عمل آمده در خصوص شناخت افراد از خبر نشان می‌دهد که بسیاری از آنها تصور می‌کنند، ناپایداری رادیو، صرفاً به این معنی است که این رسانه خالص‌ترین و ناب‌ترین منبع خبری موجود است. به تصور آنها، اعتبار و جایگاه اخبار روزنامه‌ها، پس از خبر رادیو و تلویزیون قرار می‌گیرد.

به رادیو روی می آورند. آنها به خوبی دریافته اند، که به دلیل کوتاه بودن زمان بخش خبر در این رسانه، خیلی سریع به اصل مطلب پرداخته می شود.

سرعت و سادگی

شاید بتوان گفت بهترین عملکرد رادیو هنگامی است که به صورت «زنده» برنامه بخش کند و یا به حوادث و رویدادهای «زمان حال» بپردازد. به دلیل آنکه رادیو نسبت به دیگر رسانه ها کمتر تخصصی است، می توان تنها در ظرف چند ثانیه، رویدادهای خبری را به روی آنتن فرستاد و یا خبرهای جدید را به آن افزود.

زمانی که رادیو به رویدادهای خبری که به واکنش یا عکس العمل سریع نیاز دارند، می پردازد به این مزیت پی خواهد برد. این انعطاف پذیری در هیچکدام از دیگر رسانه ها وجود ندارد و دلیل آن هم کمتر نیازمند بودن رادیو به متخصصان درگیر روند تهیه و تولید خبر است، زیرا یک نفر به راحتی می تواند با استفاده از یک دستگاه تلفن و همچنین یک دستگاه ضبط صوت رادیو را اداره کند و نیازی به استفاده از دوربین، نور و دستیار تولید ندارد. در اینجا فقط یک گوینده خبر می خواهیم و میکروفونی که او را از شنونده متمایز می کند. شما به عنوان یک خبرنگار رادیویی باید بتوانید به بهترین وجه از امتیازات این رسانه که همان سرعت عمل و سادگی آن است، استفاده نمایید.

احساسی و یا عاطفی اند؛ مانند صدای اشک آلود مادری که عاجزانه می خواهد اطلاعاتی درباره دختر نوجوان گمشده اش به دست آورد. تصاویر رادیویی به اندازه شکل محدود نمی شوند، بلکه به هر اندازه و شکلی که شما بخواهید به تصویر کشیده می شوند.

فرد به فرد

رادیو، رسانه ای بسیار شخصی است. معمولاً گوینده با شنونده خود مستقیم و بی پرده صحبت می کند، از این رو اهمیت این نکته که شنونده باید فردی مجزا محسوب شود، مشخص خواهد شد.

هنگامی که در رادیو صحبت می کنید، قرار نیست که گفته های شما از طریق سیستم شمارشی نبودن مخاطبان و این جریان مألوف تصور برای تمامی توده ها منتشر شود. شما در حالی با فرد مخاطب تان صحبت می کنید که گویی با او در سر یک میز نشسته اید، قهوه می نوشید و مستقیماً مخاطب خود را در پیش رو دارید.

رادیو این امکان را فراهم می سازد تا کلیه احساسات و عواطف انسانی به وسیله مخاطبان شنیده شوند، از خنده گرفته تا گریه و از درد و رنج گرفته تا همدردی. این صدا حتی فراتر از گزارش و یا بخش سخنرانی افراد، شنیده می شود. به همین دلیل است که شیوه و سبک گفتار به اندازه محتوای گفتار اهمیت دارد.

ایجاد تصاویر

رادیو بهترین رسانه برای شبیه سازی تخیل یا تصویر محسوب می شود. شنونده همیشه سعی می کند آنچه را که می شنود و یا برایش توضیح داده می شود، پیش خود ترسیم کند. این تصاویر

منطقه ای یا محلی بودن خبرها

با ارزش ترین مزیت بخش اخبار از رادیویی محلی همان چیزی است که حسن واقع منطقه ای و انحصاری بودن را به رادیویی محلی می دهد. ایستگاه های محلی رادیو که می خواهند تعداد

مردم هر وقت بخواهند
خیلی سریع از حوادث
روزمره مطلع شوند، به
رادیو روی می آورند. آنها به
خوبی دریافته اند، که
به دلیل کوتاه بودن زمان
بخش خبر در این رسانه،
خیلی سریع به اصل مطلب
پرداخته می شود





**رادیو بهترین رسانه
برای شبیه سازی تخیل
یا تصویر محسوب
می شود. شنونده
همیشه سعی می کند
آنچه را که می شنود و یا
برایش توضیح داده
می شود، پیش خود
ترسیم کند. این تصاویر
احساسی و با عاطفی اند**

رادیو، کلاسیک FM سرویس بین الملل BBC و یا حتی ایستگاه خصوصی رادیو محلی را ترجیح می دهیم. اما مدیران این شبکه ها به دنبال چه ویژگی ها و کارایی هایی در میان کارکنان و خبرنگاران و عکاسان خود هستند؛ این خیلی مهم است که واقعاً بدانید چه کاری می خواهید انجام بدهید.

معمولاً درخواست ها و یا نامه هایی که از سوی ایستگاه های رادیویی مورد قبول واقع نمی شوند، این گونه آغاز می شوند: «من می توانم هر کاری انجام دهم، حتی درست کردن چای».

نویسنده ها چنین نامه هایی تصور می کنند، از این طریق و با نشان دادن انتعاط پذیری بیشتر، می توانند شانس استخدام خود را افزایش دهند. در حقیقت، افرادی که خیلی مبهوت رادیو می شوند و عاشق ورود به آنند، در عمل کارایی کمتری دارند. فعالیت گوینده ها و مجریان رادیویی نیز به اندازه گزارشگران و دیگر متصدیان بخش اهمیت دارد. اصطلاح «مجری رادیویی» در برگزیده تمامی مجریان بخش است، از مجریان بخش موسیقی های بسیار تند و سریع از شبکه موسیقی با اصطلاحاً DD گرفته تا مجریان گزارش پیش بینی وضع هوا و کشتیرانی از شبکه چهار رادیو.

ویژگی های یک خبرنگار رادیویی

در حال حاضر، به دستداران فعالیت در رادیو کمتر توجه می شود که کار خود را از رادیوهای محلی آغاز کنند. این صنعت با سرعتی عجیب و باورنکردنی، به سوی پیشرفت و ترقی در حرکت است و یکی از مهم ترین مشکلاتی که مدیران و

مخاطبان و شنونده های خود را افزایش دهند، به محض احساس هر خطری، خبرها را تادیده می گیرند.

در این بازار بسیار رقابتی، خبر هم از آن معدود عواملی است که سبب می شود، ایستگاه رادیویی محرم اسرار شخصی افراد و همچنین عنصری منحصر به فرد به شمار آید. اغلب اوقات به خبرهای گوشه و کنار هم به اندازه خبرهای سراسری جهان اهمیت داده می شود، حتی اگر این اخبار، از نظر حجم و تعداد، چشمگیر نباشند. محلی بودن خبر هم ممکن است وجود داشته باشد. گاهی اوقات لازم است، در عطف ملی و چگونگی تعیین آنچه که محلی است و آنچه که متعلقه ای یا استانی است، قضاوت هایی صورت بگیرد.

بولتن های خبری رادیو، نسخه های شیداری روزنامه های محلی محسوب نمی شوند، که یکی از دلایل آن محدودیت فضایی و زمان بخش آن است. قضاوت در این خصوص که چگونه می توان برنامه های محلی را به صورت محلی ترسیم کرد، بسیار مهم است. برای مثال تهیه گزارش درباره قطع یک درخت، برای ایستگاه های رادیویی بسیار کوتاه بینانه به نظر می رسد. با دامستان آتش نشانی که به هنگام تلاش برای نجات یک گریه جان خود را از دست داده است، یک رویداد مناسب محلی محسوب نمی شود، بلکه با صراحت نمی توان گفت به عنوان یک برنامه سراسری و در سطح کشوری اهمیت می یابد.

چه چیزی یک مجری خوب محلی را می سازد؟

کار و فعالیت در رادیو، مسئولیتی (شغلی) بسیار اجتماعی و عمومی است. همگی ما این فرصت را در اختیار داریم که از آنچه که در اطرافمان رخ می دهد، مطلع شویم، بدون توجه به این نکته که کدامیک از یک شبکه های رادیو، یعنی شبکه اول

سرديبران خير با آن مواجه‌اند، يادکردن کارکنان و خيرنگاران کارآمد و شايسته‌اي است که بتوانند به خوبي از عهده مسئوليت‌ها و وظائف اين شغل برآيند.

بار ديگر تاکيد مي‌کنيم، دکستني که بتوانند مسئوليت‌ها و تعهدات اين شغل را به نحو احسن انجام دهند؛ زيرا با وجود اينکه تعداد افراد متقاضی يا داوطلب اين شغل کم نيست، اما متأسفانه تعداد بسيار معدودی از آنها از توانايی‌های لازم برخوردارند.

خيرنگار لايق و تواناي راديويي بايد بتواند، مهارت‌های مرسوم گزارشگری را با مهارت‌های جديدتر تلفيق کند. يعنی او بايد بتواند مطالب خود را صريح و به زبان نوشتاری قابل فهم بنويسد. همچنين بايد بتواند، موقعيت‌های پيچيده را به زبانی شيوه توضيح دهد. از همه مهم‌تر، او بايد شامه خوبي برای کشف حقايق داشته باشد و بتواند با کنجکاوی فراوان از جزئيات خير سر دريياورد و بداند چه عواملی یک روپداد خيری خوب و مناسب را تشکيل مي‌دهند. به عبارت ديگر او بايد بداند که چگونه می‌توان روپدادي را به یک گزارش خيری پر سروصدا تبديل کرد.

حلاوه بر اين، یک خيرنگار قديمی بايد در کار با سيک‌ها و تجهيزات فني و قديمی و حتی مدرن راحت باشد و بتواند از مهارت‌های لازم، از قبيل تدوين نوار، مونتاژ، پردازش ديסק سخت کامپيوتر، گردآوری و ضبط منابع، دسترس به پل‌های ارتباطی، قرائت بولتن‌های خيری از راديو و همچنين راهبري مصاحبه‌های راديويي استفاده کند. یک خيرنگار راديويي، علاوه بر برخورداري از اعطاف‌پذيري و لياقت، از لحاظ فني و تکنیکی نيز بايد صلاحيت‌های لازم را داشته باشد و بتواند در

تنگناهای شديد زبانی به کار خود ادامه دهد و برای حوادث بسيار اسفناک و يا برنامه‌های طنز و تفریحی گزارش تهیه کند. خيرنگاران، گاه مجبور می‌شوند، تمام روز را بروی پاهایشان بايستند و فعاليت کنند و يا زمان کوتاهی در اختيار دارند که دريابه مطلبی خاص فکر کنند و تصميم بگيرند. مثلاً به هنگام ضبط یک مصاحبه يا نوشتن جزئيات یک محاکمه قضايی، تنها چند ثانيه پيش از پخش زنده، برای انجام تمامی اين کارها به آنها وقت داده می‌شود.

ويژگی تخيل يا تصورپردازی در یک خيرنگار راديويي محلی به معنای ويژگی داستان‌سرایی در او نيست، بلکه منظور اين است که وی بايد بتواند تک تک جزئيات روپداد خيری و همچنين تمام اتفاقات جالب و باارزش خيری در مکان‌های فراموش شده را به خاطر بسپارد.

نقطه شروع

برخی از خيرنگارانی که در صنعت راديو و تلويزيون کار می‌کنند، هرگز صدايشان از اين رسانه‌ها شنیده نمی‌شود. اين افراد، ويراستان‌های خيری‌اند که در بخش‌های عظيم خير سراسری فعاليت می‌کنند، بخش‌هایی مانند شبکه خير سراسری BBC. اين گونه افراد در عين حال ممکن است به راديوهای محلی BBC و يا به بخش‌های مستقل خير راديويي که بسياری از ايستگاه‌های راديويي خصوصی (تجاری) را نيز تحت پوشش خود دارند، سرويس خيری ارائه دهند. اين افراد معمولاً شجره‌های فراوان و باارزشی دارند و مسئوليتشان به ندرت، به افراد تازه‌وارد واگذار می‌شود.

شانس ورود به صنعت بزرگ راديو، برای خيرنگاران

هنگامی که در راديو صحبت می‌کنيد، قرار نيست که گفته‌های شما از طريق سيستم شمارشی مخاطبان و اين جريان مافوق تصور برای تمامی توده‌ها منتشر گردد. شما در حالی با فرد مخاطب‌تان صحبت می‌کنيد که گویی با او در سر یک ميز نشسته‌ايد، قهوه می‌نوشيد و مستقیماً مخاطب خود را در پيش رو داريد.



نازه کار رادیوهای محلی بیشتر است. به عبارت دیگر امکان ورود به مکان های کوچک، برای همگان میسر است. در این مکان های کوچک، سردبیر خبر، تنها در بخشی از روز، علاوه بر نوشتن خبر، گزارشی از آن خبر را نیز تهیه می کند. در این صورت ممکن است تعداد کارکنان بخش خبر تا یک نفر نیز کاهش یابد. اداره این بخش در تعطیلات آخر هفته نیز به صورت نویسی خواهد بود.

در روزهای تعطیل تمامی کارها، تنها بر عهده یک نفر است، از قرابت بولتن های خبری گرفته تا اعلان خبرهای رأس هر ساعت و یا انجام مصاحبه در صبح روزهای اول هفته و میان برنامه ها. جمله ای که هرگز در اتاق های خبر رادیوهای کوچک محلی شنیده نمی شود، این است: «این وظیفه من نیست».

در یک ایستگاه رادیوی محلی، تنوع در حرفه خبرنگاری بسیار بیشتر است. در صدها اتاق خبری کوچک، حتی یک متخصص که مسئولیت پرداختن به موضوعی خاص مثلاً صنعت یا سیاست بر عهده او باشد، مشاهده نمی شود؛ در این بخش ها، ویراستار خبر و حتی منشی یا دبیر اتاق خبر نیز وجود ندارد.

در حال حاضر، خبرهای روز اغلب اوقات با خبرنگاران اجرامی می شود، اما هنوز هم سبک قدیم «گویندگی خبر» در رادیو سراسری BBC و سرویس بین الملل آن مشاهده می شود. در سیستم سنتی، خبرها توسط افراد دیگری نوشته می شود و گوینده خبر فقط آنها را می خواند. در رادیوی محلی، معمولاً بولتن های خبری به وسیله کارکنان بخش گزارش یا گزارشگران ارائه می شود، گرچه برخی از گروه های بزرگ رادیوی خصوصی - تجاری، از تجربه به کارگیری یک گوینده خبر برای چند ایستگاه خبری استفاده کرده اند. در این شیوه، گوینده خبر چند بولتن خبری را که قبلاً خبرنگاران دیگر و از یک منبع خاص تهیه کرده اند را قرائت می کنند، این برنامه ها جداگانه ضبط می شوند و در زمانی خاص به طور هم زمان از شبکه های مختلف محلی خصوصی پخش می شوند. این سیستم از لحاظ قوانین و مقررات، مورد استثنای به شمار می رود.

یکی از ویژگی های حرفه خبرنگاری که تاکنون در باره آن صحبت نکرده ایم و از تمامی دیگر ویژگی های خبرنگاری در رادیو مهمتر است، ویژگی «اشتیاق و علاقه» است.

اشتیاق نگیند، این حرفه می تواند بسیار هم سخت باشد. به این معنا که گاهی اوقات روپداری پیش بینی نشدنی رخ می دهد و تهیه گزارش نیازمند کار مداوم برای ساعات طولانی می شود. کار و فعالیت در این ساعات، بسیار شاق، حساس و پرتنش است و دقیقاً سر نوشت سال به چند ثانیه تبدیل می شوند. حتی ممکن است در یک عصر دلگرم و خسته کننده روز تعطیل مجبور باشید اتاق خبر را به تنهایی اداره کنید.

زندگی مطابق این شیوه، موجبات انزوا از جامعه را فراهم می سازد؛ مثلاً افرادی را تصور کنید که ناگزیر است روز کریسمس را تنها در اتاق کار خود سپری کند.

روی هم رفته زندگی مطابق این شیوه می تواند هم چالش توجه و رضایت بخش هم باشد. مثلاً هنگامی که در مدت بسیار کوتاهی عناوین مهم خبری را آماده می کنید و یا یک گزارش یا بولتن خبری سنگین را که سرشار از خبرهای تکان دهنده یا امیدوارکننده، ارائه می دهید، لحظات چالش و سرشار از رضایت خاطری برای شما فراهم خواهد شد.

به بیان دیگر، این شغل می تواند بسیار جذاب و رضایت بخش هم باشد؛ این همان چیزی است که شما میترا یا سازنده آن محسوب می شوید.

ورود به حرفه خبرنگاری برای رادیو

شیوه سنتی خاصی برای ورود به حرفه خبرنگاری در رادیو وجود ندارد. این حرفه به شدت رقابتی است و مستلزم استقامت و پشتکار فراوان است. اگر چه معمولاً افرادی که دارای تحصیلات عالی اند، جذب این حرفه می شوند، اما داشتن تحصیلات دانشگاهی از ضرورت های استخدام در این حرفه محسوب نمی شود. دهر صورت، برخی از سازمان ها ترجیح می دهند از گروه های فارغ التحصیل دانشگاهی، افرادی را جذب کنند و برخی دیگر دانش تجربی شفاهی را بر تحصیلات دانشگاهی ترجیح می دهند.

بهترین توصیه ها به آن دسته از جوانانی که می خواهند به هر طریق ممکن به حرفه خبرنگاری در رادیو وارد شوند، آن است که تا حد مقدور در کنار تجربه اندوزی، بالاترین مدارج دانشگاهی را نیز کسب کنند. به خاطر داشته باشید، در ابتدا باید بدون هر گونه چشم داشتی، از جان خود مایه بگذارید. بسیاری از بخش های خبری به هنگام نیاز از دانش جوانان باتجربه این رشته کمک می گیرند. شاید در ابتدا جمع کردن نواز، در نظر شما نوعی کار پست و پانوکری جلوه کند، اما این کار فرصتی بی نظیر را در اختیار شما قرار می دهد تا بتوانید خوب ببینید، گوش کنید و یاد بگیرید که این مائتین عظیم خبری چگونه کار می کند.

در عین حال به خاطر داشته باشید که باید به رادیو هم خوب گوش کنید. با گوش کردن به شیوه ها و سبک های مختلف خبر رادیویی، آن هم ایستگاه های سراسری مانند شبکه چهار رادیو BBC و رادیو گفت و شنودی و یا حتی ایستگاه رادیوی خصوصی محلی نان، درس های فراوانی را خواهید آموخت. مخصوصاً به برنامه های تولیدی آن ایستگاه رادیویی که قرار است در آن مشغول به کار شوید و با آنها درگیرید که در آن شفلی بپایید، توجه کنید.

جالب است بدانید که تنها تعداد کمی از خبرنگاران جوان و کم تجربه به این نکته توجه می کنند.

روزنامه های محلی

هنوز هم کسب تجربه، آن هم از طریق کار در روزنامه محلی، یکی از بهترین شیوه های پیداکردن شغل در رادیوی محلی است. هر چند فنون نوشتاری این دو حرفه با هم فرق دارد. افرادی که از روزنامه های محلی به رادیو روی می آورند، تجربیاتی را در زمینه هایی کاملاً مرتبط با اصول خبرنگاری کسب کرده اند، اما گاهی در این میان از دانش و اطلاعات بسیار ارزشمند محلی نیز بهره گرفته اند.

این افراد در حوزه هایی چون حقوق و قانون، ادارات دولتی و تایپ و تندنویسی آموزش دیده اند که همگی از مهارت های اصولی و سودمند برای خبرنگاری در رادیوی محلی به شمار می روند. این افراد در حوزه های مختلف خبرنگاری، از پوشش خبری نمایشگاه گل و گیاه گرفته تا تحقیق درباره مرگ های مشکوک فعالیت کرده و تجربیاتی را کسب نموده اند.

دقت عمل، تعادل و باتناسب، دومین ویژگی این افراد است. این قبیل اشخاص معمولاً میان یک گروهیان با سرپاسیان پلیس و یک مدیر کلی تفاوت قائل می شوند. روزنامه ها بهترین ابزار برای پرورش حس خبرنگارانه و درک اخبارند؛ در واقع این دو ویژگی، اصول اولیه خبرنگاری را تشکیل می دهند.

رادیوهای بیمارستانی

روزنامه های محلی، زمینه های لازم برای کسب مهارت های خبرنگاری را فراهم می سازند، ایستگاه های رادیویی بیمارستانی هم شرایط مناسبی را برای کسب مهارت های علمی و کاربردی در رادیو فراهم می کنند.

این ایستگاه های رادیویی بیمارستانی، برنامه های خود را در حوزه های بسیار محدودی، برای بیماران بستری در بیمارستان ها و آسایشگاه ها پخش می کنند. صیغه نمونه از این نوع، در حال حاضر در سراسر انگلستان مشغول فعالیت اند. این فعالیت داوطلبانه، فرصت های لازم را در اختیار علاقه مندان قرار می دهد، تا بتوانند رده های مختلف مجری گری، از اجرای رادیویی گرفته تا پخش خارج از استودیو را تجربه کنند. اغلب می توانید ضمن همکاری با این ایستگاه ها، بدون حضور در کلاس های آموزشی رسمی، نکات ظریف این حرفه را بیاموزید و در عین حال خدمات سودمند و مفیدی را در اختیار بیماران بستری در بیمارستان ها قرار دهید.

می توان گفت رادیوی بیمارستانی، اغلب راه را برای ورود به این حرفه به عنوان شغل تمام وقت باز می کند. اما این عکس گاه از بیمارستان تون بریج وان گرفته شده، به خوبی نشان می دهد که شونده های نیز می توانند حضوری از یک ایستگاه تولید و پخش رادیویی باشند. (به لطف و همکاری کنت و سوسکس گوربر)

انگیزات و کیفیت برنامه های هر ایستگاه با ایستگاه دیگر متفاوت است. یکی از بهترین شیوه های پیداکردن شغل در رادیوهای حرفه ای، کسب تجربه هم در روزنامه محلی و هم در رادیوهای بیمارستانی است؛ به عبارت دیگر ترکیبی از این دو تجربه در آینده شغلی این حرفه بسیار سودمند خواهد بود. اگر ایستگاه رادیوی بیمارستانی محلی شما، تاکنون برنامه خیر محلی را در فهرست برنامه های خود نگنجانیده است، چرا شما، تهیه این برنامه ها پیشنهاد نمی کنید؟

رادیوی دانشجویی

بسیاری از دانشگاه ها، در محوطه دانشگاه، ایستگاه رادیویی دانشجویی ندارند. این رادیوهای برنامه های خود را در یک سیستم مرکزی بسته و محدودی پخش می کنند که فقط در محوطه دانشگاه و خوابگاه ها می توان شنید.

خبرنگار لایق و توانای رادیویی باید بتواند، مهارت‌های مرسوم گزارشگری را با مهارت‌های جدیدتر تلفیق کند. یعنی او باید بتواند مطالب خود را صریح و به زبان نوشتاری قابل فهم بنویسد. همچنین باید بتواند، موقعیت‌های پیچیده را به زبانی شیوا توضیح دهد. از همه مهم‌تر، او باید شامه خوبی برای کشف حقایق داشته باشد

کار رادیوهای دانشجویی هم تا حدودی شبیه رادیوهای بیمارستانی است. آنها با استفاده از امکانات متفاوت و با در نظر داشتن کیفیت تولیدات برنامه‌ای خود، برای دانشجویان و جوانان تحصیل کرده‌ای که می‌خواهند به نوع خاصی از موسیقی گوش دهند، برنامه پخش می‌کنند. معمولاً این برنامه‌ها به صورت مستقل و مطابق سلیقه شنونده‌ها پخش می‌شوند.

در این میان، برخی از رادیوهای دانشجویی از امتیاز برخوردار از حمایت‌های اقتصادی و غیر اقتصادی دانشگاه نیز بهره‌مند می‌شوند.

در عین حال، اغلب رادیوهای دانشجویی، خبرهایی را درباره زندگی دانشجویی پخش می‌کنند. تلفیق بولتن‌های خبر دانشجویی و پخش مصاحبه از این رادیوها، بهترین شیوه برای شروع کسب تجربه در این حرفه است و از این طریق زمینه لازم برای پیدا کردن شغل در رادیوهای حرفه‌ای فراهم می‌شود.

در حال حاضر، شهرت و اعتبار این ایستگاه‌های دانشجویی فراگیر شده، زیرا آنها در صدد افزایش ابتکار عمل، خلاقیت و برتری و کمال در برنامه‌های سخنرانی، برنامه‌های موزیکال و همچنین پخش موسیقی‌اند.

ایستگاه‌های رادیویی که خدمات محدودی ارائه می‌دهند معمولاً مسئولان رادیویی، مجوز ارائه خدمات محدود رادیویی یا (RSL) را برای یک دوره محدود زمانی ۲۸ روزه ارائه می‌کنند. رادیوهایی که این مجوز را اخذ کنند، تنها می‌توانند برای مدت زمان ۲۸ روزه، به طور موقت، خدمات رادیویی رایا قدرتی بسیار پایین پخش کنند. این مجوزها برای پوشش مناطق جغرافیایی محدود ارائه می‌شوند. مناطقی چون یک شهر کوچک یا نامحدوده دو مایلی یک شهر بزرگ. مسئولان رادیو از سال ۱۹۹۱ تاکنون، بیش از یک هزار مجوز خدمات محدود رادیویی صادر کرده‌اند.

گروه‌ها و با افرادی شعاری که در صدد ارائه خدمات محدود، برای رویدادهای گوناگونی چون جشنواره‌های

هنری، جشن‌های مذهبی، برنامه‌های دبیرستانی، کارناوال‌ها، جشن‌های نیکوکاری و حتی رویدادهای ورزشی‌اند، برای دریافت این نوع مجوز اقدام می‌کنند. بعضی اوقات نیز، گروه‌هایی که قصد دارند مجوز دائمی رادیویی خصوصی اخذ کنند، برای آزمایش میزان حمایت جامعه مورد نظر از خدمات خود، برای کسب مجوز RSL اقدام می‌کنند.

خدماتی که این رادیوها ارائه می‌دهند، علاوه بر اینکه با خط‌مشی‌های مسئولان دولتی در بخش رادیو مطابقت دارد، در تنوع و کیفیت هم بی‌نظیر است. نیازی به یادآوری نیست که این RSLها با رادیوهای محلی در ارائه خدمات محدودند و تجربیات بی‌نظیری را در تمامی حوزه‌های کاربردی پخش رادیو و تلویزیون و حتی خبرنگاری در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌دهند.

دوره‌های دانشجویی

در حال حاضر، دوره‌های متعددی در دانشگاه‌ها ارائه می‌شود که در آنها کلیه مهارت‌های حرفه‌ای رادیویی و تلویزیونی و مخصوصاً خبرنگاری تدریس می‌شوند. بار دیگر یادآوری می‌کنیم که رقابت در این مشاغل، بسیار چشمگیر است. این دوره‌ها در دو گروه اصلی ارائه می‌شوند: دوره‌های پس از کارشناسی که به اخذ مدرک دانشجویی و پانزده ماهه منتهی می‌شوند و دوره‌های سه ساله دانشجویان که در پایان آنها موفق به اخذ مدرک خبرنگاری و با گواهینامه مطالعات رسانه‌ای می‌شوند. دوره مطالعات رسانه‌ای، دروس رادیو و تلویزیون و دیگر رسانه‌ها را با هم تلفیق می‌کند، اما معمولاً درس‌های هر دو گروه با نجره عملی کار در رادیو و پانزده ماهه محلی رادیو همراه است. دانشجویان آینده‌نگر باید در انتخاب بهترین شیوه و یادوره‌ی بیشترین وقت را بنمایند.

گروه بسیاری از دروس رادیویی، با کار و تجربه عملی همراهند، اما این ویژگی شامل همه دروس نمی‌شود. برخی از این دوره‌ها فرصتی را در اختیار دانشجویان قرار می‌دهند که برنامه بنویسند و یا آن را اجرا نمایند و برخی دیگر آنها اثر غیب می‌کنند که سیاست‌های رادیو و تلویزیون را نقد و بررسی کنند. حتی تاریخچه آن سازمان و یا مؤسسه را نیز در خصوص مضامین فرهنگی و اجتماعی مورد تحلیل و ارزیابی قرار می‌دهند.

برخی از صاحب نظران در صنعت رادیو به این نکته که بسیاری از دروس این دوره سه ساله پیشتر به صورت نظری ارائه می‌شود تا به صورت عملی، به دیده تمسخر نگاه می‌کنند. به هر حال، مدیران رادیو، باید به خاطر داشته باشند که این دوره‌های آموزشی ساده، بر طرف کننده نیازهای این صنعت عظیم نخواهند بود. یک فارغ‌التحصیل رشته «مطالعات رادیویی» نه تنها باید بلدانند که چگونه باید این صنعت را اداره

کنند، بلکه باید بتواند سوالات جدید و غیرمنتظره‌ای را در این خصوص که چرا باید همه کارها به شیوه‌ای خاص انجام شوند، نزد خود مطرح سازد. او باید خلاقیت داشته و بداند که چه شیوه‌های دیگری ممکن است برای انجام کارها وجود داشته باشند.

در حقیقت فارغ‌التحصیل «مطالعات رسانه‌ای» و یا دانشجوی ارشد در این حوزه معمولاً باید بتواند، تلفیقی از مهارت‌ها و توانایی‌ها را از خود نشان دهد. که این تلفیق شامل مهارت‌های شغلی رادیویی و خبرنگاری همراه با ارزیابی نظری اخبار و شناخت جایگاه آن در جامعه است.

برنامه‌های آموزشی BBC

BBC در آکپی‌های خود، از تعدادی مشاغل کارورزی یا کارآموزی نام می‌برد که مستقیماً با ضرورت‌های کاربردی آنها در ارتباطند. از این رو در این برنامه‌ها هر ساله تغییراتی داده می‌شود. در گذشته، این طرح‌ها فقط برای گزارشگران رادیوهای محلی اجرا می‌شد، اما در حال حاضر، از آنجایی که نیازها تغییر کرده‌اند، ضرورت ارائه چنین دوره‌هایی، چه در بخش رادیو و چه در بخش تلویزیون احساس می‌شود.

در این زمینه، یکی از جدیدترین طرح‌های آموزشی، «طرح کارورزی در رادیو و تلویزیون‌های محلی» است.

BBC، با در نظر گرفتن شرایط داوطلبان این دوره‌های کارآموزی، اولویت و اهمیت اصلی را به مهارت‌های ارتباطی و نوشتاری و همچنین درک منابع، جایزه‌ها و تعهد نسبت به آن ایستگاه رادیو و تلویزیون اختصاص می‌دهد.

گزارشگری به صورت آزاد یا مستقل

اغلب به دلیل رقابت شدید در این حرفه، پیدا کردن فرصت شغلی حتی پس از اتمام تحصیلات دانشگاهی، و یا پس از فعالیت در روزنامه‌های محلی، رادیوهای بیمارستانی و یا کسب تجربه در RSL (ارائه خدمات محدود رادیویی) بسیار مشکل است.

اولین راه حل این است که به صورت خبرنگار آزاد رادیویی مشغول به کار شوید. در این صورت باید با اعتماد به نفس، خود را با شرایط وفق دهید و در عین حال بر جنبه و جوش هم باشید. اگر امنیت شغلی می‌جویید، شاید این گزینه مناسبی نباشد اما می‌تواند برای شما پرمفعت و پول‌ساز باشد.

برای خودتان بازاریابی کنید

در صفحات روزنامه‌هایی چون گاردین، و ایندیپندنت و همچنین مجله‌هایی مانند: Radio Magazine Broadcast و AMK Press Gazette برای بسیاری از مشاغل آکپی داده می‌شود. شما می‌توانید مستقیماً برای این مشاغل درخواست بنویسید.

راه دیگر آن است که با اداره استخدام شرکت BBC مشورت کنید و یا اینکه از خود جرئت نشان داده و برای تمامی ایستگاه‌های رادیویی در سراسر انگلستان نامه بنویسید؛ هنگامی که ببینید چه تعداد از همان سردبیران پر مشغله خبری، مشتاق گفت‌وگویی غیررسمی و دوستانه با شما درباره جداییت و تأثیرگذاری یک نامه و یا نوار ضبط شده‌اند، شگفت‌زده خواهید شد. اگر چه ممکن است در اولین فرصت، یک فرصت شغلی مناسب برایتان پیدا نشود، اما دزهر صورت اگر بتوانید، تأثیری شایسته از خود برجای بگذارید، از دیگر رقیبان خود پیشی گرفته‌اید.

برای این بازاریابی، شما به تجهیزات بی‌سیم چون یک نامه درخواست کاملاً مرتب و خواننده یک پاکت نامه (که برای سردبیران خبری و به اسم افراد، بدون هر گونه غلط املاهی ارسال می‌شود)، و یک نوار کاست نیاز خواهید داشت. در این نوار کاست باید بخش‌های کوتاه خبری و همچنین نمونه‌های دیگری از کار خودتان مانند مصاحبه‌ای جالب با یک فرد معروف یا کیفیت مناسب، ضبط شده باشد. این بخش‌ها باید معمولاً سه دقیقه و در بیشترین حد پنج دقیقه باشند.

در ابتدا با دو یا سه سردبیر خبری خاص از طریق نامه تماس بگیرید. اگر موفق نشدید، رضایتشان را جلب کنید، آنگاه از خود پافشاری نشان دهید. با گذشت یک هفته یا ۱۰ روز پس از ارسال نامه‌ها، اگر پاسخی نگرفتید آنگاه یا تلفن این افراد تماس بگیرید. اگر هم تمایل دارید به صورت گزارشگر آزاد فعالیت کنید، حتماً در فواصل زمانی منظم با سردبیر خبری خود در تماس باشید تا او از توانایی‌های شما مطمئن شود. این پیشنهاد، تضمین‌کننده این نکته است که نام شما حتماً در فهرست افرادی که به هنگام نیاز با آنها تماس گرفته می‌شود، قرار می‌گیرد.

به خاطر داشته باشید که معمولاً هر چه شما شبکه ارتباطی خود را قوی‌تر و گسترده‌تر کنید، یک فرصت شغلی به فرصت‌های شغلی بیشتری تبدیل می‌شود.

در هر صورت، همیشه در نظر داشته باشید که پشتکار، یکی از اصول اساسی در حرفه خبرنگاری و یا گزارشگری است و به شمار ده‌گامی که به توصیه و یا پشتیبانی افراد نیاز دارید، بسیار کمک خواهد کرد.

منبع:

برگرفته از کتاب اصول ژورنالیسم در رادیوهای محلی که به زودی به وسیله دفتر پژوهش‌های رادیو منتشر می‌شود.

