



Ραδιοφωνικές εκπομπές

για θέματα που αφορούν στους μετανάστες,
αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου,
ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΕΚΠΡΟΣΩΠΩΝ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΤΙΚΩΝ
ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΘΕΜΑΤΑ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΕ
ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
(COMMUNITY MEDIA)

**ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ
ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΟ / ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟ**

ΜΑΡΤΙΟΣ 2015



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

Παιδαγωγική επιμέλεια

Ζάρκος Βασίλης

Συντονισμός Ομάδας εργασίας

Πέτρου Γεώργιος

Ομάδα εργασίας

Αναστασοπούλου Βασιλική, Γεροστέργιου Καλλιόπη, Ζάρκος Βασίλης, Κουτσούκη Ευαγγελία, Τσαντίλη Αθανασία.

Κριτική ανάγνωση

Πέτρου Γιώργος

Ανάπτυξη – Παραγωγή:



Παλαιολόγου 19 ▪ 41223 ▪ 2410 554026 ▪ Λάρισα
Αθήνα: 2108838540 ▪ Θεσσαλονίκη: 2310547180 ▪ Τρίκαλα: 2431031450
▪ Βόλος: 2421038333
www.dimitra.gr ▪ contact@dimitra.gr



Περιεχόμενα

ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΡΓΟ	4
ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ	7
ΕΝΟΤΗΤΑ 1 «MENTORING»	11
ΚΥΡΙΕΣ ΑΞΙΕΣ ΤΟΥ MENTORING	13
Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΜΕΝΤΟΡΑ	15
ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΜΕΝΤΟΡΑ	16
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	23
ΑΝΑΤΡΟΦΟΔΟΤΗΣΗ	23
ΕΝΟΤΗΤΑ 2 «ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΓΙΑ ΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ»	29
ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ	34
ΑΣΚΗΣΕΙΣ	38
ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ	40
ΕΝΟΤΗΤΑ 3 « ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΣΤΟ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ»	42
ΑΣΚΗΣΕΙΣ	51
ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ.....	52
ΕΝΟΤΗΤΑ 4 «ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΗΧΟΥ»	54
ΑΣΚΗΣΕΙΣ	62
ΕΝΟΤΗΤΑ 5 « ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΕΙΔΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΓΙΑ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΡΑΔΙΟΦΩΝΑ»	64
ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ.....	74
ΑΣΚΗΣΕΙΣ	75
ΕΝΟΤΗΤΑ 6 « ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ»	77
ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ.....	81
ΑΣΚΗΣΕΙΣ	82
ΕΝΟΤΗΤΑ 7 «ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ»	85
ΑΣΚΗΣΕΙΣ	91
ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ.....	92
ΕΝΟΤΗΤΑ 8 «ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ»	94
ΕΝΟΤΗΤΑ 9 « ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ»	104
ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ.....	120
ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ / ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ	121
ΦΟΡΜΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ.....	123



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΡΓΟ

Εισαγωγή

Το συγκεκριμένο εκπαιδευτικό υλικό αποτελεί προϊόν του έργου **1.4.β/13** με τίτλο **«Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»** της Δράσης 1.4/13 «Προαγωγή της διαπολιτισμικότητας ως θεμελιώδους μηχανισμού ένταξης των νομίμως διαμενόντων π.τ.χ. στην κοινωνία υποδοχής» που υπάγεται στην **Προτεραιότητα 1** «Υλοποίηση δράσεων που εφαρμόζουν τις Κοινές Βασικές Αρχές για την ενταξιακή πολιτική των μεταναστών στην Ευρωπαϊκή Ένωση» του Ετησίου Προγράμματος 2013 του Ευρωπαϊκού Ταμείου Ένταξης Υπηκόων Τρίτων, με Τελικό Δικαιούχο την συνεργασία – ένωση αποτελούμενη από τους εξής φορείς: α) **BEE GROUP** Ανώνυμη Εταιρεία – Δικτυακές Υπηρεσίες – Σύμβουλοι Επιχειρήσεων β) **PRAKSIS** – Προγράμματα Ανάπτυξης, Κοινωνικής Στήριξης και Ιατρικής Συνεργασίας γ) **ΔΗΜΗΤΡΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ Α.Ε.**

Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό εκπονήθηκε στο πλαίσιο του Πακέτου Εργασίας 3 «Εκπαίδευση εκπροσώπων Μεταναστευτικών κοινοτήτων σε θέματα ραδιοφωνίας και σε Πολυπολιτισμικά Μέσα Ενημέρωσης (community media)» από το ΔΗΜΗΤΡΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ και χρησιμοποιήθηκε για την εκπαίδευση και επιμόρφωση εκπροσώπων μεταναστευτικών κοινοτήτων.

Το έργο 1.4.β/13 «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

Η διαπολιτισμική εκπαίδευση ασκεί καθοριστικό ρόλο στη διαδικασία ενσωμάτωσης των μεταναστών και συνδέεται άμεσα με την κατάργηση των διακρίσεων, την ισονομία, την αλληλοαποδοχή και την αλληλοϋποστήριξη. Διατυπώνει απόψεις σε ότι αφορά στις διαδικασίες διαμόρφωσης ενός νέου πολίτη, ικανού να λειτουργεί και να επικοινωνεί στη νέα πολυπολιτισμική πραγματικότητα και απευθύνεται τόσο στις κοινωνικές ομάδες με πολιτισμικές ιδιαιτερότητες όσο και στον πληθυσμό της κυρίαρχης πολιτισμικής ταυτότητας. Το παρόν έργο λοιπόν, έχει κύριο στόχο την ενίσχυση της διαδικασίας ένταξης των μεταναστών μέσω της ενημέρωσής τους για θέματα που συμβάλουν στην ομαλή προσαρμογή στη χώρα στην οποία διαμένουν. Αναλυτικότερα, μέσα από την Εκπαίδευση εκπροσώπων Μεταναστευτικών κοινοτήτων σε θέματα ραδιοφωνίας και σε Πολυπολιτισμικά Μέσα Ενημέρωσης επιδιώκεται η όσο το δυνατόν πιο έγκυρη και ολοκληρωμένη ενημέρωση των πολιτών τρίτων χωρών για θέματα μεταναστευτικής πολιτικής, προγραμμάτων, δράσεων και υπηρεσιών που λαμβάνουν χώρα στην πόλη διαμονής τους και από τα οποία θα μπορούσαν να ωφεληθούν.



Η παραγωγή ραδιοφωνικών εκπομπών με θεματολογία που αφορά άμεσα τους μετανάστες, αλλά και η συμμετοχή μεταναστευτικών κοινοτήτων σε ραδιοφωνικές εκπομπές που θα πραγματοποιηθούν κατά τη διάρκεια υλοποίησης της δράσης, θα βοηθήσουν στην εξοικείωση των μεταναστών σε θέματα ραδιοφωνίας αλλά και στην απόκτηση της κατάλληλης τεχνογνωσίας. Μέσα από την ενεργή συμμετοχή των μεταναστευτικών κοινοτήτων στο πρόγραμμα, επιδιώκεται η ανάδειξη των εμπειριών των πολιτών τρίτων χωρών έτσι ώστε οικίες προς τους μετανάστες φωνές να προσπαθήσουν να εξαλείψουν την απομόνωση και να μεταφέρουν ένα κλίμα συλλογικής διαχείρισης των ζητημάτων που τους απασχολούν. Επιπλέον, το παρόν έργο στοχεύει στην πληροφόρηση και ευαισθητοποίηση του γηγενούς πληθυσμού για ζητήματα κοινωνικού αποκλεισμού που μπορεί να αντιμετωπίζουν οι υπήκοοι τρίτων χωρών κατά τη διάρκεια διαβίωσής τους στη χώρα υποδοχής, αλλά και η προβολή της αξίας της διαφορετικότητας και του γεγονότος ότι η πολιτιστική ζωή στην Ελλάδα όχι μόνο δεν «απειλείται» από τους μετανάστες, αλλά εμπλουτίζεται καθ' όλη τη διάρκεια παραμονής τους στη χώρα.

Δράσεις του έργου

Το έργο 1.4.β/13 στοχεύει στην ενίσχυση της διαδικασίας ένταξης των μεταναστών και στην προώθηση της αρμονικής τους συνύπαρξης με την κοινωνία υποδοχής, μέσα από την εξοικείωση των μεταναστών σε θέματα ραδιοφωνίας και ευρύτερα τεχνικών παραγωγής στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Οι στόχοι θα επιτευχθούν μέσω των ακόλουθων δράσεων του προγράμματος:

ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΑΡΞΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ
Πακέτο Εργασίας 1
Σύσταση ομάδας εργασίας
Δημιουργία εργαλείων παρακολούθησης και αξιολόγησης
ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΕΩΝ
Πακέτο Εργασίας 2
Οργάνωση ραδιοφωνικών προγραμμάτων
Πακέτο Εργασίας 3
Εκπαίδευση εκπροσώπων μεταναστευτικών κοινοτήτων
Πακέτο Εργασίας 4
Θεματικές ραδιοφωνικών εκπομπών
Πακέτο Εργασίας 5



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

Κατάρτιση και υλοποίηση ραδιοφωνικών εκπομπών
ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑΣ - ΔΙΑΧΥΣΗΣ
Πακέτο Εργασίας 6
Δημοσιεύσεις στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο
Συνεντεύξεις Τύπου
Ψυχαγωγική Εκδήλωση ευαισθητοποίησης
Πακέτο εργασίας 7
Διαδικτυακή ραδιοφωνική πλατφόρμα
Πακέτο Εργασίας 8
Οκτάγλωσσος πολύ-οδηγός
Πακέτο Εργασίας 9
Ντοκιμαντέρ
Πακέτο Εργασίας 10
Αξιολόγηση/ παρακολούθηση του προγράμματος

Η Σύμπραξη υλοποίησης του έργου 1.4.β/13 «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

Η Σύμπραξη που συγκροτήθηκε προκειμένου να υλοποιήσει το έργο 1.4.β/13 «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού» που συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Ένταξης κατά 95% από Κοινοτικούς Πόρους και κατά 5% από Εθνικούς Πόρους, αποτελείται από 3 διαφορετικούς φορείς οι οποίοι προσέφεραν τεχνογνωσία και εργαλεία για την άρτια υλοποίηση του έργου:

- ❑ BEE GROUP Ανώνυμη Εταιρεία – Δικτυακές Υπηρεσίες – Σύμβουλοι Επιχειρήσεων (Συντονιστής Εταίρος)
- ❑ ΔΗΜΗΤΡΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ Α.Ε
- ❑ PRAKSIS – Προγράμματα Ανάπτυξης, Κοινωνικής Στήριξης και Ιατρικής Συνεργασίας



ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Εισαγωγή

Το εκπαιδευτικό υλικό είναι ένας οδηγός για την επιμόρφωση και την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού που είτε στελεχώνει είτε ενδιαφέρεται και βοηθά για την ανάπτυξη και την αποτελεσματική λειτουργία των Πολυπολιτισμικών Μέσων Ενημέρωσης. Στόχος είναι, οι εκπρόσωποι των μεταναστευτικών κοινοτήτων να έχουν καταρτιστεί σε τέτοιο βαθμό ώστε να έχουν αποκτήσει εκείνες τις δεξιότητες που θα τους καθιστούν ικανούς να συμμετέχουν σε εκπομπές ραδιοφωνίας, εξασφαλίζοντας με αυτόν τον τρόπο τη βιωσιμότητα της δράσης.

Το εκπαιδευτικό υλικό

Το εκπαιδευτικό υλικό για την επιμόρφωση και κατάρτιση εκπροσώπων Μεταναστευτικών κοινοτήτων σε θέματα ραδιοφωνίας και σε Πολυπολιτισμικά Μέσα Ενημέρωσης (community media) απαρτίζεται από δύο εργαλεία

- Ένα εγχειρίδιο εκπαίδευσης για εκπαιδευτές
- Ένα εγχειρίδιο εκπαίδευσης για καταρτιζόμενους / ωφελούμενους

Εγχειρίδια εκπαίδευσης

Το εγχειρίδιο εκπαίδευσης για τους εκπαιδευτές / μέντορες

- Απευθύνεται στους εκπαιδευτές και περιλαμβάνει θέματα που αφορούν στο mentoring καθώς και οδηγίες μεθοδολογίας προς τους εκπαιδευτές για δομημένη διεξαγωγή των εκπαιδευτικών ενότητων των πολυπολιτισμικών μέσων ενημέρωσης ενώ

Το εγχειρίδιο εκπαίδευσης για τους καταρτιζόμενους / ωφελούμενους

- Απευθύνεται στους καταρτιζόμενους και περιλαμβάνει σημειώσεις, παραδείγματα, ασκήσεις και γλωσσάριο για το κάθε μια εκπαιδευτική ενότητα ξεχωριστά.

Στο σύνολό του τα εγχειρίδια εκπαίδευσης για τους εκπαιδευτές καθώς και για τους ωφελούμενους / καταρτιζόμενους αποτελούνται από 9 εκπαιδευτικές



ενότητες τα οποία διαχειρίζονται βασικά θέματα τεχνικών, επικοινωνιακών οδών και τεχνολογικών εργαλείων που θεωρούνται απαραίτητα για την αποτελεσματική υποστήριξη και επιμόρφωση των ατόμων που εμπλέκονται στα Πολυπολιτισμικά Μέσα Ενημέρωσης ή θέλουν να κατανοήσουν και να μάθουν την λειτουργία τους.

Πιο συγκεκριμένα το εκπαιδευτικό πακέτο του εκπαιδευτή αποτελείται από την ακόλουθη θεματολογία:

1. Mentoring
2. Συνέντευξη για το ραδιόφωνο
3. Συμμετοχή κοινού στο πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο
4. Επεξεργασία ψηφιακού ήχου
5. Είδη ραδιοφωνικών εκπομπών
6. Ραδιοφωνική παρουσίαση
7. Εισαγωγή στην ψηφιακή αρχειοθέτηση των ΜΜΕ
8. Υποστήριξη εθελοντών
9. Συμμετοχική επίλυση προβλημάτων

Χρήση των εγχειριδίων εκπαίδευσης:

Τα εγχειρίδια εκπαίδευσης είναι έτσι σχεδιασμένα ώστε να λειτουργούν και ως υλικά αυτό-εκπαίδευσης καθώς και τα δυο είναι φιλικά προς τον χρήστη και μπορούν να χρησιμοποιηθούν τόσο από τους εκπαιδευτές όσο και από τους εκπαιδευόμενους. Επιπλέον, το κάθε εκπαιδευτικό πακέτο λειτουργεί αυτόνομα καθώς αποτελεί από μόνο του ένα μοναδικό θεματικό άξονα εκπαίδευσης παρέχοντας οδηγίες και στον εκπαιδευτή και στον εκπαιδευόμενο.

Αναφορικά με το υλικό που απευθύνεται στον εκπαιδευτή, το κάθε εκπαιδευτικό πακέτο περιλαμβάνει μεθοδολογικές σημειώσεις (όπως την διάρκεια εκπαίδευσης, περιγραφή των θεματικών, τους στόχους, τα αναμενόμενα αποτελέσματα, παρατηρήσεις, υλικό, αναγκαίο εξοπλισμό κλπ), καθώς και φόρμες αξιολόγησης του σεμιναρίου και αξιολόγησης του υλικού.

Αναφορικά με το υλικό που απευθύνεται στον καταρτιζόμενο, συμπεριλαμβάνονται θεωρητικές σημειώσεις για την κάθε ενότητα, ασκήσεις, γλωσσάριο και παραδείγματα.

Σε ποιους απευθύνεται το εκπαιδευτικό υλικό

Το εκπαιδευτικό υλικό απευθύνεται σε εκπαιδευτές που συμμετέχουν στην εκπαίδευση και τη συμβουλευτική υποστήριξη στελεχών για τη λειτουργία των Πολυπολιτισμικών Μέσων Ενημέρωσης καθώς επίσης και σε άτομα, τα οποία εμπλέκονται ενεργά στη λειτουργία των Πολυπολιτισμικών Μέσων Ενημέρωσης. Επιπλέον, θεωρούμε πως αυτό το εκπαιδευτικό υλικό θα



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

αποτελέσει χρήσιμο εφόδιο γνώσεων για όλους τους επαγγελματίες των ΜΜΕ καθώς και των σπουδαστών σχολών δημοσιογραφίας και επαγγελμάτων ΜΜΕ καθώς μέσα από την χρήση των καινοτομικών του εργαλείων αναβαθμίζει τις μεθόδους και τις τεχνικές εκπαίδευσης ενώ ενημερώνει για την παρουσία, το ρόλο και την λειτουργία των Πολυπολιτισμικών Μέσων Ενημέρωσης.



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

1. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

« MENTORING »



ΕΝΟΤΗΤΑ 1 «MENTORING»

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

Ορισμός:

Το mentoring ισχύει όταν ένας μέντορας, ή ένα μοντέλο πρότυπο προσφέρει υποστήριξη σε ένα άλλο άτομο. Ένας μέντορας έχει γνώση και εμπειρία σε ένα συγκεκριμένο πεδίο και την μοιράζεται με το άτομο που καθοδηγεί. Παρέχει καθοδήγηση καριέρας, προσφέρει οδηγίες σε τομείς σχετικούς με εργασία, επανατροφοδότηση για την εργασία του καθοδηγούμενου, παρέχει εκπαιδευτικές οδηγίες και βοηθά σε θέματα διαχείρισης προβλημάτων.

Mentoring σε επαγγελματικό επίπεδο:

Στην ουσία το Mentoring είναι μια επαγγελματική συμφωνία μεταξύ δυο ατόμων. Δίδει στους εργαζόμενους την ευκαιρία να μοιραστούν τις επαγγελματικές και προσωπικές τους δεξιότητες και εμπειρίες ώστε να αναπτυχθούν μέσα από αυτήν την διαδικασία. Βασίζεται στην ενθάρρυνση, στην αμοιβαία εμπιστοσύνη, στο σεβασμό, στην προθυμία την μάθησης και της διάχυσης της γνώσης και των εμπειριών.

Mentoring σε ευπαθείς κοινωνικά ομάδες:

Το mentoring είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικό και αποτελεί ισχυρό εργαλείο στην ανάδειξη της προσωπικής και επαγγελματικής ανάπτυξης των ατόμων που ανήκουν σε ευπαθείς κοινωνικά ομάδες όπως παλιννοστούντες, μετανάστες, ρομά, άτομα με αναπηρίες, μακροχρόνιοι άνεργοι κλπ.

Άτυπες σχέσεις μέντορα – ωφελούμενου τείνουν να αναπτύσσονται ανεξάρτητα όταν υπάρχει αληθινή δέσμευση ανάμεσα στα ενδιαφερόμενα μέρη .

Μέσα από αυτήν την σχέση **οι ωφελούμενοι** μπορούν να κερδίσουν:

- αυτοπεποίθηση
- γνώση για το πώς λειτουργεί μια επιχείρηση / οργανισμός/ ειδικότητα
- μεγαλύτερη διορατικότητα των δυνατοτήτων τους
- δίκτυα συνεργασίας
- νέες επαγγελματικές δεξιότητες και γνώση



Μέσα από αυτήν την σχέση οι **μέντορες** μπορούν να :

- αποκτήσουν πολυπολιτισμική συνείδηση
- κατανοήσουν θέματα διαφορετικότητας και να αναπτύξουν μεγαλύτερη κατανόηση για τις ανάγκες των ατόμων που ανήκουν σε ευπαθείς κοινωνικά ομάδες
- αναπτύξουν σχέσεις με άτομα που δεν ανήκουν στον περίγυρό τους

Γιατί το Mentoring:

Το mentoring είναι μια αποτελεσματική στρατηγική που μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στην ανάπτυξη της καριέρας για τους εργαζόμενους και αποτελεί ένα τρόπο για την μελλοντική ανάπτυξη των ικανοτήτων τους. Στην ουσία αποτελεί μια αποτελεσματική μέθοδο για την μεταφορά των επαγγελματικών, τεχνικών και διαχειριστικών ικανοτήτων.

Τα οφέλη για τους λιγότερα ειδικευμένους εργαζομένους περιλαμβάνουν:

- ανάπτυξη δεξιοτήτων και γνώσεων
- κατανόηση των ρόλων τους στον οργανισμό / επιχείρηση / ειδικότητα
- εισαγωγή στην κουλτούρα και τους άγραφους κανόνες του οργανισμού / επιχείρησης / ειδικότητας
- υποστηρικτικό περιβάλλον στο οποίο οι επιτυχίες και οι αποτυχίες μπορούν να αξιολογηθούν
- ανάπτυξη επαγγελματικής εμπιστοσύνης και εμπιστοσύνης των ικανοτήτων

Τα οφέλη για τους μέντορες περιλαμβάνουν:

- ενθουσιασμός για τον ρόλο τους σαν περισσότερο ειδικευμένοι εργαζόμενοι
- ικανοποίηση για την συμμετοχή τους στην «ανάπτυξη» των ωφελούμενων
- ευκαιρία να τεστάρουν νέες ιδέες
- ικανότητα να αναπτύξουν τις ιδέες τους και να μοιραστούν την γνώση και την εμπειρία τους



ΚΥΡΙΕΣ ΑΞΙΕΣ ΤΟΥ MENTORING

- **Επικοινωνία:**

Η ελεύθερη και ανοιχτή επικοινωνία ρέει από μια ατμόσφαιρα που βασίζεται στον αμοιβαίο σεβασμό και εμπιστοσύνη από μια επιτυχημένη σχέση μέντορα και ωφελούμενου. Οι καλοί μέντορες είναι κριτικοί και απαιτητικοί από τους εκπαιδευόμενους και αυτά τα χαρακτηριστικά θα πρέπει να είναι κατηγορηματικά σε όλους τους τύπους επικοινωνίας με τους εκπαιδευόμενους. Όταν υπάρχει μίξη της προσωπικής υποστήριξης και του ενθουσιασμού της εργασίας, οι ωφελούμενοι μπορούν να αναγνωρίσουν την θετική καθοδήγηση και να μην μπερδεύουν τα διάφορα μηνύματα με εχθρικότητα. Αυτήν η εναλλαγή παράγει μια ιδεατή σχέση των δυο ενδιαφερόμενων μερών καθώς μαζί αναλύουν την πληροφόρηση, κριτικάρουν τις ιδέες, και επιλύουν προβλήματα. Η απόδοση των ευσήμων και η αναγνώριση των επιτευγμάτων πρέπει να διατυπώνονται ξεκάθαρα.

Ένας καλός μέντορας έχει το χάρισμα της ακρόασης.

- ✓ Προσπάθησε να ακούς και να μην διακόπτεις όσο ο ωφελούμενος μιλάει
- ✓ Προσοχή στον τόνο της φωνής και στην γλώσσα του σώματος

- **Σεβασμός:**

Οι εκπαιδευόμενοι πρέπει να αισθάνονται άνετα με τον μέντορα αλλά πολλές φορές μπορεί να διστάζουν να τον προσεγγίσουν. Ένας καλός μέντορας είναι προσεγγίσιμος και διαθέσιμος. Ένας εξαιρετικός μέντορας είναι παρατηρητικός και προσεγγίζει τον ωφελούμενο που είναι ντροπαλός προσπαθώντας να συζητήσουν το πρόβλημα. Ένας εξαιρετικός μέντορας δεν είναι μόνο δάσκαλος και πρότυπο αλλά και κάποιος που ο ωφελούμενος σέβεται, εμπιστεύεται και νιώθει άνετα να συζητά μαζί του.

Οι ωφελούμενοι πρέπει να είναι ξεκάθαροι και συνοπτικοί στην επικοινωνία τους με τον μέντορα.

Ο προσωπικός σεβασμός είναι απαραίτητος και για τις δυο πλευρές.

Η αμοιβαία εμπιστοσύνη αποτελεί ένα ακόμα βασικό στοιχείο για μια επιτυχημένη σχέση μέντορα και ωφελούμενου. Καθ' όλη την διάρκεια της σχέσης οι εκπαιδευόμενοι πρέπει να εμπιστεύονται τις συμβουλές του μέντορά τους. Οι περισσότεροι εκπαιδευόμενοι στα πρώτα στάδια εξαρτώνται στενά από τον μέντορά τους γεγονός που επαφίεται στην εμπειρία του μέντορα να τους ανεξαρτοποιήσει.

Κατά την διάρκεια μιας ενεργής σχέσης μέντορα – εκπαιδευόμενου ο μέντορας είναι ικανός να μετρήσει την απόδοση του βασιζόμενος σε τρεις βασικές αρχές:

- άμεση παρατήρηση των δραστηριοτήτων του
- ανάλυση της συμπεριφοράς του ως προς τις αρμοδιότητες



➤ ακρόαση των ιδεών και των αντιλήψεων του

Βασιζόμενος σε αυτές τις παρατηρήσεις, ο μέντορας με την διάρκεια του χρόνου κατανοεί και εμπιστεύεται το ύφος του κάθε ωφελούμενου.

• **Διδασκαλία ως παράδειγμα:**

Κατά την διάρκεια επίσημης εκπαίδευσης οι μέντορες μοιράζονται την εμπειρία τους για τον εντοπισμό και την επίλυση των προβλημάτων. Αυτό μπορεί να γίνει με πολύ προσοχή όταν οι ωφελούμενοι είναι αρχάριοι και οι μέντορες τους καθοδηγούν. Εναλλακτικά, οι μέντορες μπορεί να μεταφέρουν την μεθοδολογία που χρησιμοποιούν για την επίλυση ενός προβλήματος μέσα από παραδείγματα, επιτρέποντας έτσι στους ωφελούμενους να κάνουν παρατηρήσεις για την διαδικασία. Η μάθηση που προκύπτει μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με τον τρόπο που ο μέντορας διατυπώνει ένα πρόβλημα και ως τον βαθμό που λειτουργεί ανάλογα με την κάθε δραστηριότητα. Σε αυτές τις περιπτώσεις είναι σπάνιο για τον μέντορα να μην δημιουργήσει θετική εντύπωση στον ωφελούμενο. Έτσι ο εκπαιδευόμενος αφομοιώνει μερικά από αυτά τα στοιχεία που σχετίζονται με την μεθοδολογία που ακολουθεί ο μέντορας, στοιχεία τα οποία παραμένουν και συνοδεύουν την επαγγελματική πορεία του ωφελούμενου.

• **Πρωώθηση της ανάπτυξης καριέρας και της κοινωνικοποίησης:**

Οι μέντορες οφείλουν να είναι υπερασπιστές της επαγγελματικής εξέλιξης των ωφελούμενων και μπορούν να προωθήσουν την καριέρα των εκπαιδευομένων με πολλούς τρόπους. Για παράδειγμα, μπορούν να βοηθήσουν με διορατικότητα και πληροφορίες για τον σχεδιασμό της καριέρας των ωφελούμενων, να τους βοηθήσουν να κατανοήσουν την έννοια της δικτύωσης, να τους ενθαρρύνουν να επικοινωνούν με άλλους επαγγελματίες και φυσικά να τους συστήνουν σε άλλους επαγγελματίες όποτε δίνετε η ευκαιρία. Οι μέντορες βοηθάν επίσης να αναπτύξουν και να βελτιώσουν τις διαπροσωπικές δεξιότητες όπως της διαπραγμάτευσης, της μεσολάβησης και της πειθώς.

Επίσης, οι μέντορες παρέχουν την απαραίτητη πληροφόρηση για το πώς 'κινείται' το εκάστοτε επάγγελμα. Αυτό μπορεί να σημαίνει πληροφόρηση για τις πολιτικές και τους κανόνες. Εν συντομία, η είσοδος των ωφελούμενων στην εκάστοτε ειδικότητα εμπεριέχει κατάλληλες μαθησιακές συμπεριφορές, και οι μέντορες υιοθετούν ένα ενεργό ρόλο σε αυτήν την διαδικασία.

• **Αποκλειστικότητα και πολλαπλότητα μεντόρων:**

Οι εκπαιδευόμενοι επωφελούνται από την σχέση τους με περισσότερους από έναν μέντορα. Ο κάθε μέντορας έχει διαφορετικά δυναμικά στοιχεία, στυλ, μεθόδους και ιδέες. Οι ωφελούμενοι πρέπει να είναι ανοιχτοί στην πολλαπλότητα των μεντόρων και να συζητάν τα εκάστοτε προβλήματα με όλους. Ο μέντορας επίσης θα πρέπει να αισθάνεται άνετα αν και άλλοι μέντορες συμβουλευούν τον ωφελούμενο. Η αποκλειστικότητα δεν υφίσταται σε μια καλή σχέση μέντορα – ωφελούμενου.



- **Πολλαπλά καθήκοντα του μέντορα:**

Τα καθήκοντα του μέντορα εναλλάσσονται ανάλογα με τις εκάστοτε συνθήκες και τις εναλλασσόμενες ανάγκες των εκπαιδευομένων και η εναλλαγή αυτή προϋποθέτει προσοχή και κριτική σκέψη. Απλοποιώντας τα καθήκοντα του μέντορα μπορεί να οδηγήσει σε αποπροσανατολισμό και σε μειωμένα αποτελέσματα.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΜΕΝΤΟΡΑ

Υπάρχουν πολλοί «ρόλοι» που μπορεί να «παίξει» ένας μέντορας. Ο ρόλος που θα διαλέξει εξαρτάται από τις ανάγκες του ωφελομένου

Δάσκαλος:

Στον ρόλο του δασκάλου ο μέντορας πρέπει να διδάξει τον ωφελούμενο την γνώση και τις δεξιότητες για να μπορέσει ο δεύτερος να ανταποκριθεί με επιτυχία στα καθήκοντά του. Αυτός ο ρόλος προϋποθέτει ότι ο μέντορας πρέπει να μοιραστεί τις εμπειρίες του με τον ωφελούμενο αλλά και να μοιραστεί την σοφία του από προηγούμενα λάθη. Ο ωφελούμενος έτσι κατανοεί ότι κανένας δεν είναι τέλειος.

Καθοδηγητής:

Ο μέντορας βοηθά να ανακαλύψει ο ωφελούμενος τους άγραφους κανόνες ενός οργανισμού/ επιχείρησης/ ειδικότητας. Αυτήν η πληροφόρηση αποτελεί συνήθως την καρδιά της γνώσης που κάποιος αποκτά μόνο με την πάροδο του χρόνου. Οι άγραφοι κανόνες μπορεί να περιλαμβάνουν τις ειδικές διαδικασίες ενός οργανισμού/ επιχείρησης /ειδικότητας, τις κατευθύνσεις που δεν αναγράφονται πάντα, και πολιτικές προς εξέταση.

Σύμβουλος:

Προϋποθέτει ανοιχτή σχέση βασισμένη στην εμπιστοσύνη, και στον σεβασμό. Για να δημιουργηθεί η σχέση εμπιστοσύνης ο μέντορας πρέπει να καλύπτει το απόρρητο και να δείχνει σεβασμό στους ωφελομένους. Ο μέντορας δείχνει σεβασμό με το να ακούει προσεχτικά τον ωφελούμενο και με το να μην τον διακόπτει όταν εκείνος μιλάει.

Σαν σύμβουλος ο μέντορας ενθαρρύνει τον ωφελούμενο να αναπτύξει δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων. Ο ωφελούμενος πρέπει να είναι ικανός να σκεφτεί τα προβλήματα και όχι να επαφίεται στον μέντορα ότι θα βρει την λύση. Ο μέντορας μπορεί να τον βοηθήσει με το να τον ενθαρρύνει να λύσει ένα πρόβλημα όταν προκύψει πριν βοηθήσει βοήθεια.

Σπόνσορας :

Δημιουργεί ευκαιρίες για τον ωφελούμενο – οι οποίες μπορεί να μην του δινότανε σε διαφορετική περίπτωση. Αυτές οι ευκαιρίες μπορούν να σχετίζονται απ' ευθείας με την εργασία ή εμμέσως με την ολική επαγγελματική ανάπτυξη του ωφελομένου. Ο στόχος του μέντορα είναι να



προβάλλει όσο το δυνατόν περισσότερο τον ωφελούμενο αλλά με όσο το δυνατόν μικρότερο ρίσκο.

Προπονητής:

Προϋποθέτει ανατροφοδότηση. Ο μέντορας καλείται να δίνει διαφορετικά είδη ανατροφοδότησης ανάλογα με την περίπτωση: θετική ανατροφοδότηση για να ενισχύσει την συμπεριφορά και εποικοδομητική κριτική για να αλλάξει την συμπεριφορά. Στην περίπτωση της εποικοδομητικής κριτικής, ο μέντορας πρέπει να είναι περιγραφικός για την συμπεριφορά και να μην χρησιμοποιεί ταμπέλες. Ο μέντορας δεν θα πρέπει να υπερβάλει ούτε να κρίνει αρνητικά. Η ανατροφοδότηση πρέπει να είναι συχνή, συγκεκριμένη και να βασίζεται στην άμεση παρατήρηση του ωφελούμενου.

Πρότυπο:

Ο μέντορας αποτελεί παράδειγμα προς μίμηση για τις αξίες, τα ήθη και τις επαγγελματικές πρακτικές ενός οργανισμού / επιχείρησης/ ειδικότητας. Οι περισσότεροι ωφελούμενοι με την διάρκεια του χρόνου μιμούνται τους μέντορές τους.

Διοχευετής ευκαιριών:

Ανοίγει πόρτες ευκαιρίας. Ο ωφελούμενος χρειάζεται μια ευκαιρία να συναντήσει ανθρώπους που θα τον βοηθήσουν στην επαγγελματική εξέλιξη του. Αυτός ο ρόλος πρωταρχικά προϋποθέτει ότι ο μέντορας βοηθά τον ωφελούμενο να δημιουργήσει και να καθιερώσει ένα δίκτυο επαφών. Δευτερευόντως ο μέντορας καθοδηγεί τον ωφελούμενο στις πηγές πληροφόρησης που μπορεί να είναι χρήσιμες.

Σε κάθε περίπτωση ο μέντορας καλείται να «παιξει» κάποιον από τους παραπάνω ρόλους ή όλους τους ρόλους.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΜΕΝΤΟΡΑ

Ένας επιτυχημένος μέντορας είναι αυτός που:

- ❖ **Υποστηρίζει τις ανάγκες και τα όνειρα** του ωφελούμενου. Ένας μέντορας πρέπει να ενθαρρύνει τον ωφελούμενο να δέχεται τις προκλήσεις και να αφηφά τα εμπόδια και τις δυσκολίες.
- ❖ **Έχει υπομονή** και θέλει να ξοδεύει χρόνο σ' αυτήν την σχέση. Ο μέντορας δίδει τον απαραίτητο χρόνο για να φανεί η αλληλεπίδραση αυτής της σχέσης.
- ❖ **Σέβεται** τον ωφελούμενο και το επάγγελμα του.
- ❖ **Ενδιαφέρεται** για τους ανθρώπους και θέλει να βοηθάει τους άλλους. Ένας επιτυχημένος μέντορας είναι κάποιος που είναι ανθρωποκεντρικός



που ξέρει να επικοινωνεί και να ακούει. Ο μέντορας πρέπει να είναι ικανός να διαχειρίζεται προβλήματα και να επιλύει διαφωνίες.

- ❖ **Εμπνέει** τον ωφελούμενο να κάνει το καλύτερο δυνατόν.
- ❖ **Διδάσκει** την γνώση και τις εμπειρίες του.
- ❖ **Εμπιστεύεται την θέση του**, είναι αισιόδοξος για την καριέρα του. Ο μέντορας πρέπει να εκτιμά τις δυνατότητες και τα δυνατά σημεία του ωφελούμενου χωρίς να βλέπει την επίτευξη των στόχων του ως απειλή. Στην πραγματικότητα ένας μέντορας απολαμβάνει να αποτελεί μέρος της εξέλιξης και της ανάπτυξης του ωφελούμενου.
- ❖ **Δέχεται τους άλλους** και δείχνει σεβασμό στην οντότητα των άλλων. Κάθε άτομο, συμπεριλαμβανομένου και του μέντορα έχει αδυναμίες και τρωτά σημεία που πρέπει να τα αποδεχτούν οι άλλοι. Ο μέντορας πρέπει να αποδέχεται τις αδυναμίες του ωφελούμενου και αντιστοίχως ο ωφελούμενος του μέντορα.
- ❖ **Είναι αφοσιωμένος** στον ρόλο του.
- ❖ **Είναι αποτελεσματικός** σε διάφορα διαπροσωπικά επίπεδα.
- ❖ **Αποτελεί πρότυπο** συνεχόμενης μάθησης.
- ❖ **Επικοινωνεί την ελπίδα** και την αισιοδοξία.

ΣΧΕΣΗ ΜΕΝΤΟΡΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΟΥ / ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΥ

Πως στήνεται μια σχέση μέντορα και εκπαιδευόμενου:

Το mentoring μπορεί να πραγματοποιηθεί:

- μέσα από ένα επίσημο πρόγραμμα που στηρίζεται από την επιχείρηση / οργανισμό
- μεταξύ δυο ατόμων που συμφωνούν να αναπτύξουν μια σχέση αυτού του είδους
- με την προσέγγιση κάποιου ατόμου που συμφωνεί να γίνει μέντορας για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και για συγκεκριμένο σκοπό.

Πριν αναπτυχθεί η σχέση:

Οι μέντορες και οι εκπαιδευόμενοι πρέπει να σκεφτούν, να συζητήσουν και να συμφωνήσουν για:

- το στόχο του mentoring
- για το προσδοκώμενο αποτέλεσμα



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

- το χρονικό διάστημα που θα χρειαστεί
- την συχνότητα της επικοινωνίας
- με ποιον τρόπο θα διεξαχθεί το mentoring (δια τηλεφώνου, με email, σε προσωπική καθημερινή επαφή κλπ)

Σημειώσεις για τους ωφελούμενους:	Σημειώσεις για τους μέντορες:
Ποια στοιχεία της επαγγελματικής ζωής πρόκειται να βελτιωθούν;	Πόσο χρόνο μπορείτε να δώσετε;
Είναι κάτι που ταιριάζει στους προσωπικούς στόχους;	Ποιες προσδοκίες υπάρχουν από την ανάπτυξη αυτής της σχέσης;
Πόσο χρόνο και προσπάθεια πρόκειται να εναποθετηθεί σ' αυτήν την συμφωνία ;	Ποια είναι τα προτερήματά σας και πως μπορείτε να τα περάσετε στον εκπαιδευόμενο;
	Ποιος είναι ο βαθμός της εμπειρίας σας ώστε να δώσετε συμβουλές με δομημένο τρόπο;
	Ποια όρια θέλετε να θέσετε σ' αυτήν την σχέση;

Ως μέντορες:

Αν οι ωφελούμενοι κάνουν άλλες επιλογές από αυτές που εσείς προτείνετε διαχειριστείτε το ορθά και μην το πάρετε προσωπικά. Να θυμάστε πως είστε εκεί για να καθοδηγήσετε τους εκπαιδευόμενους, αλλά οι ίδιοι έχουν το δικαίωμα να κάνουν τις επαγγελματικές τους επιλογές.

Ορίζοντας τους στόχους:

Κατά την πρώτη συνάντηση, συζητήστε πέντε ξεκάθαρους στόχους τους οποίους θέλετε να επιτύχετε. Οι στόχοι των ωφελούμενων μπορεί να διαφέρουν από τους στόχους του μέντορα. Αν και οι δυο ενδιαφερόμενες πλευρές ορίσουν στόχους τότε αυτήν η σχέση θα είναι αμοιβαία.

Ο καθορισμός των στόχων αποτελεί πολύ σημαντικό στοιχείο στην σχέση μέντορα – εκπαιδευόμενου. Πριν συναντηθείτε σκεφτείτε τους στόχους που θέλετε να επιτύχετε και τις προσδοκίες που έχετε.

Με αυτόν τον τρόπο θέτετε την βάση για να αναπτύξετε μια επιτυχημένη σχέση μέντορα- ωφελούμενου. Καθώς αυτήν η σχέση αναπτύσσεται μπορεί να διαπιστωθεί πως οι στόχοι οι οποίοι θέσατε έχουν αλλάξει. Αυτό δεν αποτελεί πρόβλημα. Το σημαντικό στοιχείο είναι να υπάρχουν οι στόχοι πάνω στους οποίους μπορείτε να δουλεύετε.



Διαδικασία:

- Σκεφτείτε τις αδυναμίες σας και τα δυνατά σημεία σας και γράψτε τα
- Σκεφτείτε ποιες προσδοκίες έχετε και γράψτε τις
- Θέστε πέντε ξεκάθαρους και επιτεύξιμους στόχους
- Συζητήστε τους στόχους σας
- Ανακαλύψτε κοινά σημεία
- Συζητήστε ποιος/ ποιοι στόχοι είναι περισσότερο σημαντικοί
- Δουλέψτε από κοινού για την επίτευξη των στόχων
- Όταν έχει επιτευχθεί ο πρώτος στόχος προχωρήστε αμέσως στον επόμενο
- Όταν έχετε δουλέψει πάνω σε όλους τους στόχους ανακεφαλαιώστε βλέποντας τι έχει επιτευχθεί
- Μπορεί να είναι χρήσιμο να κρατάτε αρχείο των στόχων σας

Κάθε σχέση mentoring είναι διαφορετική από την προηγούμενη. Μπορεί να μην είναι δυνατόν να ορίσετε πέντε στόχους αλλά θα πρέπει να είστε σίγουροι ότι θα θέσετε στόχους και ότι θα δουλέψετε πάνω σε αυτούς.

Θέματα που αφορούν την σχέση του μέντορα με τον ωφελούμενο:

Για να δομηθεί αυτή η σχέση θα πρέπει να συζητηθούν αρκετά θέματα μεταξύ των δυο ενδιαφερόμενων μερών.

Σημαντικά στοιχεία:

Δέσμευση: Είναι σημαντικό και οι δυο πλευρές να είναι ρεαλιστές

Κοινά ενδιαφέροντα: Οι εμπειρίες, οι δεξιότητες, τα ενδιαφέροντα και οι στόχοι του ωφελούμενου μπορεί να κυμαίνονται. Ο μέντορας πρέπει να συζητήσει τους τομείς που ενδιαφέρουν τον ωφελούμενο πριν ξεκινήσει η σχέση συνεργασίας

Σχέση αμοιβαίου σεβασμού: Και ο μέντορας και ο ωφελούμενος πρέπει να θέλουν να κατανοήσουν τις διαφορετικές απόψεις που μπορεί να έχουν

Διπλή επικοινωνία: πρέπει και οι δύο πλευρές να είναι ενεργές και να θέλουν να εξελιχθεί αυτή η σχέση



Τι δεν πρέπει να περιμένετε:

- Άμεσα αποτελέσματα
- Καλή επικοινωνία από την πρώτη στιγμή
- Δωρεάν εργασία για τον μέντορα από τον ωφελούμενο

Επιτυχημένο mentoring:

Για να ευδοκιμήσει το mentoring τόσο ο μέντορας όσο και ο ωφελούμενος πρέπει να :

- είναι αφοσιωμένοι σ' αυτό που κάνουν
- είναι καλοί ακροατές
- είναι ανοιχτοί σε νέες ιδέες
- κάνουν καλή διαχείριση του χρόνου
- είναι ρεαλιστές
- μπορούν να δίνουν και να λαμβάνουν πληροφόρηση και γνώση
- είναι αναλυτικοί
- είναι δεκτικοί στην αλλαγή

Επιπλέον οι μέντορες πρέπει να:

- είναι ικανοί να διαχειρίζονται την ηγεσία
- είναι ειλικρινείς και να δίνουν δομημένες συμβουλές
- είναι ικανοί να δρουν σαν πρότυπα



Είναι υπευθυνότητα των **ωφελούμενων** να:

- Δείχνουν σεβασμό στους μέντορες και στους άλλους εκπαιδευόμενους
- Σέβονται τα χρονικά όρια που τίθενται
- Αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες στις συναντήσεις, να έχουν έτοιμα θέματα προς συζήτηση και να θέτουν προτεραιότητες
- Είναι ξεκάθαροι και να κατανοούν την συμφωνία που έγινε μεταξύ του μέντορα και αυτών
- Τηρούν χρονοδιαγράμματα
- Είναι ευέλικτοι σε αλλαγές των συναντήσεων με τον μέντορα αλλά να είναι αφοσιωμένοι στην συλλογή της πληροφόρησης
- Επικοινωνούν συχνά με τους μέντορες
- Κρατούν συγκεκριμένες προσωπικές αποστάσεις όπως ορίζει μια επαγγελματική σχέση

Είναι υπευθυνότητα των **μεντόρων** να:

- Δημιουργούν μια σχέση που 'κεντρίζει' και ενθαρρύνει τους ωφελούμενους να μάθουν να είναι παραγωγικοί και ανεξάρτητοι
- Μην αφήνουν τις προσωπικές τους διαφωνίες με τους άλλους συναδέλφους του κλάδου τους να παρεμποδίζουν τα καθήκοντά τους ως μέντορες
- Συνδιαλέγονται με τους ωφελούμενους με επαγγελματικό τρόπο
- Αποφεύγουν να ζητάν από τους ωφελούμενους να κάνουν προσωπική τους εργασία χωρίς την σύμφωνη γνώμη τους
- Σκέφτονται την εμπειρία και τις δεξιότητες του κάθε ωφελούμενου και σύμφωνα με αυτές να ορίζουν την σχέση μέντορα-εκπαιδευόμενου
- Να είναι διαθέσιμοι να προσφέρουν βοήθεια όταν είναι ανάγκη και εκτός προκαθορισμένης συνάντησης
- Αξιολογούν την πρόοδο των εκπαιδευομένων σε συχνή βάση χωρίς προκαταλήψεις που να βασίζονται στην εθνικότητα, στο φύλο, στη θρησκεία κλπ
- Ενθαρρύνουν τους ωφελούμενους να είναι ενεργοί
- Διατυπώνουν ξεκάθαρα τις προσδοκίες τους για τους ωφελούμενους
- Παρακολουθούν και να καταγράφουν την πρόοδο των κατάρτιζομένων σε όλα τα επίπεδα
- Καθοδηγούν τον ωφελούμενο
- Προετοιμάζουν τον εκπαιδευόμενο για ένα ανταγωνιστικό χώρο εργασίας, δίδοντας μια ρεαλιστική εικόνα του κλάδου
- Κρατούν συγκεκριμένες προσωπικές αποστάσεις όπως ορίζει μια επαγγελματική σχέση



- Ο μέντορας πρέπει να έχει την ικανότητα να είναι καλός ακροατής, να αντιλαμβάνεται και να κατανοεί τόσο τα λεκτικά όσο και τα παραγλωσσικά και εξωγλωσσικά μηνύματα (body language) του ωφελούμενου
- Ο Μέντορας πρέπει να έχει την ικανότητα να κατανοεί και στη συνέχεια να ανταποκρίνεται στα συναισθήματα του ωφελούμενου. Πρέπει, δηλαδή, να μπορεί να μπαίνει στη θέση του άλλου (empathy), να μπαίνει στον προσωπικό αντιληπτικό του κόσμο και να βλέπει τα πράγματα σύμφωνα με τον κόσμο αναφοράς του, όντας ευαίσθητος στις αλλαγές που κάθε στιγμή συμβαίνουν τόσο στα νοήματα όσο και στα φανερά ή άδηλα συναισθήματα του ωφελούμενου.
- Ο Μέντορας πρέπει να έχει την ικανότητα να δημιουργεί ένα διευκολυντικό, υποστηρικτικό, ζεστό κλίμα που θα στηρίζεται σε σχέση αμοιβαίου σεβασμού και εμπιστοσύνης μεταξύ αυτού και του ωφελούμενου
- Για το λόγο αυτό, ο Μέντορας πρέπει να είναι λιγότερο καθοδηγητικός και περισσότερο ενισχυτικός, να αποφεύγει την κριτική, την ηθικολογία, το πατρωνάρισμα και την ετικετοποίηση, πράγμα που προϋποθέτει την ικανότητα του Μέντορα να αποδέχεται τον εξυπηρετούμενο ως ξεχωριστό, μοναδικό και ισότιμο πρόσωπο άξιο σεβασμού.



ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Πώς να επικοινωνείτε και πόσο συχνά:

- Ο μέντορας μπορεί να έχει μια σύντομη ή πιο μακροχρόνια σχέση ή να κάνει mentoring σε διαφορετικά άτομα
- Προτείνεται ο ωφελούμενος να κάνει την πρώτη επαφή
- Αν ο ωφελούμενος νιώθει άβολα να τηλεφωνήσει τον μέντορα τότε με email μπορεί να καθοριστεί η ώρα της επικοινωνίας για να σπάσει ο πάγος
- Η τηλεφωνική επικοινωνία ή η προσωπική συνάντηση θα κάνει την σχέση του μέντορα με τον ωφελούμενο πιο προσωπική και τα μελλοντικά email λιγότερο απρόσωπα
- Καθώς η σχέση θα εξελίσσεται θα διαπιστωθεί πιο είδος επικοινωνίας ταιριάζει καλύτερα και για τον μέντορα και για τον ωφελούμενο
- Το mentoring αποτελεί δέσμευση και για τις δυο ενδιαφερόμενες πλευρές
- Συνεννοηθείτε μεταξύ σας για το πόσο συχνά θέλετε να επικοινωνείτε
- Στο τέλος κάθε επικοινωνίας κανονίστε την επόμενη

ΑΝΑΤΡΟΦΟΔΟΤΗΣΗ

- Το mentoring είναι ένας καλός τρόπος για να κατανοήσουν τα άτομα την επικοινωνία
- Πολλά άτομα ιδιαίτερα τα άτομα που ασχολούνται με τεχνικά επαγγέλματα επικοινωνούν πιο δύσκολα
- Υπομονή!
- Καθώς η σχέση προχωράει η ανατροφοδότηση θα γίνει ευκολότερη και πιο δομημένη
- Η σχέση του mentoring βασίζεται στην εμπιστοσύνη, στην ειλικρίνεια και στην αλήθεια
- Όλες οι πληροφορίες σε προσωπικό επίπεδο πρέπει να μένουν εμπιστευτικές



ΝΑΙ

- Να περιγράφεται η συμπεριφορά και όχι το άτομο
- Η ανατροφοδότηση να γίνεται σε θέματα για τα οποία είστε σίγουροι
- Να διαλέξετε συγκεκριμένο μέρος και ώρα
- Το μόνο κίνητρο πρέπει να είναι η βοήθεια
- Να μένετε στην τωρινή συμπεριφορά όχι σε συμπεριφορές του παρελθόντος
- Τσεκάρετε κατά πόσο ο ωφελούμενος έχει καταλάβει την ανατροφοδότηση

ΜΗΝ

- Χρησιμοποιείτε ταμπέλες
- Κρίνετε
- Υπερβάλετε



Ενδείκνυται η ανατροφοδότηση να εστιάζει στον αντίκτυπο που έχουν οι λέξεις ή πράξεις του ωφελούμενου για τον μέντορα. Μερικά παραδείγματα αυτής της μεθόδου ακολουθούν:

- Όταν
(δράση)
- Τα αποτελέσματα ή οι συνέπειες είναι.....
(αντίκτυπο)
- Θα προτιμούσα...../αυτό που θα ήταν πιο αποτελεσματικό.....
(εναλλακτική δράση)
- Αυτό θα σήμαινε.....
(αποτελέσματα της εναλλακτικής λύσης)

Θέματα που θα σας βγάλουν ασπροπρόσωπους

Μερικές φορές μπορεί να αισθανθείτε πως έχετε κολλήσει και δεν υπάρχουν θέματα προς συζήτηση. Παρακάτω ακολουθούν μερικά θέματα και ερωτήσεις που μπορούν να σας βοηθήσουν.

Βιογραφικά σημειώματα και αναζήτηση εργασίας

Κατοχή βιογραφικού σημειώματος

Γνώση δομής βιογραφικού σημειώματος

Συμπεριφορά κατά την διάρκεια μιας συνέντευξης

Ποιον κλάδο σκέφτεστε να ακολουθήσετε;

Σημεία εκκίνησης εργασίας / τρόποι αναζήτησης και εξεύρεσης εργασίας

Τρόποι δικτύωσης

Αξιολόγηση απόδοσης / καθηκόντων

Πότε ήταν η τελευταία φορά που έγινε αξιολόγηση της απόδοσής σας;



Πως αισθανθήκατε;

Συνδέεται με τις οικονομικές σας απολαβές;

Τι συμπεριλαμβάνει αυτήν η διαδικασία;

Έχει συζητηθεί ποτέ η επαγγελματική σας ανάπτυξη στην αξιολόγηση της απόδοσής σας;

Εκπαίδευση και κατάρτιση

Επιπλέον σπουδές στο αντικείμενο ενασχόλησης

Βαθμός στον οποίο είναι απαραίτητες

Εξισορρόπηση οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής

Θεωρείτε ότι υπάρχει εξισορρόπηση ανάμεσα στην οικογενειακή και επαγγελματική σας ζωή;

Άγχος

Διαχείριση χρόνου

Στρατηγικές συνδυασμού προσωπικής και επαγγελματικής ζωής

Διαπροσωπικές δεξιότητες

Ανήκετε σε κάποια ομάδα;

Αισθάνεστε ότι αποτελείται μέρος κάποιας ομάδας;

Μπορείτε να πείτε σε κάποιον ότι διαφωνείτε μαζί του χωρίς να φανεί η αναστάτωσή σας;

Αντέχετε την κριτική;

Νομίζετε πως μπορείτε να εκτελέσετε χρέη αρχηγού ομάδας;

Διαπραγμάτευση

Διαχείριση προβλημάτων

Διαχείριση και σχεδιασμός καριέρας

Έχετε κάποιο πλάνο καριέρας;

Χρονικά όρια

Προαγωγές



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

Υπευθυνότητες

Έχετε κάποιο στόχο καριέρας αλλά δεν είστε σίγουροι πως θα τον πετύχετε;



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

2. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΓΙΑ ΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ



ΕΝΟΤΗΤΑ 2 «ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΓΙΑ ΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ»

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

Εισαγωγή

Η διαδικασία της συνέντευξης είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι της δημοσιογραφίας. Συχνά είναι η κύρια πηγή πληροφοριών είτε για την προετοιμασία των δελτίων ειδήσεων είτε για την παρουσίαση ενός συγκεκριμένου θέματος με βαθύτερη ανάλυση.

Η συνέντευξη δεν μπορεί να εφαρμοστεί σε ένα θεωρητικό πλαίσιο, γιατί είναι μία δεξιότητα που αναπτύσσεται με την εξάσκηση και την εμπειρία. Η ενότητα αυτή λοιπόν θα παρουσιάσει βασικές τεχνικές και πρακτικές συμβουλές για να πάρει κανείς μία επιτυχημένη συνέντευξη

Προετοιμασία της συνέντευξης

❖ Επιλέγοντας ένα Θέμα

Η επιλογή ενός θέματος και η εξοικείωση με το θέμα αυτό είναι δύο πολύ σημαντικοί παράγοντες για την οργάνωση μιας επιτυχημένης συνέντευξης.

Βασικό επίσης είναι η επιλογή μίας συγκεκριμένης προσέγγισης και οπτικής στο θέμα που επιλέχθηκε.

❖ Επιλογή του συνεντευξιαζόμενου

Η όσο το δυνατόν βαθύτερη γνώση του θέματος διευκολύνει την επιλογή του κατάλληλου ατόμου για να δώσει την συνέντευξη. Η άγνοια ή η ημιμάθεια του θέματος μπορεί να δημιουργήσει άσχημες εντυπώσεις στον καλεσμένο σας.

Ο αντίκτυπος της συνέντευξης εξαρτάται από την επιλογή του ατόμου που θα δώσει την συνέντευξη και από το ποιος θα παρακολουθήσει τη συνέντευξη.

Βεβαιωθείτε πως το κοινό σας θα μπορέσει να σχετιστεί με τον καλεσμένο σας.

Για παράδειγμα αν μία ραδιοφωνική εκπομπή έχει για θέμα μια καινούργια τεχνική αγροτοκαλλιέργειας με κοινό τον τοπικό αγροτικό πληθυσμό, θα ήταν πολύ καλύτερα η συνέντευξη να γίνει με κάποιους αγρότες που έχουν ήδη εφαρμόσει την τεχνική αυτή παρά με κάποιον τεχνικό εμπειρογνώμονα του υπουργείου γεωργίας.

Αντίθετα για ένα θέμα για την οικονομία που απευθύνετε σε ένα κοινό αστικό και καλλιεργημένο η επιλογή ενός εξειδικευμένου στο θέμα



οικονομολόγου θα ήταν καλύτερη από τον τύπο της σύντομης συνέντευξης «στο δρόμο» με τυχαία επιλογή συνομιλητή.

Υπάρχουν φυσικά εξαιρέσεις, όμως για κάποια θέματα επιβάλλεται να πάρουμε συνεντεύξεις από άτομα που εμπλέκονται άμεσα στο συμβάν.

❖ **Επικοινωνώντας με τον καλεσμένο**

Μόλις καταλήξετε στο ποιος θα είναι ο καλεσμένος σας θα επικοινωνήσετε μαζί του / της για να του ζητήσετε συνέντευξη.
Βεβαιωθείτε ότι το θέμα της συνέντευξης είναι ξεκάθαρο.

❖ **Σχεδιάζοντας την συνέντευξη**

Μόλις κλειστεί η συνέντευξή σας πρέπει να ετοιμάσετε τις ερωτήσεις και τις σημειώσεις σας.

Πρέπει να βάζετε πάντα με σειρά προτεραιότητας τις πιο σημαντικές ερωτήσεις στις πρώτες θέσεις της λίστας σας γιατί δεν ξέρετε ποτέ πόσο θα κρατήσει η συνέντευξη και πόσο κάτω στη λίστα θα φτάσετε.

Μην προσπαθήσετε να πάρετε όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες γίνεται - καλύτερα να διαλέξετε μία συγκεκριμένη οπτική και να προσπαθήσετε να εστιάσετε τις ερωτήσεις σας εκεί.

Προσπαθήστε να αποφύγετε τις κλειστού τύπου ερωτήσεις που μπορούν να απαντηθούν με ναι ή όχι.



Παράδειγμα:

Κλειστού τύπου: Πιστεύετε πως αυτό το γεγονός είναι σημαντικό;

Ανοικτού τύπου: Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η σημασία αυτού του γεγονότος;

Κάντε ερωτήσεις πάντα σε σχέση με το τι σκοπεύετε να τις κάνετε. Αυτό σημαίνει πως αν παίρνετε συνέντευξη για τις ειδήσεις, κάντε μόνο τόσες ερωτήσεις όσες σας χρειάζονται για να έχετε υλικό για το editing. Εάν κάνετε 25 ερωτήσεις και τελικά χρησιμοποιήσετε μόνο μία μπορεί να εκνευρίσετε τον καλεσμένο σας και να μη δεχτεί εύκολα να σας παραχωρήσει στο μέλλον συνέντευξη.

Πρέπει να κάνετε πάντα τον καλεσμένο σας να πιστέψει ότι ξέρετε ακριβώς τι κάνετε.

Αν και έχετε προετοιμάσει από πριν τις ερωτήσεις σας να είστε έτοιμοι να αυτοσχεδιάσετε αν η κατάσταση το απαιτήσει. Το ερωτηματολόγιό σας είναι μόνο ένας οδηγός. Να είστε έτοιμοι να κάνετε ερωτήσεις που θα προκύψουν από τις απαντήσεις του καλεσμένου σας και οι οποίες δεν θα είναι προετοιμασμένες από πριν.



Τοποθεσία

Διαλέξτε μία ήρεμη και άνετη τοποθεσία, και αποφύγετε τους θορυβώδεις χώρους.

Η συνέντευξη

Ελέγξτε τον εξοπλισμό σας αμέσως πριν την συνέντευξη. Καλύτερα να χάσετε λίγο χρόνο πριν, παρά μετά που θα είστε με τον καλεσμένο σας.

Να είστε στην ώρα σας. Όταν είστε καθυστερημένοι αφήνετε την εντύπωση ότι δεν σας ενδιαφέρει καθόλου.

Εάν είναι η πρώτη φορά που θα συναντήσετε τον καλεσμένο σας, συστηθείτε και εξηγήστε του / της ποιο το περιεχόμενο της συνέντευξης και τι σκοπεύετε να κάνετε με αυτήν.

Αρχικά «προκαλέστε» τον καλεσμένο σας, με κατάλληλο και ευγενικό τρόπο να συστηθεί ο ίδιος. Έχει σημασία να μιλά ο ίδιος για τον εαυτό του και να μην είναι το βουβό πρόσωπο. Επιπλέον έτσι μπορείτε να ελέγξετε το επίπεδο του ήχου στην συσκευή μαγνητοφώνησης.

Μην πιέζετε τον καλεσμένο σας, κάποιοι άνθρωποι χρειάζονται περισσότερο χρόνο να προσαρμοστούν από άλλους. Η ώρα που περνάτε συζητώντας δημιουργεί έναν φιλικό δεσμό μεταξύ σας και εξασφαλίζει την προοπτική μιας διαρκούς επαφής με το άτομο αυτό μετά την συνέντευξη για τυχόν επεξηγήσεις.

Εάν κάνετε λάθος κατά την διατύπωση μίας ερώτησης είναι καλύτερα να ξεκινήσετε πάλι από την αρχή. Μη διστάσετε να ξανακάνετε ερωτήσεις που δεν έχουν απαντηθεί ή η απάντησή τους δεν ήταν ικανοποιητική. Μη διστάσετε να διακόψετε αν δεν καταλαβαίνετε κάτι. Υπάρχουν μεγάλες πιθανότητες να μην το καταλάβουν ούτε οι ακροατές σας.

Προετοιμάστε από πριν κάποιο τρόπο προκειμένου να κάνετε ένα διάλειμμα για να οργανώσετε τις σκέψεις σας, για παράδειγμα κάντε ότι δοκιμάζετε το μαγνητόφωνο.

Στο τέλος της συνέντευξης μπορείτε να ρωτήσετε τον / την καλεσμένο σας, αν θεωρεί ότι έχετε ξεχάσει να κάνετε κάποια ερώτηση ή αν θα ήθελε να προσθέσει κάτι. Ανάλογα με το θέμα θα μπορούσατε να τους ζητήσετε να συνοψίσουν τι έχει ειπωθεί.

Εάν χρειάζεστε ειδικά ηχητικά εφέ, τα μαγνητοφωνείτε ξεχωριστά και τα προσθέτετε μετά στο στούντιο.

❖ Ον και οφ δε ρέκορντ

Κατά τη διάρκεια μίας συνέντευξης ο / η καλεσμένος σας μπορεί να σας μιλήσει επίσημα και ανεπίσημα. Θα πρέπει να το σεβαστείτε αυστηρά αυτό και ποτέ να μην χρησιμοποιήσετε κάτι που έχει ειπωθεί ανεπίσημα

Κατά κανόνα το μαγνητόφωνο είναι ένας καλός δείκτης για το τι έχει ειπωθεί επίσημα και τι ανεπίσημα. Ένας ασφαλής κανόνας είναι να μην αποδίδετε ποτέ στον / στην καλεσμένη σας σχόλιο που δεν είναι μαγνητοφωνημένο. Η γενική αρχή είναι ότι επίσημα εννοείται ότι είναι μαγνητοφωνημένο και ότι δεν είναι θεωρείται ανεπίσημο.

Πάντα να δίνετε στον καλεσμένο σας να καταλάβει τι θεωρείτε εσείς επίσημο και τι ανεπίσημο



❖ Άλλα είδη συνεντεύξεων

1. Συνέντευξη στο πεδίο

Αυτός ο τύπος συνέντευξης γίνεται συνήθως στο χώρο ενός γεγονότος (μία συναυλία, ο τόπος ενός ατυχήματος κλπ).

Για αυτό το είδος συνέντευξης είναι πιθανόν να μην έχετε τον χρόνο να προετοιμαστείτε. Θα βοηθούσε να ετοιμάσετε κάποιες ερωτήσεις από πριν, αλλά θα χρειαστεί να αυτοσχεδιάσετε περισσότερο.

1. Συνεντεύξεις στον δρόμο

Για αυτόν τον τύπο συνέντευξης επιλέγονται τυχαία άτομα στον δρόμο και τους ζητείται να πουν την άποψή τους για κάποιο γεγονός ή για κάποια προσωπικότητα.

Οι συνεντεύξεις αυτές είναι συνήθως πολύ σύντομες – δύο το πολύ τρεις ερωτήσεις.

Αυτός ο τύπος συνέντευξης χρησιμοποιείται για να δώσει μία ιδέα για το ποια είναι η κοινή γνώμη για ένα συγκεκριμένο θέμα και τελικά να ενσωματωθεί σε ένα μεγαλύτερο θέμα

1. Τηλεφωνικές συνεντεύξεις

Αυτός ο τύπος συνέντευξης διαφέρει στο ότι δεν έχεις οπτική επαφή με τον / την καλεσμένο / η και πρέπει να χρησιμοποιήσετε τη φωνή σας για να αναπληρώσετε το κενό αυτό.

Καθώς ο τύπος συνέντευξης αυτός μπορεί να διακοπεί ανά πάσα στιγμή, καλό είναι να κάνετε τις ερωτήσεις με σειρά σπουδαιότητας



«ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΓΙΑ ΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ»

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ

Ετοιμάζοντας μία συνέντευξη: παράδειγμα

1. Επιλογή θέματος

Για αυτό το δείγμα συνέντευξης, το επιλεγμένο θέμα θα είναι η οικονομική κατάσταση της χώρας, η οποία φαίνεται να βρίσκεται στα όρια της οικονομικής κατάρρευσης. Η οπτική γωνία της συνέντευξης θα είναι οι επιπτώσεις της κατάστασης στους απλούς πολίτες.

Το κοινό του υποτιθέμενου σταθμού μας είναι εργάτες και άτομα χαμηλού εισοδήματος σε ένα αστικό περιβάλλον. Για να είμαστε βέβαιοι πως η συνέντευξη ενδιαφέρει το κοινό μας θα πρέπει να συζητήσουμε με λεπτομέρειες τα αίτια και τις επιπτώσεις της κατάστασης χωρίς να μπορούμε σε ιδιαίτερα τεχνικά ζητήματα

2. Επιλογή συνομιλητή για την συνέντευξη

Λόγω της φύσης του κοινού μας θα πρέπει να κοιτάξουμε για άτομα που ενδιαφέρονται για την οικονομία αλλά δεν είναι τεχνοκράτες. Υπάρχουν οι εξής επιλογές:

- ☞ Εκπρόσωπος δημοσίων σχέσεων του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών
- ☞ Εκπρόσωπος Ένωσης Προστασίας των Καταναλωτών
- ☞ Εκπρόσωπος Ομοσπονδίας Προστασίας των δικαιωμάτων των εργατών

Αφού συζητήθηκε το θέμα με τους συναδέλφους, αποφασίστηκε ότι σύμφωνα με την πολιτική κατάσταση και την δημοσιογραφική ηθική του σταθμού, η πιο ουδέτερη επιλογή θα είναι ο εκπρόσωπος της Ένωσης Προστασίας των Καταναλωτών

3. Επικοινωνώντας με το συνομιλητή για την συνέντευξη

Η αρχική επικοινωνία θα γίνει με το τηλέφωνο. Πρώτα συστηθείτε και στη συνέχεια παρουσιάστε την συνέντευξη που σχεδιάζετε, ξεκαθαρίζοντας ποιο είναι το θέμα και ποια περιμένετε να είναι τα αποτελέσματα από αυτήν την συνέντευξη.

Για να ολοκληρώσετε την επικοινωνία, ρωτήστε το συνομιλητή σας για το που μπορείτε να βρείτε άμεσα κατανοητά στατιστικά στοιχεία για την παρούσα οικονομική κατάσταση και στοιχεία για τις επιπτώσεις της στους απλούς πολίτες.



Σχεδιάζοντας την συνέντευξη

Αφού ολοκληρωθεί και η σχετική έρευνα είναι ώρα να προετοιμαστούν οι ερωτήσεις. Με μία πρώτη ματιά αυτές είναι:

1. Σας παρακαλώ παρουσιάστε τον εαυτό σας
2. Μπορείτε να μας μιλήσετε για την παρούσα κατάσταση της οικονομίας στη χώρα μας;
3. Υπάρχει κάτι που μπορούμε να κάνουμε εμείς ως πολίτες;
4. Πως νομίζετε ότι θα εξελιχθεί η κατάσταση μέσα στον επόμενο χρόνο;
5. Τι κάνει η κυβέρνηση για αυτό;
6. Έχουν αρχίσει οι εργάτες και οι απλοί πολίτες να αισθάνονται τον αντίκτυπο αυτού του γεγονότος;
7. Νομίζετε ότι η κατάσταση θα επιδεινωθεί για τους εργάτες και τους απλούς πολίτες;
8. Ποια είναι τα αίτια αυτής της κατάστασης;
9. Ποιες είναι οι απόρροιες της διεθνοποίησης σε σχέση με την κατάσταση αυτή;

Ας ξαναδούμε αυτές τις ερωτήσεις:

- Σας παρακαλώ παρουσιάστε τον εαυτό σας
- Θα ήταν καλύτερα να επισημάνετε ότι η παρουσίαση πρέπει να είναι σύντομη καθώς πολλοί άνθρωποι έχουν την τάση να μιλάνε αρκετά για τον εαυτό τους.
- Μπορείτε να μας μιλήσετε για την παρούσα κατάσταση της οικονομίας στη χώρα μας;
- Αυτή είναι μία αρκετά ασαφής ερώτηση και μπορεί να οδηγήσει σε απαντήσεις που δεν ταιριάζουν με την οπτική μας γωνία. Η προσθήκη μίας εισαγωγής μπορεί να βοηθήσει στο να επικεντρωθεί ο ομιλητής στην οπτική μας γωνία: Οι τιμές των τροφίμων αυξάνονται, υπάρχει ήδη έλλειψη κάποιων προϊόντων. Μπορείτε να μας μιλήσετε για την οικονομική κατάσταση αυτή τη στιγμή;
- Υπάρχει κάτι που μπορούμε να κάνουμε εμείς ως πολίτες;
- Αυτή είναι μία ερώτηση «κλειστού» τύπου, αλλά είναι πολύ πιθανό ότι ο συνομιλητής θα μπορέσει να αναπτύξει περισσότερο αυτό το θέμα
- Πως νομίζετε ότι θα εξελιχθεί η κατάσταση μέσα στον επόμενο χρόνο;
- Αυτή είναι μία πολύ καλή και σχετική ερώτηση
- Νομίζετε ότι η κατάσταση θα επιδεινωθεί για τους εργάτες και τους απλούς πολίτες;



- Πάλι πρόκειται για μία ερώτηση «κλειστού» τύπου. Σε αυτήν την περίπτωση μπορεί να αναμένουμε μόνο ένα ναι ή όχι με περισσότερες πληροφορίες να ακολουθούν. Στην περίπτωση αυτή θα μπορούσαμε να προσθέσουμε μία δεύτερη ερώτηση για να μας δοθούν περισσότερες πληροφορίες: Με ποιους τρόπους πιστεύετε ότι θα επιδεινωθεί / καλυτερεύσει η κατάσταση;
- Τι κάνει η κυβέρνηση για αυτό;
- Ανάλογα με τις πολιτικές πεποιθήσεις του καλεσμένου σας, μπορεί να χρειαστούν πρόσθετες ερωτήσεις είτε για να πάρετε μια ξεκάθαρη απάντηση, είτε για να χαμηλώσετε τους τόνους.
- Έχουν αρχίσει οι εργάτες και οι απλοί πολίτες να αισθάνονται τον αντίκτυπο αυτού του γεγονότος;
- Πάλι πρόκειται για μία ερώτηση «κλειστού» τύπου. Ο καλεσμένος σας μπορεί να σας να δώσει μία μακροσκελή απάντηση, αλλά μάλλον είναι καλύτερα να διασαφηνίσετε την ερώτηση. Η ερώτηση 2 διερεύνησε τον αντίκτυπο με συντομία, για να αποφύγουμε την επανάληψη θα πρέπει να αναπτύξουμε περισσότερο την ερώτηση. Εκτός από την αύξηση των τιμών και την έλλειψη από την αγορά προϊόντων ποιες άλλες είναι οι επιπτώσεις της οικονομική κατάσταση;
- Ποια είναι τα αίτια αυτής της κατάστασης;
- Αν και η ερώτηση αυτή φαίνεται πολύ σχετική μπορεί να οδηγήσει σε λάθος απαντήσεις. Μία καλή ιδέα θα ήταν να προετοιμάσετε κάποιον τρόπο για να βοηθήσετε τον συνομιλητή σας να εστιάσει καλύτερα στην απάντησή του.
- Είχε επίδραση η διεθνοποίηση της αγοράς σε αυτήν την κατάσταση;
- Αυτή είναι μία πολύ σχετική ερώτηση αλλά αρκετά πλατιά. Όπως παρατηρήσατε είναι στο τέλος της λίστας των ερωτήσεων. Ανάλογα με τον καλεσμένο και την πολιτική του σταθμού μπορεί να μείνει στη θέση αυτή ή να μετακινηθεί πιο ψηλά στη λίστα των ερωτήσεων
- Πριν γίνει ανακατάταξη των ερωτήσεων θα πρέπει να ιεραρχηθούν με βάση την σπουδαιότητά τους. Αυτό είναι μάλλον υποκειμενικό καθώς ο δημοσιογράφος ξέρει ποιες ερωτήσεις θέλει να απαντηθούν στην αρχή που ο καλεσμένος είναι ξεκούραστος. Επίσης η σειρά προτεραιότητας μπορεί να υπαγορευτεί και από την προσωπικότητα του καλεσμένου, καθώς κάποιοι δίνουν μικρότερες απαντήσεις στην αρχή και «ζεσταίνονται» στη συνέχεια κλπ:



Έτσι οι ερωτήσεις διαμορφώνονται τελικά όπως παρακάτω:

1. Σας παρακαλώ πείτε μας δυο λόγια για τον εαυτό σας
2. Οι τιμές των τροφίμων αυξάνονται, υπάρχει ήδη έλλειψη κάποιων προϊόντων. Μπορείτε να μας μιλήσετε για την οικονομική κατάσταση αυτή τη στιγμή;
3. Εκτός από τις τιμές των τροφίμων που αυξάνονται και την έλλειψη κάποιων προϊόντων στην αγορά ποιες είναι οι άμεσες απόρροιες της κατάστασης αυτής σήμερα; Με ποιους τρόπους πιστεύετε ότι θα επιδεινωθεί / καλυτερέψει;
4. Έχουν αρχίσει οι εργάτες και οι απλοί πολίτες να αισθάνονται τον αντίκτυπο αυτού του γεγονότος;
5. Νομίζετε ότι η κατάσταση θα επιδεινωθεί;
6. Τι κάνει η κυβέρνηση για αυτό;
7. Υπάρχει κάτι που μπορούμε να κάνουμε εμείς ως πολίτες;
8. Ποια είναι τα αίτια αυτής της κατάστασης?
9. Είχε επίδραση η διεθνοποίηση της αγοράς σε αυτήν την κατάσταση;



«ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΓΙΑ ΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ»

ΑΣΚΗΣΕΙΣ

ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ		
Θέμα:	Οπτική:	
Καλεσμένος:	Οι ακροατές σας κατά πόσο θα σχετιστούν με το άτομο αυτό;	
Πηγές για το συγκεκριμένο θέμα:		
Ερωτήσεις προετοιμασίας που θα χρησιμοποιήσετε κατά την πρώτη επαφή σας με τον / την καλεσμένο / η σας :		
Περιεχόμενο συνέντευξης και σχέδιο παρουσίασης για να δοθεί στον / στην καλεσμένο / η σας:		
Ερωτήσεις:		
Έλεγχος ερωτήσεων	Ναι	Όχι
<ul style="list-style-type: none">➤ Έχετε πολλές «ανοικτού τύπου» ερωτήσεις;➤ Εάν όχι είναι κάτι που το επιλέξατε;➤ Είναι οι πιο σημαντικές ερωτήσεις στην κορυφή της λίστας σας;➤ Υπάρχουν επαναλαμβανόμενες ερωτήσεις;➤ Κάνετε περισσότερες ερωτήσεις από αυτές που θα σας χρειαστούν;		
Που θα γίνει η συνέντευξη;	Χρειάζονται κάποιοι ήχοι ή ειδικά εφέ;	



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

Εξασφαλίσατε χρόνο για να κάνετε τον / την καλεσμένο / η σας να αισθανθεί άνετα πριν από τη συνέντευξη;	Ναι	Όχι
Ήταν αρκετός ο αριθμός των ερωτήσεων; Αν όχι γιατί;	Ναι	Όχι
Θεωρείτε ότι το θέμα καλύφθηκε ικανοποιητικά;	Ναι	Όχι
Χρησιμοποιήσατε και αυθόρμητες ερωτήσεις που προήλθαν από τις απαντήσεις του / της καλεσμένου / νης σας; Εάν όχι γιατί;	Ναι	Όχι
Ο χώρος όπου έγινε η συνέντευξη ήταν κατάλληλος; Εάν όχι γιατί;	Ναι	Όχι
Παρουσιάσατε τον εαυτό σας στην αρχή της συνέντευξης;	Ναι	Όχι
Ζητήσατε από τον καλεσμένο σας να παρουσιάσει τον εαυτό του / της;	Ναι	Όχι
Ο καλεσμένος σας απέφυγε κάποιες ερωτήσεις;	Ναι	Όχι
Εάν ναι, μπορέσατε να ανακατασκευάσετε τις ερωτήσεις αυτές για να πάρετε κάποιες απαντήσεις;	Ναι	Όχι
Νιώθετε ότι εσείς ελέγχατε την συζήτηση; Εάν όχι γιατί;	Ναι	Όχι
Πιστεύετε ότι ο / η καλεσμένος / η σας ένιωθε άνετα κατά τη διάρκεια της συνέντευξης; Εάν όχι γιατί;	Ναι	Όχι
Ρωτήσατε τον / την καλεσμένη σας για άλλα άτομα με τα οποία θα μπορούσατε να επικοινωνήσετε για το ίδιο θέμα;	Ναι	Όχι
Ζητήσατε από τον καλεσμένο σας να κάνει μία περίληψη των ιδεών του στο τέλος της συνέντευξης;	Ναι	Όχι
Ρωτήσατε τον / την καλεσμένη σας αν έχει κάτι να προσθέσει;	Ναι	Όχι
Άλλα σχόλια για την συνέντευξη		



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

«ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΓΙΑ ΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ»

ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΚΛΕΙΣΤΟΥ ΤΥΠΟΥ	Ερώτηση που μπορεί να απαντηθεί με ναι ή όχι.
ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ	Μία συνάντηση από την οποία απορρέουν πληροφορίες. Συνήθως ακολουθεί την πρακτική των ερωταπαντήσεων. Πολύ σημαντική πρακτική στη ραδιοφωνική δημοσιογραφία
ΕΠΙΣΗΜΑ (ON THE RECORD)	Πληροφορία που μπορεί να χρησιμοποιήσει ο δημοσιογράφος στην τελική του δουλειά
ΑΝΕΠΙΣΗΜΑ (OFF THE RECORD)	Πληροφορία που ΔΕΝ μπορεί να χρησιμοποιήσει ο δημοσιογράφος στην τελική του δουλειά
ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΝΟΙΚΤΟΥ ΤΥΠΟΥ	Ερώτηση η οποία δεν μπορεί να απαντηθεί με ένα απλό ναι ή όχι και χρειάζεται περισσότερη ανάλυση
ΠΗΓΗ	Άτομο που δίνει πληροφορίες σε έναν δημοσιογράφο. Ανάλογη έννοια τον καλεσμένο.



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

3. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΣΤΟ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ



ΕΝΟΤΗΤΑ 3 « ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΣΤΟ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ»

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

Συμμετοχή της κοινότητας στον προγραμματισμό

Η ενότητα αυτή πραγματεύεται το θέμα της συμμετοχής του κοινού στον προγραμματισμό του πολυπολιτισμικού ραδιοφώνου. Το πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο στηρίζεται απόλυτα στην αρχή της συμμετοχής των κοινοτήτων, με την ανάμιξη μελών τους στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και στην καθημερινή λειτουργία του σταθμού καθώς και στον εναρμονισμό του σταθμού με τις πραγματικές ανάγκες των κοινοτήτων.

Τα Πολυπολιτισμικά Μέσα είναι από τα γρηγορότερα αναπτυσσόμενα Μέσα στον κόσμο σήμερα, έχοντας συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που τα διαφοροποιούν από τα δημόσια ή τα εμπορικά Μέσα και η συμμετοχή των κοινοτήτων είναι ένα από τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά διαφοροποίησης.

Οι πολίτες δεν είναι πλέον ευχαριστημένοι να αφήνουν τους άλλους να μιλάνε εκ μέρους τους.

Σε όλον τον κόσμο, θέματα που αφορούν τους πολίτες (όπως το περιβάλλον, το δικαίωμα στην διαφορετικότητα κλπ) αποτέλεσαν την έναρξη κοινωνικών κινημάτων που απαιτούσαν το δικαίωμα να έχουν την δική τους φωνή.

Το πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο πρέπει να προέρχεται από τις κοινότητες και ο προγραμματισμός του θα πρέπει να ελέγχεται από τις κοινότητες. Οι πολίτες θα πρέπει να επωφελούνται από την εύκολη πρόσβαση του πολυπολιτισμικού ραδιοφώνου σε πηγές και υλικό και την ικανότητά του να κάνει το υλικό και τις πηγές προσβάσιμες στο κοινό / πολίτες.

Αυτό σημαίνει ότι το Πολυπολιτισμικό Ραδιόφωνο έχει την υποχρέωση να εξασφαλίζει την ενεργή συμμετοχή των μελών των κοινοτήτων στη διαχείριση του σταθμού, στον προγραμματισμό καθώς και την ενημέρωσή τους για τις δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στον σταθμό.

Οι ίδιες οι κοινότητες είναι η πιο σημαντική πηγή του ΠΡ (προγράμματος). Μέσα από τη συμμετοχή τα μέλη των κοινοτήτων αναπτύσσουν διαδραστικότητα και αλληλεπίδραση με το ΠΡ, το αισθάνονται δικό τους, γεγονός που θα εξασφαλίσει τη συνέχεια του ΠΡ.

Η συμμετοχή των μελών των κοινοτήτων επίσης εξασφαλίζει τη συνεπή προσήλωση του ΠΡ στις ανάγκες των κοινοτήτων που το αποτελούν μέσω του προγραμματικού σχεδιασμού του οποίου:

- Είναι σχετικός με τα προβλήματά τους και ενδιαφέρον για τις κοινότητες



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

- Απαντά σε συγκεκριμένες αναπτυξιακές ανάγκες και ανάγκες πληροφόρησης των κοινοτήτων.

Ποιος συμμετέχει;

Τα μέλη των κοινοτήτων μπορούν να συμμετάσχουν:

- ✓ Ως άτομα
- ✓ Μέσω εκπροσώπων τοπικών οργανώσεων
- ✓ Μέσα από οργανωμένες μονάδες και δομές ακροατών

Επίπεδα συμμετοχής στο πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο

Η συμμετοχή της κοινότητας θα πρέπει να περιλαμβάνει συμμετοχή στο ραδιόφωνο σε διάφορα επίπεδα, από τη λήψη αποφάσεων μέχρι την αποστολή σχολίων και παρατηρήσεων:

- **Συμμετοχή σε δομές λήψης αποφάσεων** όπως το Διοικητικό Συμβούλιο, η επιτροπή προγραμματικού σχεδιασμού, καθώς και άλλες συγκεκριμένες επιτροπές (επιτροπή εξεύρεσης χρηματοδοτήσεων κλπ).
- **Συμμετοχή στη λειτουργία:** η συμμετοχή των κοινοτήτων στην καθημερινή λειτουργία του σταθμού επιτρέπει την ενσωμάτωση των κοινοτήτων στο Πολυπολιτισμικό Ραδιόφωνο και διευκολύνει την ανάπτυξη ενός ραδιοφωνικού «ήχου» που ενδιαφέρει την κοινότητα και συνδέεται μαζί της. Με βοήθεια και εκπαίδευση από το προσωπικό μέλη των κοινοτήτων μπορούν να συμμετάσχουν στην λειτουργία ως παραγωγοί, εκφωνητές και τεχνικοί. Τα πιο πολλά ΠΡ βασίζονται πάρα πολύ στην συμβολή των εθελοντών για τη λειτουργία τους. Μερικά λειτουργούν μόνο με εθελοντές, άλλα έχουν έναν πυρήνα έμμισθων απασχολούμενων που δουλεύουν με μία μεγαλύτερη ομάδα εθελοντών. Μέλη των κοινοτήτων μπορούν επίσης να είναι καλεσμένοι σε εκπομπές.
- **Επηρεάζοντας τον προγραμματισμό:** Τα μέλη των κοινοτήτων συμμετέχουν επίσης στο ΠΡ με τον «παραδοσιακό» τρόπο, ως ακροατές. Αυτό το επιτυγχάνουν μέσα από τις γνώμες, τα σχόλια και τις προτάσεις που κάνουν για τον προγραμματισμό, επίσης μπορούν να δείξουν το κατά πόσο είναι ευχαριστημένοι ή δυσαρεστημένοι με το ΠΡ υποστηρίζοντας ή όχι τις δραστηριότητες του σταθμού.



Ο παρακάτω πίνακας δείχνει τα κύρια επίπεδα συμμετοχής που μπορούν να έχουν οι κοινότητες στη διαδικασία λήψης αποφάσεων:

Απόφαση για προγραμματισμό			Επίπεδο.	Τύποι συμμετοχής
λήψη	υλοποίηση	επιρροή		
X X			1	Τα μέλη των κοινοτήτων αποφασίζουν για τον προγραμματισμό ανά ομάδα λήψης αποφάσεων
	X X		2	Τα μέλη των κοινοτήτων είναι παραγωγοί των προγραμμάτων ή τεχνικοί.
	X X		3	Τα μέλη των κοινοτήτων είναι καλεσμένοι εκπομπών ή οι απόψεις τους έχουν μεταφερθεί με αναμετάδοση.
	X X		4	Τοπικές οργανώσεις κοινοτήτων κοινοποιούν και εξηγούν τις δραστηριότητες τους μέσα από το ραδιόφωνο.
		X X	5	Τα μέλη των κοινοτήτων εκφράζουν τις απόψεις τους μέσα από τηλεφωνήματα και συμμετοχή σε εκπομπές.
		X X X	6	Τα μέλη των κοινοτήτων σε οργανωμένες ομάδες «ακροατών» κάνουν προτάσεις στον σταθμό για τον προγραμματισμό.
		X X	7	Τα μέλη των κοινοτήτων στέλνουν feedback για τον προγραμματισμό με γράμματα ή άλλους τρόπους επικοινωνίας.
		X X X	8	Τα μέλη των κοινοτήτων συμμετέχουν στις έρευνες κοινού απαντώντας σε έρευνες μέτρησης στάσεων κοινού, γκαλόπ κλπ.



Βήματα για την εξασφάλιση της συμμετοχής των κοινοτήτων

- Βεβαιωθείτε ότι τα μέλη των κοινοτήτων γνωρίζουν τον ρόλο που μπορούν να παίξουν στο πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο.
- Βεβαιωθείτε ότι ο προγραμματισμός του σταθμού δίνει έμφαση σε θέματα που ενδιαφέρουν άμεσα τις κοινότητες.
- Βρείτε τρόπους να εμπλέκετε πάντα τις κοινότητες σε δραστηριότητες.
- Κάνετε συχνά έρευνες μέτρησης τάσεων του κοινού.
- Καταγράφετε πάντα όλες τις πληροφορίες και προτάσεις που έρχονται από τις κοινότητες.

Γνωρίστε το κοινό σας

Για να μπορέσετε να **ανταποκριθείτε** στις ανάγκες των κοινοτήτων, θα πρέπει να **ξέρετε ποιες είναι αυτές οι ανάγκες**. Πρέπει να ξέρετε ποιοι ακούνε, πότε ακούνε, τι ακούνε και τι θέλουν και χρειάζονται να ακούσουν.

Αναγνωρίζοντας και ορίζοντας το κοινό σας αποκτάτε ένα σημαντικό εργαλείο για την ανάπτυξη του ιδιαίτερου στυλ και του «ήχου» του σταθμού. Οι έρευνες στάσεων του κοινού επίσης διευκολύνουν την ανάπτυξη ενός προφίλ του ακροατηρίου για τους μελλοντικούς διαφημιστές και χρηματοδότες. Το μεγαλύτερο λάθος που συχνά μπορούμε να κάνουμε είναι να υποθέσουμε ότι γνωρίζουμε ακριβώς ποιοι είναι οι ακροατές μας και τι θέλουν να ακούσουν.

Υπάρχουν δύο ευρείς κατηγορίες δεδομένων που χρειάζεστε για να γνωρίσετε το κοινό σας:

1. Δεδομένα για τον πληθυσμό γενικά
2. Δεδομένα για τους ακροατές σας

Οι συνήθειες των ακροατών αλλάζουν συνέχεια, και για αυτό το λόγο οι έρευνες στάσεων του κοινού και άλλες μορφές συγκέντρωσης δεδομένων θα πρέπει να γίνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα.

Δεδομένα για τον πληθυσμό

Αυτά περιλαμβάνουν πληροφορίες όπως

1. Χαρακτηριστικά της γεωγραφικής περιοχής και του οικονομικού περιβάλλοντος – αυτό βοηθάει στον καθορισμό του ραδιοφωνικού περιβάλλοντος και των αναγκών των τοπικών κοινοτήτων.
2. Προφίλ της κοινωνικής οργάνωσης και των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν ζουν οι κοινότητες.



3. Χαρακτηριστικά του πληθυσμού όπως ηλικία, φύλο, εκπαιδευτικό επίπεδο και εισόδημα.

Η τοπική αυτοδιοίκηση μπορεί να σας δώσει μία ιδέα του δημογραφικού προφίλ των ανθρώπων που διαμένουν στην περιοχή. Πληροφορίες τέτοιου είδους μπορούν επίσης να βρεθούν από την τελευταία εθνική απογραφή και την στατιστική υπηρεσία. Επίσης ΜΚΟ συχνά συλλέγουν στοιχεία από διάφορες πηγές για συγκεκριμένες πληθυσμιακές ομάδες (γυναίκες, νέοι, ηλικιωμένοι κλπ)

Στοιχεία για τους ακροατές

Μαζί με το γενικό προφίλ του πληθυσμού χρειάζεστε πληροφορίες για το **δικό σας** συγκεκριμένο κοινό:

1. Το μέγεθος του κοινού σας: πόσους ακροατές έχετε.
2. Το δημογραφικό τους προφίλ (ηλικία, φύλο, επάγγελμα, εισόδημα κλπ).
3. Τις συνήθειες και προτιμήσεις του κοινού (ώρες που ακούν, προτίμηση σε περιεχόμενο εκπομπών κλπ).

Για να έχετε αυτήν την πληροφορία θα χρειαστεί να κάνετε ή να αποκτήσετε μία **έρευνα τάσεων του κοινού**, να αγοράσετε υπάρχουσα έρευνα από εταιρείες ή και να συνδυάσετε αυτά τα δύο.

1. Μπορείτε να αποκτήσετε μία κλαδική έρευνα στάσεων κοινού (έρευνα που έγινε από μία εταιρεία για όλους τους σταθμούς στην περιοχή) ή αγοράζοντας την προσθήκη συγκεκριμένων ερωτήσεων σε μία γενική έρευνα στην περιοχή σας.
2. Μπορείτε να πληρώσετε για να γίνει μία έρευνα μόνο για το σταθμό σας. Με τον τρόπο αυτό θα πάρετε φυσικά περισσότερες πληροφορίες από μία κλαδική έρευνα, αλλά είναι πιο ακριβός. Το κόστος θα μπορούσε να δικαιολογηθεί αν η κλαδική έρευνα δεν περιέχει πληροφορίες για το πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο. Αυτό δεν είναι χρήσιμο για διαφημιστικούς λόγους αλλά σας επιτρέπει να δημιουργήσετε με επιτυχία εκπομπές με περιεχόμενο και σε χρονική περίοδο που θα απευθύνονται σε συγκεκριμένες ομάδες στόχους του κοινού.
3. Μπορείτε επίσης να κάνετε οι ίδιοι, την δική σας έρευνα κοινού. Αυτή θα είναι μία μη πολυέξοδη λύση αρκεί να έχετε ήδη προσωπικό που μπορεί να κάνει την έρευνα, καθώς τα κυριότερα έξοδα είναι έξοδα προσωπικού. Από την άλλη χρειάζεστε έναν Η/Υ, κατάλληλο λογισμικό και την συμβουλή ενός ειδικού. Ή δική σας έρευνα δεν θα έχει μεγάλη εμπορική αξία γιατί πιθανά οι διαφημιστές να την θεωρήσουν υποκειμενική αλλά είναι ένας πολύ καλός τρόπος να πάρετε λεπτομερείς πληροφορίες που θα βοηθήσουν να βελτιώσετε τις εκπομπές σας.



Παραδείγματα Μεθοδολογιών Ερευνών Κοινού

Η αποτελεσματική έρευνα στάσεων κοινού πιθανά θα συνδυάσει κάποιες από τις παρακάτω μεθόδους:

Εβδομαδιαίο ημερολόγιο

Το εβδομαδιαίο ημερολόγιο είναι μία μέθοδος αυτοκαταγραφής που χρησιμοποιείται συχνά σε όλον τον κόσμο με σκοπό την μελέτη του ραδιοφωνικού κοινού. Από τους συμμετέχοντες ζητείται να καταγράφουν για μία εβδομάδα κάθε μέρα τι ακούνε, ποιόν ραδιοφωνικό σταθμό, τι ώρα και που τον ακούνε (στη δουλειά, στο σπίτι, στο αυτοκίνητο κλπ)

Η μέθοδος αυτή μπορεί να χρησιμοποιηθεί και με αναλφάβητους συμμετέχοντες αρκεί να υπάρξει κάποιος άλλος (μέλος της οικογένειας, γείτονας κλπ) που θα γράφει τις απαντήσεις.

Πλεονεκτήματα

1. Επειδή οι συμμετέχοντες συμπληρώνουν το ημερολόγιο ενώ ακούν ή αμέσως μετά, δεν προσπαθούν να θυμηθούν (συχνά λανθασμένα) συνήθειες που είχαν στο παρελθόν.
2. Επειδή οι συμμετέχοντες παρέχουν πληροφορίες για μία χρονική περίοδο επτά ημερών μπορεί να υπολογιστεί η εβδομαδιαία συγκέντρωση ακροατών καθώς και η εβδομαδιαία συχνότητα ακρόασης
3. Υπάρχουν ξεχωριστά και συγκριτικά στοιχεία για την κάθε μέρα της εβδομάδας.



Μειονεκτήματα

1. Η μέθοδος βασίζεται στην συνεργασία των συμμετεχόντων και στη δέσμευσή τους να καταγράφουν τι ακούνε άμεσα και σωστά. Στην πραγματικότητα οι συμμετέχοντες μπορεί να ξεχάσουν να καταγράψουν τι ακούν ή να κάνουν την καταγραφή αργότερα (αν και αυτό δεν είναι πολύ σημαντικό πρόβλημα).
2. «Απρόβλεπτα» γεγονότα μπορούν να επηρεάσουν τις συνήθειες των ακροατών, Για παράδειγμα περισσότεροι άνθρωποι μπορεί να ακούσουν τις ειδήσεις εάν γίνονται εκλογές ή έχει συμβεί κάποια φυσική καταστροφή. Για να περιοριστεί η επίδραση των απρόβλεπτων γεγονότων στην έρευνα του κοινού, καλό θα ήταν να μην εξετάζετε όλους τους συμμετέχοντες για την ίδια εβδομάδα.

Τηλεφωνικές συνεντεύξεις

Η τηλεφωνική έρευνα είναι μία αποδεκτή μέθοδος έρευνας των τάσεων του ραδιοφωνικού κοινού, αλλά έχει κάποιους περιορισμούς.

Πλεονεκτήματα

1. Είναι φτηνότερες από τις προσωπικές συνεντεύξεις.
2. Οι τηλεφωνικές έρευνες δεν απαιτούν πολύ χρόνο για την συμπλήρωσή τους.

Μειονεκτήματα

1. Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να έχουν τηλέφωνο.
2. Επαφίεται στη μνήμη και για αυτό μπορεί να είναι λανθασμένη. Δεν μπορούμε να περιμένουμε ότι οι συμμετέχοντες θα θυμούνται σωστά για πάνω από μία μέρα.
3. Εκείνοι που παίρνουν την συνέντευξη μπορεί να είναι υποκειμενικοί και να επηρεάσουν τους συμμετέχοντες



Αποστολή ερωτηματολογίων

Αυτή η μέθοδος έρευνας συνιστά την αποστολή ερωτηματολογίων σε ένα δείγμα πιθανών συμμετεχόντων.

Πλεονεκτήματα

1. Είναι σχετικά ανέξοδο, με την προϋπόθεση ότι επιτυγχάνεται ένα σχετικά υψηλό ποσοστό απαντήσεων (π.χ. Αρκετοί άνθρωποι απαντούν στο ερωτηματολόγιο).
2. Η υποκειμενικότητα αυτών που διεξάγουν την έρευνα δεν μπορεί να επηρεάσει τους συμμετέχοντες.
3. Η γεωγραφική κατανομή του δείγματος δεν επηρεάζει το κόστος. Τα ερωτηματολόγια με το ταχυδρομείο μπορούν να προσεγγίσουν ένα πιο διάσπαρτο γεωγραφικά δείγμα, με το ίδιο κόστος που θα είχε η έρευνα σε μία πολύ μικρότερη περιοχή.

Μειονεκτήματα

1. Το πιο μεγάλο μειονέκτημα της μεθόδου αυτής είναι το χαμηλό ποσοστό ανταπόκρισης- πολλοί άνθρωποι δεν επιστρέφουν τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια
2. Περιορίζεται σε συμμετέχοντες με κάποιο επίπεδο εκπαίδευσης (δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί εύκολα από αναλφάβητους).
3. Επειδή το ερωτηματολόγιο είναι το μόνο μέσο επικοινωνίας είναι εύκολο να δημιουργηθούν παρεξηγήσεις. Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου, layout, φόρμα καθώς και η διατύπωση των ερωτήσεων είναι πολύ σημαντικά
4. Επαφίεται στην αξιοπιστία του ταχυδρομείου ή του διαδικτύου (σε περίπτωση αποστολής με ηλεκτρονικά μέσα).



Τηλεφωνήματα ακροατών, ομάδες ακροατών και οργανώσεις κοινοτήτων

Υπάρχουν χρήσιμες πληροφορίες στα σχόλια που λαμβάνετε από το κοινό σας.

1. Πολλοί Πολυπολιτισμικοί σταθμοί βασίζονται για την μέτρηση της συμμετοχής και των αναγκών του κοινού τους, στα τηλεφωνήματα που δέχονται.
2. Υπάρχουν ακόμα οι ομάδες ακροατών που σχηματίστηκαν από ανθρώπους με κοινά ενδιαφέροντα, με σκοπό να υποστηρίξουν το πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο.

Πλεονεκτήματα

1. Το να βασίζεστε σε τηλεφωνήματα ακροατών και σε οργανωμένες ομάδες ακροατών σας επιτρέπει να προσδιορίσετε καλύτερα το κοινό σας. Αυτό συντελεί στο να υπηρετείτε καλύτερα και να επεκτείνετε το κοινό σας.
2. Βοηθάει στην επίτευξη στόχων που μπορούν να επιφέρουν αλλαγές στο ευρύτερο κοινωνικό πλαίσιο.
3. Προωθεί την εκπροσώπηση των κοινοτήτων στον σταθμό και του σταθμού στις κοινότητες.

Μειονεκτήματα

1. Δεν αντιπροσωπεύουν πάντα τον μέσο ακροατή. Μπορεί επίσης να αποκλείσει ακροατές που δεν έχουν τηλέφωνο.
2. Αυτή η μέθοδος από μόνη της δεν είναι αρκετή να καταγράψει τη συμμετοχή του κοινού ή να καθορίσει τις ανάγκες του.



ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΣΤΟ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΑΣΚΗΣΕΙΣ

ΑΣΚΗΣΗ 1

Συζητήστε τον καλύτερο τρόπο να εξασφαλίσετε τη συμμετοχή του κοινού:

1. Στη διαδικασία λήψης αποφάσεων για τα περιεχόμενα
2. Στη λειτουργία
3. Επιρροή στην διαμόρφωση της ροής του προγράμματος

ΑΣΚΗΣΗ 2

Διευκρινίστε ποιο θα πρέπει να είναι το κοινό στο οποίο θα πρέπει να απευθυνθεί το πολυπολιτισμικό ραδιόφωνό σας, ώστε να εκπληρώνει τους σκοπούς του.

ΑΣΚΗΣΗ 3

Τι ερωτήσεις μπορείτε να κάνετε για να μάθετε περισσότερα για το κοινό σας και τις ανάγκες του;



ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΣΤΟ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ

ΚΟΙΝΟ	Ο αριθμός και τα είδη των ανθρώπων που ακούνε μία ραδιοφωνική εκπομπή, κατανεμημένοι κατά ηλικία, φύλλο, εισόδημα κλπ
ΕΡΕΥΝΑ / ΜΕΛΕΤΗ ΚΟΙΝΟΥ	Η συλλογή πληροφοριών για το κοινό - στόχος.
ΚΑΛΥΨΗ	Το ποσοστό των ακροατών / ανά κατοικία που μπορούν να ακούσουν ένα σταθμό γιατί βρίσκονται εντός της εμβέλειας εκπομπής του.
ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΑΚΡΟΑΤΩΝ	Κάποια πολυπολιτισμικά ραδιόφωνα οργανώνουν τους ακροατές τους σε ομάδες. Οι ομάδες μπορεί να αποτελούνται από ακροατές που έχουν κοινά ενδιαφέροντα ή βρίσκονται στην ίδια περιοχή κλπ
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ	<p>Το να παίρνεις μέρος με όποιο βαθμό προσφοράς σε διάφορες οργανώσεις ή δομές.</p> <p>Η συμμετοχή μπορεί να είναι ολική (συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων) ή μερική (εφαρμογή αποφάσεων, άσκηση επιρροής στη λήψη των αποφάσεων).</p>
ΜΗΧΑΝΗΜΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΤΗΛΕΘΕΑΣΗΣ	<p>Ηλεκτρονική μηχανή μέτρησης συνδεδεμένη με τηλεοπτικό δέκτη που μετράει τη διάρκεια λειτουργίας του τηλεοπτικού δέκτη, ποια κανάλια παρακολουθούν, τι ώρες και την διάρκεια που μένει κάποιος συντονισμένος, καθώς επίσης συγκεντρώνει και δημογραφικά στοιχεία (ποιος παρακολουθεί). Οι κάτοικοι του συγκεκριμένου σπιτιού καθώς και οι επισκέπτες πατούν συγκεκριμένα κουμπιά για να δηλώσουν την ταυτότητά τους.</p> <p>http://www.nielsenmedia.com/glossary/terms/P/P.html</p>
ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ	Μέθοδος αυτό - καταγραφής σε ημερολόγιο που χρησιμοποιείται για να βρεθούν στοιχεία για το ραδιοφωνικό κοινό.
ΚΟΙΝΟ-ΣΤΟΧΟΣ	Το επιθυμητό ή στοχευμένο κοινό ενός συγκεκριμένου προγράμματος.



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

4. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΗΧΟΥ



ΕΝΟΤΗΤΑ 4 «ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΥ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΗΧΟΥ»

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Έχετε ακούσει για τα αρχεία wav, MP3 και RealAudio. Ξέρετε ότι έχουν να κάνουν με τον ήχο αλλά δεν ξέρετε πολλά πέρα από αυτό. Αυτή η ενότητα έχει σκοπό να σας δώσει μερικές βασικές πληροφορίες για τον ψηφιακό ήχο – θα μιλήσουμε πολύ για μορφές αρχείων ήχου, καθώς και πως μπορείτε να τις χρησιμοποιήσετε και πως να κοιτάξετε για περισσότερες πληροφορίες πάνω σε αυτό το θέμα.

Είδη αρχείων ήχου

Υπάρχουν δύο βασικές παράμετροι που πρέπει να σκέφτεστε όταν δουλεύετε με ψηφιακό ήχο: ποιότητα ήχου και μέγεθος αρχείου ήχου.

Η ποιότητα του ήχου πρέπει να σας απασχολεί έντονα όταν έχετε σκοπό να εκπέμψετε το πρόγραμμά σας στην μπάντα των FM ή των βραχέων.

Εάν δημιουργείτε ήχο για να τον χρησιμοποιήσετε στο διαδίκτυο, ή σε κάποια ιστοσελίδα, το μέγεθος του αρχείου θα πρέπει να σας ανησυχεί περισσότερο.

Καθώς το μέγεθος ενός αρχείου ήχου επηρεάζει την απόδοση του υπολογιστή σας – μεγάλα αρχεία ήχου καταλαμβάνουν πολύ χώρο στον σκληρό δίσκο και χρειάζονται πολύ εικονική μνήμη για να παιχτούν.

Υπάρχουν και άλλες ρυθμίσεις που επηρεάζουν την ποιότητα του ήχου και το μέγεθος του αρχείου ενός αρχείου ψηφιακού ήχου (όπως το μήκος του ηχητικού κύματος και οι επιλογές ψηφιοποίησης), για τα οποία θα μάθετε περισσότερα όταν ασχοληθούμε με τον ψηφιακό ήχο πιο εκτεταμένα.

Οι δύο αυτές παράμετροι είναι αλληλεξαρτούμενες, όσο καλύτερη είναι η ποιότητα του ήχου τόσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος του αρχείου, γεγονός που αποτελούσε μία πραγματική πρόκληση για εκείνους που θελαν να παράξουν μικρά αρχεία ήχου αλλά χωρίς να συμβιβαστούν με χαμηλή ποιότητα ήχου.

Για το λόγο αυτό άτομα και εταιρείες προσπάθησαν να δημιουργήσουν μορφές ψηφιακών αρχείων που θα διατηρούσαν την ποιότητα του αρχικού ήχου, ενώ θα μείωναν το μέγεθός του. Και αυτό μας οδήγησε στα τρία πιο συνηθισμένα αρχεία ήχου: wav, MP3 and RealAudio.

✦ Αρχεία wav

Όταν κάνετε εισαγωγή ακουστικού υλικού στον υπολογιστή σας, είναι πολύ πιθανό ως επιλογή συστήματος, να σώζετε το ψηφιακό σας αρχείο ως wav. Τα αρχεία wav είναι μορφές αρχείων ήχου που αναπτύχθηκαν και ανήκουν στην



Microsoft και είναι η πιο κοινή μορφή αρχείου για την αποθήκευση ηχητικών σημάτων.

Αντίθετα με τα MP3 και άλλα συμπυκνωμένα αρχεία, στην μορφή wav τα δείγματα ήχου αποθηκεύονται «ακατέργαστα» δηλ. χωρίς να χρειάζονται άλλη προ-επεξεργασία πέρα από το φορμάρισμα των δεδομένων. Για το λόγο αυτό, επειδή αποθηκεύουν ακατέργαστο ήχο, το μέγεθος τους μπορεί να είναι αρκετά megabytes.

Το wav αρχείο διατηρεί την ποιότητα του αρχικού ήχου. Πράγμα που σημαίνει ότι αν μία συνέντευξη μαγνητοφωνηθεί με την υψηλότερη ποιότητα ήχου, η ποιότητα του wav αρχείου θα είναι επίσης υψηλή. Για αυτό το λόγο πολλοί ραδιοφωνικοί σταθμοί χρησιμοποιούν wav αρχεία για την εκπομπή τους στις μεσαίες συχνότητες (FM).

Λόγω του μεγέθους τους τα wav αρχεία δεν ενδείκνυται για να χρησιμοποιηθούν στο διαδίκτυο. Είναι δύσκολο επίσης να χρησιμοποιηθούν για αρχειοποίηση ήχου, γιατί απαιτούν πολύ μεγάλο χώρο αποθήκευσης (εκτός κι αν ο χώρος αποθήκευσης δεν είναι πρόβλημα).

Εάν θέλετε να μειώσετε το μέγεθος ενός wav αρχείου αλλά να διατηρήσετε την ποιότητα του ήχου όσο το δυνατόν περισσότερο, μπορείτε να το μετατρέψετε σε MP3 ή RealAudio αρχείο.

✦ MP3

Τα αρχεία MP3 γίνονται πολύ γρήγορα τα πρότυπα αρχεία για την ανταλλαγή αρχείων ήχου στο διαδίκτυο. Αυτό συμβαίνει επειδή τα αρχεία ήχου υπόκεινται σε υψηλή συμπίεση ενώ ταυτόχρονα διατηρούν ένα υψηλό επίπεδο ποιότητας ήχου. Για παράδειγμα ένα ακατέργαστο αρχείο ήχου 36 MB μπορεί να γίνει ένας υψηλής ποιότητας MP3 3,6 MB. Μπορούν να χωρέσουν περίπου 10 συνεχόμενες ώρες MP3 σε ένα CD (στο οποίο μπορεί να αποθηκευτεί συνήθως, μόνο μία περίπου ώρα μη συμπιεσμένου ήχου).

Για τα MP3 χρησιμοποιείται η «αντιληπτική» κωδικοποίηση, που σημαίνει ότι μόνο οι ήχοι που μπορεί κάποιος να ακούσει σώζονται, ενώ οι ήχοι που δεν μπορούν να γίνουν αντιληπτοί από το ανθρώπινο αυτί δεν σώζονται. Έτσι τα MP3 είναι μικρότερα σε μέγεθος αλλά διατηρούν πολύ υψηλή ποιότητα.

Η λέξη MP3 είναι η συντομογραφία της λέξεως "MPEG Layer-3". Το ακρώνυμο MPEG σημαίνει "Moving Picture Experts Group" και αναφέρεται στους ειδικούς που ανέπτυξαν το MPEG – μία σειρά προτύπων για την ψηφιοποίηση εικόνας και ήχου.

Το MPEG Layer-3 είναι μέρος του προτύπου MPEG standard που περιγράφει πως να δημιουργηθεί και να αποθηκευτεί υψηλής ποιότητας ήχος σε έναν υπολογιστή χρησιμοποιώντας πολύ λίγο χώρο και πως να γίνει η αναπαραγωγή του με πολύ μεγάλη πιστότητα. Τα ηχητικά αρχεία MPEG Layer-3 συχνά ονομάζονται απλά "MP3", γιατί κάθε αρχείο .mp3.

✦ RealAudio

Το RealAudio αναπτύχθηκε από την εταιρεία λογισμικού Real Networks το 1995. Ήταν μία από τις πρώτες μορφές αρχείων ήχου και παραμένει μία από τις πιο δημοφιλείς και ευέλικτες μορφές αρχείων ήχου που χρησιμοποιούνται ακόμα σήμερα.

Ανέπτυξαν έναν τρόπο «streaming» του RealAudio – που σημαίνει ότι το αρχείο ήχου αρχίζει να αναπαράγει τον ήχο ενώ μεταφορτώνεται. Αυτό σημαίνει



ότι δεν χρειάζεται να περιμένετε να μεταφορτωθεί όλο το αρχείο για να το ακούσετε (και έτσι είναι πιο γρήγορο και ευκολότερα προσβάσιμο). Αλλά υπάρχει ένα μειονέκτημα για αυτό τον τρόπο “streaming”: προϋποθέτει ότι η σύνδεσή σας στο διαδίκτυο θα πρέπει να είναι συνεχής και αν η σύνδεσή σας πέσει ενώ ακούτε θα μειωθεί επίσης και η οπτική σας σύνδεση. Θα αναγνωρίσετε το RealAudio από αυτές τις καταλήξεις: .ra, .ram, .rm.

Τι χρειάζεστε για να ακούσετε και να δημιουργήσετε ψηφιακό ήχο


Η ίδια η διαδικασία του να παράγετε ένα ηχητικό αρχείο δεν είναι πολύπλοκη, αρκεί να έχετε όλον τον εξοπλισμό και τα λογισμικά που χρειάζεστε. Για να σας βοηθήσουμε να βρείτε τα κατάλληλα εργαλεία θα σας κάνουμε κάποιες προτάσεις πάνω στο ποιόν εξοπλισμό να αγοράσετε και πού να βρείτε το λογισμικό για να ακούσετε και να επεξεργαστείτε ηχητικούς φακέλους.

Εξοπλισμός


Για να αναπαράγετε RealAudio ή MP3 αρχεία ήχου στον υπολογιστή σας με αποδεκτή ποιότητα θα χρειαστείτε υπολογιστή με κάποιες συγκεκριμένες τεχνικές προδιαγραφές.

□ Εξοπλισμός Sound support

Οι περισσότεροι καινούργιοι Η/Υ υποστηρίζουν ήχο 16 bit. Ελέγξτε στο πίσω μέρος του Η/Υ σας και βρείτε τα ακόλουθα:

«είσοδος ήχου» ,

«είσοδος μικροφώνου»  και

«έξοδος ήχου» .

Αυτές είναι τα ορατά μέρη της κάρτας ήχου σας.

Αν δεν μπορείτε να τα βρείτε τότε χρειάζεται να αγοράσετε μία κάρτα ήχου.

Εάν ο Η/Υ σας δεν υποστηρίζει ήχο 16 bit τότε πρέπει να αγοράσετε και να εγκαταστήσετε μία φτηνή κάρτα ήχου, πριν μπορέσετε να παίξετε RealAudio ή MP3 ήχους.

Μία καλή κάρτα ήχου επηρεάζει την ποιότητα του ήχου που επεξεργαζόμαστε. Όσο πιο καλή είναι η κάρτα ήχου τόσο πιο καλός είναι ο παραγόμενος ήχος.

Μπορεί επίσης να χρειαστείτε μεγάφωνα για να ακούσετε τον ήχο αν δεν έχετε ενσωματωμένα μεγάφωνα στον Η/Υ σας. Ακόμα κι αν έχετε ενσωματωμένα μεγάφωνα είναι καλή ιδέα να αγοράσετε εξωτερικά γιατί θα έχετε καλύτερη ακουστικότητα και καλύτερο έλεγχο της έντασης.

□ Κεντρική μονάδα υπολογιστή

Όσο πιο γρήγορος είναι ο επεξεργαστής σας, τόσο πιο εύκολο θα είναι να παίξετε τα αρχεία ήχων σας. Για να παίξετε αρχεία ψηφιακού ήχου χρειάζεστε το λιγότερο έναν επεξεργαστή Pentium 900 Mhz.



□ Μνήμη τυχαίας προσπέλασης (RAM)

Ιδανικά πρέπει να έχετε παραπάνω από 128MB ψηφιακής μνήμης. Μπορείτε να δουλέψετε και με μικρότερη αλλά θα είναι αργή η διαδικασία.

□ Αποθήκευση

Κάθε ψηφιακός ήχος με ποιότητα ήχου για εκπομπή μπορεί να χρειάζεται (για παράδειγμα ένας ήχος wav) μερικά megabytes για να αποθηκευτεί. Από τη στιγμή που θα έχετε ολοκληρώσει την επεξεργασία μπορείτε να τον σβήσετε από τον Η/Υ σας, και να ελευθερώσετε χώρο με το να τον αντιγράψετε είτε σε οπτικούς δίσκους ή σε dvd ή σε οποιοσδήποτε άλλο αποθηκευτικό μηχανισμό. Όσο πιο πολύ χώρο έχετε διαθέσιμο στον σκληρό σας δίσκο τόσο πιο πολλά πράγματα θα μπορείτε να κάνετε με τον υπολογιστή σας. Είναι καλό να έχετε μεταξύ 800 MB και 1 GB ελεύθερο χώρο στον σκληρό σας δίσκο.

□ Modem/ Σύνδεση στο διαδίκτυο

Εάν θέλετε να ακούσετε ήχο μέσω του διαδικτύου (ήχος που είναι σε κάποια ιστοσελίδα, ή κάποιο διαδικτυακό ραδιοφωνικό σταθμό κλπ) χρειάζεστε ένα modem ή μία σύνδεση με το διαδίκτυο γενικά.

Ο κανόνας είναι απλός: όσο πιο γρήγορη είναι η σύνδεσή σας στο διαδίκτυο τόσο γρήγορα θα λάβετε ή θα «κατεβάσετε» το αρχείο ήχου. Καθώς τα αρχεία ήχου όσο και να συμπιχθούν είναι πάντα μεγαλύτερα από τα αρχεία κειμένου είναι καλό να έχετε μία γρήγορη σύνδεση.

Γρηγορότερες συνδέσεις στο διαδίκτυο θα μειώσουν τον χρόνο που πρέπει να είστε συνδεδεμένοι και τελικά θα είναι πιο συμφέρουσες πιο οικονομικές από άλλες αργές συνδέσεις.

□ Λογισμικό

Τα διαφορετικά λογισμικά τα χρειάζεστε για να παίξετε, και να επεξεργαστείτε τα αρχεία ψηφιακού ήχου. Σε αυτό το σημείο σας προτείνουμε κάποιες ιστοσελίδες από όπου μπορείτε να βρείτε ελεύθερο λογισμικό και για MP3 και για RealAudio.

Λογισμικό για να ακούσετε MP3

Είτε ακούτε ένα αρχείο MP3 στο διαδίκτυο, είτε πρέπει να το αποθηκεύσετε στον σκληρό σας, θα χρειαστείτε κάποιο λογισμικό για να το ακούσετε. Θα χρειαστείτε ένα λογισμικό αναπαραγωγής πολυμέσων, με δυνατότητα αναπαραγωγής αρχείων σε κωδικοποίηση MP3.



Εάν το λειτουργικό σας σύστημα είναι Windows, ελέγξτε αν έχετε ήδη εγκατεστημένο το Windows Media Player (Πατήστε το κουμπί «έναρξη», μετά «προγράμματα» > «βοηθήματα» > «διασκέδαση»). Εξαρτάται από το πόσο συχνά θέλετε να αναπαράγετε μουσική σε κωδικοποίηση MP3 αν αυτό θα είναι το μόνο λογισμικό που



θα χρειαστείτε, Αν το λειτουργικό σας σύστημα δεν έχει εγκατεστημένο λογισμικό αναπαραγωγής ή αν θέλετε να έχετε περισσότερες λειτουργίες τότε πρέπει να εγκαταστήσετε ένα ειδικό λογισμικό αναπαραγωγής MP3

Πηγαίνετε στην ιστοσελίδα <http://www.mp3.com/> και εγκαταστήστε ένα λογισμικό από εκεί.

Άλλα γνωστά λογισμικά αναπαραγωγής πολυμέσων σε κωδικοποίηση MP3 είναι:

Winamp – Ένα από τα πιο γνωστά shareware

Windows Media Player – Εάν δεν το έχετε ήδη σαν εφαρμογή των Windows μπορείτε να το βρείτε από την ιστοσελίδα

<http://www.microsoft.com/downloads/>

VLC Media Player – Εάν δεν το έχετε ήδη σαν εφαρμογή των Windows μπορείτε να το βρείτε από την ιστοσελίδα

http://vlc_media_player.el.downloadastro.com/

Πηγές ελεύθερου λογισμικού αναπαραγωγής αρχείων MP3 για λειτουργικά συστήματα Linux/Unix

Το Xmms είναι ένα λογισμικό αναπαραγωγής MP3 με όλες τις λειτουργίες και με διεπιφάνεια ανάλογη με του Winamp. Το Xmms μπορεί να επεξεργαστεί αρχεία MP3, λίστες αναπαραγωγής, περιεχόμενα συνεχούς ροής και άλλες ηχητικές πηγές όπως CD με επιτυχία - <http://www.xmms.org/>

Λογισμικό για την αναπαραγωγή αρχείων σε κωδικοποίηση RealAudio

Για τα αρχεία RealAudio, υπάρχει μόνο ένας λογισμικό αναπαραγωγής από την εταιρεία RealNetworks. Για να εγκαταστήσετε το ελεύθερο προς χρήση λογισμικό τους πηγαίνετε στην ιστοσελίδα <http://www.real.com/>. Πατήστε στο κουμπί download button και ακολουθήστε τις οδηγίες για την εγκατάσταση.

Οι καινούργιες εκδόσεις λογισμικού αναπαραγωγής RealAudio μπορούν να αναπαραγάγουν και άλλες μορφές αρχείων ήχου καθώς και MP3.

Λογισμικά για την επεξεργασία αρχείων ήχου

Τα αρχεία ήχου μπορείτε να τα επεξεργαστείτε με τον ίδιο τρόπο όπως ένα αρχείο κειμένου (Word Document), μπορείτε να κόψετε και να επικολλήσετε μέρη, να μετακινήσετε μέρη ήχου και μπορείτε να μετατρέψετε το αρχείο σε MP3 ή RealAudio. Όλα αυτά μπορούν να γίνουν με λογισμικά επεξεργασίας ήχου όπως το Sound Forge ή το CoolEdit.

Επίσης μπορεί να θέλετε να μετατρέψετε το ηχητικό υλικό σας (από μία κασέτα, οπτικό δίσκο ή minidisk) σε ψηφιακό αρχείο σε κωδικοποίηση MP3 ή RealAudio χωρίς να χρειαστεί να το επεξεργαστείτε στον Η/Υ σας. Για τον σκοπό αυτό θα χρειαστείτε μόνο μετατροπείς (encoders και rippers)

Πριν ενθουσιαστείτε με τις προοπτικές από την επεξεργασία ψηφιακών αρχείων ήχου, να θυμάστε ότι δεν θα μπορέσετε να βελτιώσετε σημαντικά την ποιότητα του ήχου σας χρησιμοποιώντας λογισμικά μετατροπής κωδικοποίησης ή λογισμικά επεξεργασίας. Η διαδικασία κωδικοποίησης έχει να κάνει μόνο με την διατήρηση της ποιότητας του ήχου ενώ παράλληλα μειώνει το μέγεθος του



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

αρχείου, ενώ τα λογισμικά επεξεργασίας μπορούν να βελτιώσουν την ποιότητα του ήχου, βέβαια μέχρι κάποιο σημείο. Αν η αρχική ηχογράφηση είναι χαμηλής ποιότητας και με πολύ παραμόρφωση δεν θα μπορέσετε να τη βελτιώσετε πολύ.



□ Μετατροπείς / κωδικοποιητές για MP3 (encoders και rippers)

Για να κάνετε τα δικά σας MP3 αρχεία θα χρειαστείτε μετατροπείς και κωδικοποιητές (encoders και rippers) τους οποίους μπορείτε να βρείτε στο διαδίκτυο. Τα λογισμικά Rippers δεν θα σας αφήσουν να επεξεργαστείτε τα αρχεία ήχου στον υπολογιστή σας, οπότε είναι χρήσιμα μόνο αν έχετε τα τελικά αρχεία ήχου έτοιμα στον Η/Υ σας.

Τα λογισμικά Rippers σας επιτρέπουν να ηχογραφήσετε και να κωδικοποιήσετε αρχείο ήχου σε MP3 κατευθείαν από τη συσκευή μαγνητικών μέσων αποθήκευσης δεδομένων (CD Rom drive) την εισαγωγή του ήχου (audio line-in) και την εισαγωγή του μικροφώνου (mic-in).

Λογισμικά Rippers ελεύθερα για χρήση βρίσκονται πολλά στο διαδίκτυο. Το πρόβλημα είναι ότι αλλάζουν συνέχεια και συχνά είναι δύσκολο να βρει κανείς λογισμικό με πλήρη λειτουργική αξιοπιστία. Τις περισσότερες φορές πρέπει να πληρώσετε για να πάρετε την πλήρως λειτουργική έκδοση (full version). Εάν όμως είστε αποφασισμένοι να βρείτε ελεύθερο προς χρήση λογισμικό κάντε έρευνα στο διαδίκτυο για “MP3 rippers and encoders” και τελικά θα βρείτε αξιόπιστα λογισμικά.

Τα MusicMatch Jukebox και Audiograbber λογισμικά χρησιμοποιούνται για την μετατροπή ήδη υπαρχόντων αρχείων ήχου. Επίσης κάντε έρευνα για το Streambox Ripper – μπορείτε να το χρησιμοποιήσετε για να μετατρέψετε τα περισσότερα ψηφιακά αρχεία ήχου σε κωδικοποίηση MP3 ή wav. Δυστυχώς δεν μπορείτε να εισάγετε απευθείας ήχο από περιφερειακή συσκευή στο Streambox – μετατρέπει μόνο τους ήχους από το CD ROM σας ή ήχους ήδη αποθηκευμένους στον σκληρό σας δίσκο.

□ Μετατροπείς κωδικοποίησης για RealAudio

Για την κωδικοποίηση σε RealAudio, θα χρειαστείτε ένα μετατροπέα κωδικοποίησης που παράγεται από την RealNetworks. Το λογισμικό RealEncoder είναι ένα παλιός μετατροπέας κωδικοποίησης που μπορείτε να βρείτε πολύ εύκολα στο διαδίκτυο – απλά κάντε έρευνα με το Google.

Η RealNetworks όμως παράγει και ένα καινούργιο λογισμικό που ονομάζεται Helix Producer Basic, το οποίο έχει όλες τις βασικές λειτουργίες του RealEncoder αλλά και μερικά καινούργια και πολύ ενδιαφέροντα πρόσθετα χαρακτηριστικά. Δυστυχώς ενώ μπορείτε να χρησιμοποιήσετε την έκδοση περιορισμένων εφαρμογών (trial version) για να κωδικοποιήσετε το αρχείο ήχου σας, δεν σας επιτρέπει να αποθηκεύσετε την τελική δουλειά σας- πρέπει να αγοράσετε την λειτουργική έκδοση του λογισμικού για να μπορέσετε να μετατρέψετε την κωδικοποίηση, να επεξεργαστείτε το αρχείο ήχου σας και να αποθηκεύσετε το αποτέλεσμα στον υπολογιστή σας.

□ Λογισμικό μετατροπής

Μπορεί να χρειαστεί να μετατρέψετε τα αρχεία RealAudio ή wav σε MP3. Υπάρχουν πολλά τέτοια λογισμικά στο διαδίκτυο. Έχουμε ήδη αναφέρει τα Musicmatch Jukebox και Streambox. Υπάρχει ακόμα το Audiograbber.



Κάποιες φορές αυτά τα πακέτα λογισμικού δεν διατίθενται για ελεύθερη χρήση- όμως ότι υπάρχει στο διαδίκτυο αλλάζει συνέχεια. Ο καλύτερος τρόπος να βρείτε το κατάλληλο λογισμικό είναι να κάνετε έρευνα χρησιμοποιώντας τις κατάλληλες λέξεις «κλειδιά» όπως "wav2mp3", "ra2mp3" ή "ra2wav". Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας θα είναι μία λίστα με ιστοσελίδες όπου μπορείτε να βρείτε πληροφορίες για το λογισμικό μετατροπής ή για το πακέτο λογισμικού μετατροπής.

▣ Λογισμικό επεξεργασίας ήχου

Τα περισσότερα από τα ελεύθερα προς χρήση λογισμικά rippers και encoders δεν μπορείτε να τα χρησιμοποιήσετε και για επεξεργασία ήχου- μπορούν απλά με μετατρέψουν την κωδικοποίηση ενός ήδη επεξεργασμένου αρχείου. Κάποια από αυτά δεν μπορούν να κάνουν εισαγωγή του ήχου από κάποια εξωτερική πηγή- μπορούν μόνο να μετατρέψουν την κωδικοποίηση των ήχων που υπάρχουν ήδη στο CD Rom ή τον σκληρό σας δίσκο.

Για να ξεπεράσετε αυτό το πρόβλημα, πρέπει να χρησιμοποιήσετε ένα πακέτο λογισμικού για επεξεργασία του ήχου. Δεν είναι σχεδόν ποτέ λογισμικά ελεύθερα προς χρήση αλλά συμπεριλαμβάνουν σε ένα πακέτο όλες τις λειτουργίες επιτρέποντάς σας να ψηφιοποιήσετε, να επεξεργαστείτε και να μετατρέψετε την κωδικοποίηση του ήχου σας σε όποια μορφή επιθυμείτε.

Μπορείτε να βρείτε και να «φορτώσετε» την δοκιμαστική έκδοση του Cool Edit από την ιστοσελίδα <http://www.syntrillium.com/> ή του SoundForge από <http://www.sonicfoundry.com/>,

Αλλά σίγουρα θα έχει σοβαρούς περιορισμούς στη χρήση όταν χρησιμοποιείτε την δοκιμαστική έκδοση (για παράδειγμα μπορεί να μην μπορείτε να αποθηκεύσετε το ψηφιοποιημένο και επεξεργασμένο αρχείο ήχου που έχετε δημιουργήσει).

Υπάρχει ένα ελεύθερο προς χρήση πακέτο λογισμικού για επεξεργασία ήχου που λέγεται Audacity <http://www.audacity.com/> που θα σας επιτρέψει να ψηφιοποιήσετε τον ήχο σας που προέρχεται από εξωτερική συσκευή και να τον μετατρέψετε σε κωδικοποίηση MP3 ή wav

Δεν είναι ίσως τόσο εύκολο στη χρήση όπως το Sound Forge και το Cool Edit, αλλά έχει έναν εκτεταμένο και κατανοητό οδηγό βοήθειας στο διαδίκτυο, και έτσι είναι εύκολο να μάθετε να το χρησιμοποιείτε



ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΗΧΟΥ

ΑΣΚΗΣΕΙΣ

ΑΣΚΗΣΗ 1

Περιγράψτε τις διαφορές μεταξύ του format wav και του format Real Audio.

ΑΣΚΗΣΗ 2

Ψάξτε για δύο τουλάχιστον πακέτα λογισμικού στο διαδίκτυο από την λίστα που ακολουθεί:

1. Λογισμικό που μετατρέπει τα wav σε MP3
2. RealEncoder
3. MP3 Ripper
4. Ελεύθερο λογισμικό για την επεξεργασία ήχου



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

5. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΕΙΔΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΓΙΑ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΡΑΔΙΟΦΩΝΑ



ΕΝΟΤΗΤΑ 5 «ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΕΙΔΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΓΙΑ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΡΑΔΙΟΦΩΝΑ»

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

Εισαγωγή

Το ραδιόφωνο είναι μακράν το πιο προσβάσιμο, οικονομικό και με την μεγαλύτερη επιρροή, μέσο διάχυσης της πληροφορίας. Το κεφάλαιο αυτό εξετάζει τα ραδιοφωνικά είδη: τον τρόπο με τον οποίο ο ήχος (φωνή και μουσική) παρουσιάζονται στον ακροατή με σκοπό να μεταδώσουν ένα συγκεκριμένο μήνυμα.

Τα ραδιοφωνικά είδη εφαρμόζονται σε 3 ευρεία επίπεδα:

1. Ραδιοφωνικοί σταθμοί
2. Ραδιοφωνικά προγράμματα
3. Μέρη ραδιοφωνικών προγραμμάτων

Τα ραδιοφωνικά είδη δημιουργούν το κατάλληλο «σχήμα» για το περιεχόμενο του προγράμματος και προετοιμάζουν τον ακροατή για το περιεχόμενο. Για παράδειγμα, η «δραματοποίηση» επιτρέπει στον ακροατή να ταυτιστεί με τους χαρακτήρες που δημιουργούνται από τις φωνές και έτσι βοηθάει στην μετάδοση του μηνύματος, ενώ η χρησιμοποίηση μουσικής ποπ προκαλεί την αντιμετώπιση του ραδιοφώνου σαν συντροφιά για τις καθημερινές δραστηριότητες.

Η επιλογή των ραδιοφωνικών ειδών από ένα πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο θα πρέπει να αντανakλά τους σκοπούς του και το αντίκτυπο που θέλει να έχει στο ακροατήριό του.

Ραδιοφωνικοί σταθμοί

Κάθε ραδιοφωνικός σταθμός έχει τον δικό του «ραδιοφωνικό ήχο». Ο συγκεκριμένος αυτός ήχος είναι χαρακτηριστικό του πολυπολιτισμικού ραδιοφωνικού σταθμού και το διαφοροποιεί από το εμπορικό ραδιόφωνο. Το εμπορικό ραδιόφωνο στοχοθετεί το ακροατήριό του με σκοπό να πουλήσει διαφημιστικό χρόνο. Το κρατικό ραδιόφωνο εξυπηρετεί τα συμφέροντα του κράτους, τα οποία μπορεί να συμπεριλαμβάνουν το γενικό συμφέρον μπορεί και όχι, εξαρτάται από τη χώρα και το καθεστώς της χώρας. Το πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο υποστηρίζει τα συμφέροντα της κοινότητας και



επιδιώκει την κοινωνική αλλαγή. **Οι ακροατές πρέπει να μπορούν να αναγνωρίζουν τους εαυτούς τους στον ραδιοφωνικό ήχο του πολυπολιτισμικού τους ραδιοφώνου.**

☐ Ειδησεογραφικό Ραδιόφωνο (Talk radio)

Κάποιοι σταθμοί λέγονται «ειδησεογραφικοί» (talk radios) γιατί μεταδίδουν κυρίως talk shows, συνεντεύξεις, συζητήσεις με ακροατές και ειδήσεις. Ειδησεογραφικοί σταθμοί μπορεί να επικεντρωθούν σε συγκεκριμένα θέματα όπως θέματα υγείας ή δημόσια θέματα για να προσδιορίσουν το ραδιοφωνικό τους ύφος. Τα τελευταία χρόνια υπήρξε μία σαφής αύξηση των ειδησεογραφικών ραδιοφώνων.

☐ Μουσικό Ραδιόφωνο

Κάποιοι εμπορικοί σταθμοί είναι γνωστοί ως μουσικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί, εξαιτίας του ότι μεταδίδουν στο μεγαλύτερο μέρος του χρόνου τους μουσικές εκπομπές. Άλλα είδη (όπως ειδήσεις, συνεντεύξεις, μαγκαζίνο) χρησιμοποιούνται σαν συμπληρωματικά της μουσικής. Οι μουσικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί γενικά επικεντρώνονται σε ένα συγκεκριμένο είδος μουσικής όπως ποπ-λαϊκή, κλασική, ροκ country ή μουσική «δεκαετίας». Πολλοί ραδιοφωνικοί σταθμοί έχουν περιορισμούς στα ποσοστά, πχ το ποσοστό ελληνικών τραγουδιών που παίζουν σε σύγκριση με το ποσοστό ξένων τραγουδιών.

☐ Γενικό Ραδιόφωνο

Οι περισσότεροι σταθμοί ανήκουν στην κατηγορία « γενικό ραδιόφωνο». Αυτό σημαίνει ότι συνδυάζουν τα διαφορετικά είδη και απευθύνονται σε ένα γενικού ενδιαφέροντος κοινό (το οποίο μπορεί να είναι διαφορετικό ανάλογα με την ώρα της ημέρας). Το χρονοδιάγραμμα του «γενικού ραδιοφώνου» συνήθως περιλαμβάνει πρωινές εκπομπές, προγράμματα για τα παιδιά και το σπίτι, μεσημεριανά μαγκαζίνο, απογευματινά μουσικά μαγκαζίνο, βραδινά μιούζικαλς-εκπομπές με τηλεφωνήματα ακροατών κλπ.

Τα περισσότερα πολυπολιτισμικά ραδιόφωνα συνδυάζουν 60% εκπομπές λόγου και 40% μουσικές εκπομπές.

☐ Ραδιοφωνικοί κανονισμοί

Το ραδιόφωνο είναι μία ιδιαίτερα ελεγχόμενη δραστηριότητα. Η εθνική νομοθεσία συνήθως ορίζει τα χαρακτηριστικά εκπομπών του κρατικού, ιδιωτικού και πολυπολιτισμικού ραδιοφώνου (σε άλλες χώρες - για την ώρα), κυρίως μέσω των αδειών που τους παρέχει.

Στις άδειες καθορίζεται το ποσοστό εκπομπών λόγου, μουσικής και διαφημίσεων που μπορεί να μεταδώσει το κάθε ραδιόφωνο. Υπάρχει επίσης συγκεκριμένη νομοθεσία που περιορίζει το τι μπορεί να ειπωθεί στον αέρα και να μεταδοθεί. Για παράδειγμα η πρόκληση φυλετικού μίσους, και η δυσφήμιση εθνοτήτων συχνά υπάγονται στο κανονιστικό πλαίσιο και απαγορεύονται.

Ανάλογα θα πρέπει να υπάρξει κανονιστικό πλαίσιο λειτουργίας στα πλαίσια της εθνικής νομοθεσίας που θα κανονίζει την λειτουργία των πολυπολιτισμικών μέσων και στο οποίο θα πρέπει να συμμορφώνονται τα πολυπολιτισμικά μέσα.



Το χρονοδιάγραμμα προγραμματισμού

Το χρονοδιάγραμμα προγραμματισμού είναι ένας εβδομαδιαίος και ημερήσιος απολογισμός όλων των προγραμμάτων που θα μεταδοθούν, ορίζοντας τι ώρα θα βγουν στον αέρα και Ποια θα είναι η χρονική διάρκειά τους, επίσης σε ποιες γλώσσες θα είναι. Το χρονοδιάγραμμα θα πρέπει επίσης να δίνει μία μικρή περιγραφή του περιεχομένου κάθε προγράμματος.

Οι εκπομπές των πολυπολιτισμικών ραδιοφώνων παρουσιάζονται σαν μία σειρά προγραμμάτων διαφορετικών τύπων και διάρκειας. Μεταξύ των προγραμμάτων υπάρχουν συγκεκριμένα μηνύματα που παίζουν συνδεδετικό ρόλο (η ταυτότητα του σταθμού κλπ) ή που εισάγουν σε συγκεκριμένους στόχους (διαφημίσεις, ανακοινώσεις δημόσιων υπηρεσιών κλπ).

Το “log sheet” είναι ένα χρονοδιάγραμμα λεπτό προς λεπτό του χρόνου που θα εκπέμπει το ραδιόφωνο στον αέρα σε κάθε πρόγραμμα. Αυτό επιτρέπει τον σωστό υπολογισμό του που θα μπουν τα μουσικά και τα κομμάτια λόγου, πριν να βγει το πρόγραμμα στον αέρα και επιτρέπουν στον παρουσιαστή, τον παραγωγό και τον τεχνικό να ξέρουν πάντα ακριβώς τι θα ακολουθήσει μετά.

Ραδιοφωνικά Προγράμματα

Ένα ραδιοφωνικό πρόγραμμα επικεντρώνεται σε ένα συγκεκριμένο θέμα χρησιμοποιώντας διάφορα είδη (jingles, μουσική, συνεντεύξεις κλπ), απευθύνεται σε ένα συγκεκριμένο κοινό και μεταδίδει τις εκπομπές σε τακτά χρονικά διαστήματα. Η μετάδοση των εκπομπών σε τακτά χρονικά διαστήματα είναι ένα πολύ σημαντικό στοιχείο για ένα ραδιοφωνικό πρόγραμμα καθώς το ακροατήριο θα αυξηθεί με το να ακούει ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα ή είδος προγράμματος σε μία συγκεκριμένη ώρα.

Τα ραδιοφωνικά προγράμματα συνήθως συνδυάζουν πολλά είδη, για παράδειγμα ένα ειδησεογραφικό πρόγραμμα μπορεί να συνδυάσει το ειδησεογραφικό δελτίο, συνέντευξη και τηλεφωνήματα από ακροατές.

Κυριότερες κατηγορίες ραδιοφωνικών προγραμμάτων είναι:

1. Ειδησεογραφικά προγράμματα
2. Προγράμματα μαγκαζίνο
3. Συζητήσεις και διαδραστικά τηλεφωνήματα ακροατών
4. Μουσική
5. Δραματοποίηση



❖ **Ειδησεογραφικά προγράμματα**

Τα ειδησεογραφικά προγράμματα είναι συνήθως ένας συνδυασμός ειδήσεων, ρεπορτάζ, συνεντεύξεων και συζητήσεων για τη επικαιρότητα. Για παράδειγμα μία μεσημεριανή ειδησεογραφική εκπομπή μπορεί να περιέχει ένα ειδησεογραφικό δελτίο, μία συνέντευξη που προσφέρει περισσότερη ενημέρωση πάνω σε κάποιο συγκεκριμένο θέμα του δελτίου που θα ακολουθείται από τηλεφωνήματα ακροατών.

❖ **Προγράμματα Μαγκαζίνο**

Τα Προγράμματα Μαγκαζίνο καλύπτουν ένα ή περισσότερα θέματα σε κάποιο βάθος. Προσφέρουν μία ποικιλία αντικειμένων που προσδιορίζονται είτε από το περιεχόμενο του μαγκαζίνο είτε από το ακροατήριο - στόχο (για παράδειγμα γυναικεία προγράμματα και προγράμματα για την υγεία) Τα Προγράμματα ραδιοφωνικών μαγκαζίνο μπορούν να συνδυάσουν πολλά είδη όπως λόγο, μουσική και συνεντεύξεις.

Τα προγράμματα ραδιοφωνικών μαγκαζίνο συνήθως, πρέπει να προετοιμαστούν από ομάδα και όχι από μεμονωμένους παραγωγούς.

❖ **Προγράμματα λόγου και τηλεφωνημάτων (talk and talk-back)**

Τα προγράμματα λόγου (talk shows) αποτελούνται κυρίως από ομιλίες των παρουσιαστών, πιθανά με εμβόλιμα ειδησεογραφικά ντοκιμαντέρ, ειδήσεις και μουσική. Οι πολύ πρωινές εκπομπές συχνά έχουν αυτή τη μορφή, συνδυάζοντας σχολιασμό των εφημερίδων, παρουσίαση του καιρού, θεμάτων για την τέχνη κ.α.

Οι εκπομπές με τηλεφωνήματα από τους ακροατές είναι μία καθοδηγούμενη διαδραστική δραστηριότητα από το τηλέφωνο πάνω σε συγκεκριμένα θέματα.

Και στα δύο είδη εκπομπών, ο παρουσιαστής παίζει έναν σημαντικό ρόλο στη διατήρηση της ροής της συζήτησης, στην προώθηση του διαλόγου και στην ανακεφαλαίωση των συζητήσεων

Μέρη Προγράμματος

Τα μέρη ενός προγράμματος είναι τα βασικά στοιχεία ή τα συστατικά της δημιουργίας ραδιοφωνικών προγραμμάτων.

Τα παρακάτω είναι μερικά βασικά είδη ραδιοφωνικών εκπομπών που το καθένα ή σε συνδυασμό μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε ένα ραδιοφωνικό πρόγραμμα.



ο Ειδησεογραφικά δελτία

Τα ειδησεογραφικά δελτία παρουσιάζουν πληροφορίες σχετικά με τα τοπικά, εθνικά και διεθνή νέα και την επικαιρότητα με σειρά προτεραιότητας ή ενδιαφέροντος.

Κάθε είδηση ξεκινάει με μία πρώτη πρόταση όχι περισσότερη από δεκαπέντε λέξεις που καθορίζει το περιεχόμενο. Η πρόταση αυτή πρέπει να είναι περιεκτική, μεστή και να προκαλεί άμεσα το ενδιαφέρον.

Κάθε είδηση θα πρέπει να απαντάει στις ερωτήσεις ποιος, τι, που, πότε, και γιατί.

Τι; ποιος; Που;

Ένα τσουνάμι ή γιγαντιαίο κύμα προκάλεσε δεκάδες χιλιάδες θανάτους σε εννιά χώρες στον Ινδικό Ωκεανό. Οι χώρες που πλήγηκαν περισσότερο είναι η Ινδονησία και η Σρι-Λάνκα.

Πότε;

Το τσουνάμι καταπόντισε ολόκληρες κοινότητες το μεσημέρι της 26^{ης} Δεκεμβρίου, 2004.

Γιατί; Πώς;

Οι αρχές αναφέρουν ότι το τσουνάμι προκλήθηκε από έναν πολύ μεγάλης κλίμακας σεισμό κάτω από τη θαλάσσια περιοχή της Ινδονησίας. Ο υψηλός αριθμός θανάτων οφείλεται στην μεγάλη συγκέντρωση του πληθυσμού στις ακτογραμμές λόγω της τουριστικής περιόδου. Οι τραγικές συνέπειες της φυσικής καταστροφής επιδεινώθηκαν από την γενική έλλειψη προειδοποιητικών μηχανισμών σε σχέση με την πρόγνωση της σεισμικής δραστηριότητας.

Η θάλασσα υποχώρησε, αδειάζοντας όρμους και κόλπους, πριν το τσουνάμι να χτυπήσει την ακτογραμμή παρασύροντας τα πάντα στο πέρασμά του και σκοτώνοντας δεκάδες χιλιάδες ανθρώπους σε μερικά μόνο λεπτά.

Άλλες πληροφορίες

Οι πληγέντες περιοχές θα χρειαστούν χρόνια για την ανοικοδόμησή τους, με την υποστήριξη της διεθνούς κοινότητας, δήλωσε ο Γ.Γ. των Ηνωμένων Εθνών.

ο Ειδησεογραφικό ρεπορτάζ

Το ρεπορτάζ είναι συμπληρωματικό του ειδησεογραφικού δελτίου και συνήθως γίνεται με επιτόπια έρευνα και ανταπόκριση. Απαντάει στην ερώτηση: Τι συμβαίνει; Τοποθετεί την κατάσταση ή το γεγονός στο σωστό περιβάλλον δίνοντας μία εκ των έσω ματιά σε προηγούμενα σχετικά γεγονότα. Δίνει την άποψη των ανθρώπων που συμμετείχαν ή επηρεάστηκαν από το γεγονός και αναλύει τα αίτια και τα αποτελέσματα του γεγονότος.

Τα ρεπορτάζ μπορούν να αναμεταδοθούν ζωντανά (τηλεφωνικά, από το στούντιο) ή μαγνητοσκοπημένα.



1. Ένα ρεπορτάζ πρέπει να δίνει όλες τις λεπτομέρειες ενός γεγονότος. Ο δημοσιογράφος πρέπει να επιλέξει μία συγκεκριμένη οπτική για το ρεπορτάζ, μία «εικόνα» που θα βοηθήσει να ενωθούν όλα τα κομμάτια του ρεπορτάζ. Αυτό επίσης βοηθάει τον ακροατή να μη χαθεί στο ρεπορτάζ – γιατί αντίθετα με τους αναγνώστες οι ακροατές δεν μπορούν να πάνε πίσω για να ξαναδούν ό,τι λεπτομέρειες μπορεί να έχασαν.
2. Τα ρεπορτάζ απαιτούν προηγούμενη έρευνα, η οποία πρέπει να είναι ενημερωμένη με βάση την οπτική γωνία που έχει επιλεγεί για την προβολή του γεγονότος.

ο Αφιερώματα

Τα αφιερώματα προσφέρουν μία σε βάθος ψηλάφηση ενός θέματος ή μίας ιστορίας και συνήθως είναι μεγαλύτερα από τα ρεπορτάζ.

Τα αφιερώματα:

1. Απαιτούν να έχουν ένα ξεκάθαρο θέμα και μία οπτική.
2. Είναι πρώτα γραμμένα ως script και έχει γίνει editing.
3. Συχνά περιέχουν μουσική, ηχητικά εφέ, συνεντεύξεις ή vox-pops (σύντομες συνεντεύξεις 1 ή 2 ερωτήσεων με ανθρώπους στο δρόμο με σκοπό να μεταδώσει τις απόψεις απλών καθημερινών ανθρώπων πάνω σε κάποιο θέμα).
4. Απαιτούν ολοκληρωμένη έρευνα περιεχομένου, για παράδειγμα συνεντεύξεις με ειδικούς έρευνα στο διαδίκτυο, και έρευνα βιβλιογραφίας.
5. Είναι συνήθως μέρος ενός ειδησεογραφικού δελτίου ή ενός μαγκαζίνο

ο Συνεντεύξεις

Η συνέντευξη είναι μία μέθοδος ομιλίας με έναν ή περισσότερους καλεσμένους με σκοπό να γίνουν ερωτήσεις από τις οποίες θα εξαχθούν πληροφορίες.

1. Επιλέξτε τους καλεσμένους σας προσεκτικά – πρέπει να είναι πραγματικά ειδικοί στο θέμα ή να έχουν άμεση ανάμιξη με το γεγονός.
2. Συζητήστε τις ερωτήσεις με τους καλεσμένους σας πριν από την συνέντευξη.
3. Και οι δύο πρέπει να είστε ξεκάθαροι για το Ποια θα είναι τα κυρίως μηνύματα που θέλετε να μεταφέρετε (μόνο 2-3).
4. Συνοψίστε αυτά τα κύρια σημεία στο τέλος της συνέντευξης για να τους δώσετε έμφαση.
5. Να δείχνετε ευαισθησία στο πως κάνετε την συνέντευξη εάν για παράδειγμα μιλάτε με κάποιον που ήταν σε κάποιο ατύχημα κλπ.



ο Συζητήσεις και αντιπαραθέσεις

Συζήτηση είναι μία συνομιλία μεταξύ του δημοσιογράφου και ενός ή περισσοτέρων καλεσμένων πάνω σε κάποιο συγκεκριμένο θέμα. Ο σκοπός της συζήτησης είναι να δώσει πληροφορίες, συμβουλές για κάποιο συγκεκριμένο θέμα ή να ενθαρρύνει την κοινότητα / τις κοινότητες να εκφράσουν την άποψή τους.

Η αντιπαραθέση είναι μία συνομιλία κατά την οποία άτομα με αντίθετες απόψεις για κάποιο θέμα παρουσιάζουν και συζητούν τις θέσεις τους.

1. Οι ακροατές μπορούν να συμμετάσχουν στις συζητήσεις μέσω τηλεφωνημάτων που θα κάνουν στον σταθμό.
2. Ο οικοδεσπότης είναι ο ρυθμιστής της συζήτησης και πρέπει να είναι γνώστης του θέματος της συζήτησης.

ο Τηλεφωνήματα ακροατών (talk back)

Οι ακροατές καλούνται να τηλεφωνήσουν στον ραδιοφωνικό σταθμό κατά τη διάρκεια ενός μέρους της εκπομπής για να εκφράσουν τις απόψεις τους για το θέμα το οποίο συζητιέται ή για να μοιραστούν τις εμπειρίες τους. Τα τηλεφωνήματα των ακροατών είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος να δημιουργηθεί διάλογος, αναδραστικότητα και συμμετοχικότητα με τους ακροατές.

1. Οι παρουσιαστές πρέπει να έχουν αναπτύξει την ικανότητα να διατηρούν την συνομιλία ενδιαφέρουσα και παράλληλα μέσα στα πλαίσια του θέματος που εξετάζεται.
2. Οι παρουσιαστές πρέπει να σκέφτονται και να αντιδρούν πολύ γρήγορα όταν αντιμετωπίζουν μία δύσκολη κατάσταση, όπως εξαγριωμένους ακροατές.
3. Δεν έχουν όλοι οι ραδιοφωνικοί σταθμοί τον απαραίτητο τεχνικό εξοπλισμό για να δέχονται ή / και να βγάζουν στον αέρα τηλεφωνήματα ακροατών.

ο Δραματοποίηση για το ραδιόφωνο

Η δραματοποίηση για το ραδιόφωνο είναι μια τεχνική η οποία αφηγείται μια ιστορία με διαλογικό τρόπο, η οποία ιστορία είτε είναι εφεύρημα της φαντασίας είτε είναι βασισμένη σε πραγματικά γεγονότα και θέματα.

Η εκπαιδευτική δραματοποίηση (edu-drama) χρησιμοποιείται για εκπαιδευτικούς σκοπούς

1. Είναι ένα άριστο εργαλείο που μεταφέρει το χρώμα και την υφή της καθημερινής ζωής ενώ θέτει κοινωνικά θέματα με έναν προσιτό τρόπο για όλους.
2. Έχει άμεσο αντίκτυπο σε άτομα όλων των ηλικιών και πολιτισμικών, οικονομικών και κοινωνικών στρωμάτων.



Χρειάζεται όμως προσεκτικός χειρισμός για να χρησιμοποιηθεί μόνο ως μέσο μεταφοράς της πληροφορίας και όχι για να περάσει μηνύματα ή να δώσει λάθος οπτική και βαρύτητα στο γεγονός:

«Ως γνωστόν η «γραμματική» των ΜΜΕ (τάση για οπτικοποίηση των γεγονότων) σε συνδυασμό με την εμπορευματοποίηση και τον έντονο ανταγωνισμό, άμεση συνέπεια της απορύθμισης των ΜΜΕ, η οποία στην περίπτωση της Ελλάδας πραγματοποιήθηκε το 1989, απομάκρυναν τις ειδήσεις από την ουσιαστική ενημέρωση και την έχουν εντάξει σε μια νέα κατηγορία προγράμματος, την ενημέρωση – ψυχαγωγία (infotainment).

Διαπιστώνουμε ότι και τα Ελληνικά Δελτία Ειδήσεων – των ιδιωτικών ΜΜΕ τουλάχιστον - ακολουθούν κατά κόρον τους δύο από τους βασικούς κανόνες «θεαματικοποίησης» των Ειδήσεων που είναι η προσωποποίηση (το άτομο βρίσκεται στην κεντρική θέση των γεγονότων χωρίς να εξετάζονται οι υπόλοιποι παράγοντες αλλά και οι διεργασίες που οδήγησαν στην εκδήλωση του γεγονότος της Είδησης) και η δραματοποίηση (η Είδηση δεν περιγράφεται αλλά διαδραματίζεται κατά τα φιλομορφικά πρότυπα, ώστε να δίνεται η εντύπωση ότι ο θεατής είναι παρών την ώρα που το γεγονός συμβαίνει).»

Ανθρώπινα Δικαιώματα και Ελληνικά Δελτία Ειδήσεων, Έρευνα Ανάλυσης Περιπτώσεων, Φεβρουάριος 2002, Κλήμης Ναυρίδης, Διονύσης Πάνος, Σοφία Νίκα, Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Ψυχολογίας και ΜΜΕ.

ο Εκπομπές Λόγου

Οι εκπομπές λόγου είναι σύντομες ιστορίες ή σχόλια / μονόλογοι συνήθως όχι περισσότερο από 2 λεπτά. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως εισαγωγές ή για να συνοψίσουν, να δώσουν έμφαση ή να διευκολύνουν μία συζήτηση πάνω σε κάποιο θέμα

1. Συχνά χρησιμοποιούν ένα «δόλωμα», συχνά μία ερώτηση για να προσελκύσουν το ενδιαφέρον των ακροατών
2. Πρέπει να έχουν έναν φιλικό και προσωπικό τόνο
3. Μπορούν να χρησιμοποιήσουν εκπλήξεις και επικοινωνιακά «τεχνάσματα» για να διατηρήσουν το ενδιαφέρον του κοινού.

ο Η άποψη του σταθμού

Η άποψη του σταθμού είναι ένα σύντομο κομμάτι που δίνει την άποψη του σταθμού σχετικά με κάποιο θέμα ή με κάποιο γεγονός, με σκοπό να διαμορφώσει την άποψη του κοινού. Οι εκπομπές αυτές μπορούν να χρησιμοποιηθούν για παράδειγμα για να υποστηρίξουν ή να προτείνουν πολιτικές και ενέργειες.



ο Μουσική

Η μουσική είναι ένα βασικό στοιχείο των ραδιοφωνικών προγραμμάτων και συχνά χρησιμοποιείται σαν ένας συνδεδετικός κρίκος μεταξύ των επιμέρους στοιχείων μίας εκπομπής ή ενός προγράμματος.

Η μουσική είναι ένα σύνολο ορχηστρικών ή φωνητικών ήχων. Υπάρχουν πολλά είδη μουσικής όπως π.χ jazz, κλασική, pop, country, φωνητική και ορχηστρική – και φυσικά συγκεκριμένα είδη χρησιμοποιούνται για συγκεκριμένα ακροατήρια.

- Η επιλογή της μουσικής πρέπει να βασίζεται στο ύφος και το περιεχόμενο της εκπομπής ή του ραδιοφωνικού προγράμματος.
- Εξαιτίας του μεγάλου όγκου μουσικών έργων στη μουσική βιβλιοθήκη κάποιου σταθμού είναι πολύ σημαντικό να είναι οργανωμένη σε κατηγορίες για να διευκολυνθούν οι παραγωγοί στην χρήση της.
- Οι ραδιοφωνικοί παραγωγοί και οι παρουσιαστές είναι απαραίτητο να γνωρίζουν πολύ καλά τους νόμους περί πνευματικής ιδιοκτησίας και μετάδοσης μουσικής καθώς και τα νομικά πλαίσια της άδειας λειτουργίας των σταθμών τους.

ο Jingles (σύντομες μελωδίες)

Το jingle είναι μία απλή και ελκυστική μελωδία ή ομοιοκαταληξία που συχνά χρησιμοποιείται στην διαφήμιση, για να ελκύσει την προσοχή του ακροατή και να ενισχύσει το μήνυμα. Τα Jingles είναι συχνά άμεσα αναγνωρίσιμα λόγω των συχνών επαναλήψεων και της σύνδεσής τους με συγκεκριμένα θέματα, άτομα, γεγονότα, προϊόντα κλπ.

ο Ανακοινώσεις των κοινοτήτων

Οι ανακοινώσεις είναι σύντομες μεταδόσεις τοπικών πληροφοριών από το ραδιόφωνο και το περιεχόμενό τους μπορεί να είναι από ανακοινώσεις για κατοικίδια που χάθηκαν ως ανακοινώσεις για τη σύγκλιση τοπικών επιτροπών για συγκεκριμένα έργα.

Είναι μία βασική λειτουργία του πολυπολιτισμικού ραδιοφώνου για τις κοινότητες που εκπροσωπεί, δίνοντας ένα μέσο έκφρασης στους ανθρώπους των κοινοτήτων, ενισχύοντας τον συνδεδετικό κρίκο ανάμεσα στο ακροατήριο και το πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο και ενισχύοντας τις οργανώσεις και τις πρωτοβουλίες των κοινοτήτων.

ο Διαφήμιση

Οι διαφημίσεις μπορεί να είναι λέξεις, τραγούδια, μουσική, σύντομες μελωδίες, κλπ και χρησιμοποιούνται για να ελκύσουν την προσοχή σε ένα προϊόν ή μία υπηρεσία. Συχνά αποτελούνται από ένα σποτ 15, 30, ή 60 δευτερολέπτων και επαναλαμβάνονται ανά τακτά χρονικά διαστήματα κατά τη διάρκεια ενός ραδιοφωνικού προγράμματος.

- ο Οι διαφημίσεις αποτελούν πηγή εισοδήματος για τον ραδιοφωνικό σταθμό.
- ο Η διαφήμιση συχνά ελέγχεται από κανόνες αναφορικά με την διάρκειά της, την συχνότητα, το περιεχόμενο κλπ.



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

Παραδείγματα προγραμμάτων & ραδιοφωνικών εκπομπών

Διάρκεια	Τύπος προγράμματος	Μορφή που χρησιμοποιείται	Τίτλος	Κοινό
2-15 λεπτά	Δελτίο Ειδήσεων	Σύντομες μελωδίες, νέα, ανταποκρίσεις, συνεντεύξεις, ομιλίες	Νέα από την κοινότητα	Γενικά
27-57 λεπτά	Μαγαζίνο	Σύντομες μελωδίες, συνεντεύξεις, μουσική, νέα, ανακοινώσεις πρόγραμμα ειδικού περιεχομένου	Δικαιώματα των γυναικών	Γυναίκες
27-57 λεπτά	Μαγαζίνο	Σύντομες μελωδίες, δραματοποίηση, συνεντεύξεις, μουσική, ανακοινώσεις	Το γουρουνάκι	Παιδιά
25-57 λεπτά	Μαγαζίνο	Σύντομες μελωδίες, δραματοποίηση, συνεντεύξεις, μουσική, ανακοινώσεις	Χρυσή Εποχή	Ηλικιωμένοι
27-57 λεπτά	Μαγαζίνο	Σύντομες μελωδίες, δραματοποίηση, συνεντεύξεις, μουσική, ανακοινώσεις	Μαγαζίνο της κοινότητας	Γενικά
27-57 λεπτά	Μαγαζίνο	Σύντομες μελωδίες, συνεντεύξεις, μουσική, ανακοινώσεις	Παγκόσμια μουσική του σήμερα	Νέοι
27-57 λεπτά	Μαγαζίνο	Σύντομες μελωδίες, δραματοποίηση, συνεντεύξεις, μουσική, ανακοινώσεις	Όλα για την υγεία	Γενικά
27-57 λεπτά	Προγράμματα λόγου	Σύντομες μελωδίες, δραματοποίηση, συνεντεύξεις, μουσική, ανακοινώσεις	Ο δικός σας άνθρωπος	Γενικά
1-3 ώρες	Δραματοποίηση ραδιοφώνου	Σύντομες μελωδίες, δραματοποίηση, συνεντεύξεις, μουσική, ανακοινώσεις	Η απόφαση	Γενικά
60 λεπτά	Αντιπαράθεση - Debate	Αντιπαραθέσεις, τηλεφωνήματα του κοινού	Τα δικαιώματά μας	Γενικά
15-60 δευτερόλεπτα	Η ταυτότητα του σταθμού	Σύντομες μελωδίες, φωνητικά	Η ταυτότητα του σταθμού	Γενικά
2-15 λεπτά	Ανακοινώσεις για το κοινό	Σύντομες μελωδίες, φωνητικά, ανακοινώσεις	Ανακοινώσεις της κοινότητας	Γενικά
15-60 δευτερόλεπτα	Διαφήμιση	Σύντομη μελωδία, φωνητικά	Δημοσιότητα	Γενικά



ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΕΙΔΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΓΙΑ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΡΑΔΙΟΦΩΝΑ

ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ

ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ	Η προετοιμασία ενός θέματος ή προγράμματος για μετάδοση με την αφαίρεση, αλλαγή και γενικά τη βελτίωση της παρουσίασης του υλικού και του περιεχομένου.
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΔΡΑΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ	Δραματοποίηση που χρησιμοποιείται για εκπαιδευτικούς σκοπούς
ΕΙΔΟΣ	Το περιεχόμενο και ο τρόπος παρουσίασης ενός ραδιοφωνικού προγράμματος. Η επιλογή του ραδιοφωνικού είδους καθορίζει το κοινό του ραδιοφωνικού σταθμού και κατά συνέπεια τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ακροατών του.
ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ	Ένα προκαθορισμένο μήκος κύματος στο οποίο εκπέμπει ένας ραδιοφωνικός σταθμός.
ΟΙΚΟΔΕΣΠΟΤΗΣ	Ένα άτομο που με ικανότητα κατευθύνει τη συνομιλία με τους καλεσμένους και συνδέει τα διάφορα στοιχεία ενός ραδιοφωνικού προγράμματος. Ο παρουσιαστής.
ΣΕΝΑΡΙΟ	Γραπτό υλικό που διαβάζεται στον αέρα από τον παρουσιαστή ή τον ραδιοφωνικό παραγωγό.
ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΣΤΑΘΜΟΥ	Μία σύντομη «παρουσίαση της ταυτότητας» του σταθμού που συνήθως αποτελείται από το όνομα του σταθμού, τη συχνότητα και ένα χαρακτηριστικό jingle.
VOX-POPS	Σύντομες συνεντεύξεις 1-2 ερωτήσεων, με ανθρώπους στον δρόμο σχεδιασμένες να μεταδώσουν το αίσθημα της κοινής γνώμης σε ένα συγκεκριμένο θέμα ή γεγονός.
ΟΠΤΙΚΗ	Η έμφαση που δίνεται σε μία όψη ή μία συγκεκριμένη οπτική ενός θέματος ή ενός γεγονότος.
ΕΙΔΟΣ (GENRE)	Ένα συγκεκριμένο είδος ή στυλ- κυρίως χρησιμοποιείται για τη λογοτεχνία και την τέχνη- , που κατηγοριοποιείται ανάλογα με τη μορφή και το περιεχόμενο.
ΣΥΖΗΤΗΣΗ	Συνομιλία μεταξύ ατόμων με διαφορετικές απόψεις ή τοποθετήσεις για ένα συγκεκριμένο θέμα.



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΑ ΕΙΔΗ ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΩΝ ΕΚΠΟΜΠΩΝ ΓΙΑ ΠΟΛΥΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΑ ΡΑΔΙΟΦΩΝΑ

ΑΣΚΗΣΕΙΣ

ΑΣΚΗΣΗ 1 (προτεινόμενη ώρα 5 λεπτά)

Ποια πράγματα θα πρέπει να λάβετε υπόψη σας όταν διαλέγετε τα ραδιοφωνικά είδη για ένα Ραδιοφωνικό Πρόγραμμα ενός Πολυπολιτισμικού Ραδιοφώνου;

ΑΣΚΗΣΗ 2 (προτεινόμενη ώρα 20 λεπτά – διαχωρισμός σε ομάδες)

Σχεδιάστε ένα δίωρο ραδιοφωνικό πρόγραμμα για έναν πολυπολιτισμικό σταθμό, χρησιμοποιώντας τα σχετικά είδη.

(Αποφασίστε για την ταυτότητα και τους σκοπούς / ακροατήριο του σταθμού σε συνδυασμό με την άσκηση 1 και στη συνέχεια επιλέξτε τι είδους πρόγραμμα θέλετε να μεταδώσετε και στη συνέχεια επιλέξτε τι ραδιοφωνικά είδη θα συμπεριλάβετε).



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

6. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

«ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ»



ΕΝΟΤΗΤΑ 6 « ΡΑΔΙΟΦΩΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ»

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

Εισαγωγή

Μία βασική αρχή της παρουσίασης στο ραδιόφωνο είναι η αρμονική μίξη των διάφορων ηχητικών ακουσμάτων και της φωνής του παρουσιαστή.

Όποιο ραδιοφωνικό είδος και αν παρουσιάζετε πρέπει να θυμάστε:

Η φωνή είναι το μεγαλύτερο όπλο που έχει ένας ραδιοφωνικός σταθμός για να κρατήσει τους ακροατές του συντονισμένους.

Σε ποιους μιλάμε;

Η γνώση του προφίλ των ακροατών είναι βασική. Μας επιτρέπει να ξέρουμε ποιον τόνο να χρησιμοποιήσουμε όταν μιλάμε στους ακροατές και ποια θέματα τους ενδιαφέρουν. Γνωρίζοντας ποιοι είναι οι ακροατές διευκολύνει την επικοινωνία μαζί τους και καθορίζει το είδος της σχέσης που μπορούμε να αναπτύξουμε μαζί τους.

Ο σταθμός είναι πιθανόν να έχει ήδη κάνει έρευνα αγοράς για το προφίλ του ακροατηρίου του. Είναι επιβεβλημένη εργασία η ανάγνωση της έρευνας αυτής αν θέλετε να αποκτήσετε μία εις βάθος γνώση του ακροατηρίου σας.

Χαρακτηριστικά μίας καλής Ραδιοφωνικής Φωνής

☞ Ρυθμός

Για να ελέγξετε το ρυθμό σας πρέπει να μιλάτε με κανονική ταχύτητα κάνοντας παύσεις για να πάρετε αναπνοές.

Ένας σωστός ρυθμός επιτρέπει την ανάγνωση ενός μεγάλου κειμένου με σταθερό τρόπο χωρίς διαφορά στην ταχύτητα ανάγνωσης ανάμεσα στην αρχή και το τέλος της ανάγνωσης.

Ο σωστός ρυθμός θα σας βοηθήσει να μην ακούγεστε ξέπνοοι πριν τελειώσετε την ανάγνωση του κειμένου.

Συμβουλές

- Αν αισθάνεστε ξέπνοοι κατά την ανάγνωση ενός κειμένου, επανεξετάστε τις φράσεις σας για να τις κάνετε όσο πιο σύντομες μπορείτε.



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

- Αν δυσκολεύεστε να βρείτε τον κανονικό σας ρυθμό, προσπαθήστε να φανταστείτε ότι μιλάτε με έναν φίλο και ξεκινήστε από εκεί.

☞ Προφορά /εκφορά λόγου

Για να μπορέσουν να σας καταλάβουν πλήρως είναι αναγκαία η καλή προφορά. Οι λέξεις πρέπει να προφέρονται σωστά και να εκφέρονται ολόκληρες.

Μην κόβετε τις λέξεις. Στο ραδιόφωνο η προφορά πρέπει να είναι σωστή. Και σωστή προφορά σημαίνει και σωστή εκφορά. Προσέξτε πως εκφέρετε τους ήχους όταν μιλάτε.

☞ Χρησιμοποιώντας τη φωνή σας

Εφόσον στο ραδιόφωνο δεν υπάρχουν εικόνες, η φωνή είναι το βασικό μέσο που μπορεί να μεταδώσει συναισθήματα. Οι παρουσιαστές πρέπει να μάθουν να μεταδίδουν τα συναισθήματα του κειμένου με τη φωνή τους.

Μία αναγγελία θανάτου δεν είναι δυνατόν να διαβαστεί με τον ίδιο τόνο όπως η αναγγελία των αποτελεσμάτων του ΛΟΤΤΟ της γειτονιάς.

Χρησιμοποιήστε τον σωστό τόνο την σωστή στιγμή. Κάντε την φωνή σας πιο μουσική χρησιμοποιώντας διακυμάνσεις της χροιάς και του τόνου της.

☞ Συναίσθημα

Η φωνή μεταδίδει συναισθήματα. Ακούστε έναν φίλο μας από το τηλέφωνο, συνήθως μπορούμε να πούμε αν αισθάνεται καλά ή άσχημα. Και οι ακροατές θα πρέπει να διαισθάνονται το συναίσθημα του κειμένου μέσα από τη φωνή του παρουσιαστή.

Έτσι πέρα από το να έχουν οι παρουσιαστές στο ραδιόφωνο μία ευχάριστη φωνή θα πρέπει να μάθουν να την χρησιμοποιούν για να εκφράζουν με αυτήν συναισθήματα.

☞ Διακύμανση τόνου

Όταν διαβάζει κανείς για το ραδιόφωνο η φωνή του θα πρέπει να κάνει διακυμάνσεις τόνου. Υπάρχουν στιγμές που ο τόνος πρέπει να είναι πιο υψηλός και άλλες που πρέπει να είναι χαμηλότερος. Σε κάποιες λέξεις πρέπει να δοθεί περισσότερη έμφαση από κάποιες άλλες. Για παράδειγμα η αρχή και το τέλος μίας είδησης δεν θα διαβαστούν με την ίδια ένταση και τον ίδιο δυναμικό τόνο όπως η μέση της είδησης.

☞ Αναπνοή

Η αναπνοή είναι στον προφορικό λόγο το αντίστοιχο της στίξης. Για παράδειγμα οι σύντομες αναπνοές αντιστοιχούν στα κόμματα.

Μακρύτερες και βαθύτερες αναπνοές αντιστοιχούν σε περιόδους ή τελείες. Χρησιμοποιούνται για να ορίσουν το τέλος μίας φράσης ή το τέλος μίας ιδέας.

Όταν γράφετε scripts για το ραδιόφωνο είναι πάντα χρήσιμο να σημειώνετε τις μακρές παύσεις στο κείμενό σας. Μπορείτε να χρησιμοποιείτε το σύμβολο (/)



Σιωπή

Όταν μιλάτε αποφύγετε τις σιωπές. Οι ακροατές σας δεν μπορούν να καταλάβουν τι γίνεται και μπορεί να διαλέξουν να αλλάξουν σταθμό. Μην πανικοβληθείτε αν κάνετε σαρδάμ σε κάποια λέξη. Πάρτε αναπνοή, ξαναδιαβάστε τη λέξη και συνεχίστε σαν μην είχε συμβεί τίποτα. Να είστε πάντα προετοιμασμένοι σε περίπτωση που η επόμενη προγραμματισμένη εκπομπή δεν είναι έτοιμη, γιατί π.χ έχει κάνει κάποιο λάθος ο τεχνικός.

Προετοιμάζοντας ένα φύλλο ροής / cue sheet για την εκπομπή

Όταν κάνετε ζωντανές εκπομπές κρίνεται σκόπιμο να προετοιμάζετε ένα φύλλο ροής για σας και για τον τεχνικό.

Με τον τρόπο αυτό και ο τεχνικός και ο παρουσιαστής γνωρίζουν τι ακριβώς θα γίνει στη συνέχεια στην εκπομπή.

Αυτό είναι ένα δείγμα φύλλου ροής για ένα ειδησεογραφικό πρόγραμμα:

Φύλλο ροής εκπομπής

Τίτλος:

Ημερομηνία:

Ώρα:

Σειρά	Ενέργεια	Πηγή		Υλικό	Διάρκεια	Ατάκα
		Καμπίνα	Studio			
1	Έναρξη	X		CD	30"	
2	Τίτλοι μουσικής	X	X	CD & Mic	45"	
3	Έναρξη Πόλεμος στο Ιράκ		X	Mic	10"	
4	Είδηση Πόλεμος στο Ιράκ	X		Minidisk	1'30"	Τέλος: "και δεν έχει παρθεί οριστική απόφαση"
5	Σύντομη μελωδία	X		CD	15"	



Σειρά

Δηλώνει τη σειρά με την οποία πρέπει να γίνουν οι ενέργειες. Κάθε ενέργεια η οποία απαιτεί δράση από τον τεχνικό σημειώνεται εδώ.

Ενέργεια

Όνομα της ενέργειας. Το όνομα αυτό θα ήταν καλό να αντιστοιχεί ακριβώς με το όνομα / τίτλο στην ετικέτα του υλικού.

Πηγή

Αυτό επιτρέπει στην καμπίνα και στο στούντιο να γνωρίζουν ακριβώς ποιο μέρος του cue sheet πρέπει να γίνουν από καθένα τους.

Υλικό

Τι είδους μορφή έχει το υλικό (cd/minidisk/pc κλπ); Αυτό βοηθάει τον τεχνικό να γνωρίζει τι είδους εξοπλισμό να χρησιμοποιήσει.

Διάρκεια

Η διάρκεια του κάθε ηχητικού αρχείου. Περιλαμβάνονται και τα fade-ins και fade-outs.

Ατάκα

Είναι οι τελευταίες λέξεις μίας ιστορίας. Ο τεχνικός ακούγοντας τες θα ξέρει ότι είναι η στιγμή να κάνει την αλλαγή στη κονσόλα του στο επόμενο ηχητικό κομμάτι.



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ

ΛΙΣΤΑ ΡΟΗΣ	Λίστα όπου σημειώνονται οι αλλαγές στα περιεχόμενα μίας ραδιοφωνικής εκπομπής και τη σειρά με την οποία θα γίνουν.
ΕΠΙΤΟΝΙΣΜΟΣ	Αλλαγές στον τόνο της φωνής όταν κάποιος μιλάει στο ραδιόφωνο.
ΡΥΘΜΟΣ	Ταχύτητα και κανονικότητα με την οποία μιλάει κάποιος κατά τη διάρκεια μίας ραδιοφωνικής εκπομπής.



ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

ΑΣΚΗΣΕΙΣ

Σκοπός

- Εξάσκηση για ρυθμό και προφορά.
- Σωστή χρήση της φωνής.
- Προετοιμασία cue sheet

Άσκηση 1

Οδηγίες

Δημιουργήστε ομάδες 3 ή 4 ατόμων. Κάθε συμμετέχων θα διαβάσει δύο από τα σύντομα κείμενα (συμπληρωματικό υλικό οπτικός δίσκος) και θα ηχογραφηθεί. Ύστερα από κάθε κείμενο οι υπόλοιποι από την ομάδα θα σχολιάσουν την ηχογράφιση, χρησιμοποιώντας τα παρακάτω κριτήρια:

- Ρυθμός
- Προφορά.
- Συναίσθημα.
- Επιτονισμός.
- Αναπνοές.
- Σιωπές.

Συνιστάται να γίνουν οι ασκήσεις σε δύο κύκλους με 4 συνολικά κείμενα για κάθε συμμετέχοντα.

Άσκηση 2

Οδηγίες

Η ίδια άσκηση να γίνει χρησιμοποιώντας τα μεγαλύτερα κείμενα (συμπληρωματικό υλικό οπτικός δίσκος). Αυτή τη φορά κάθε συμμετέχων να διαβάσει μόνο ένα κείμενο.



Άσκηση 3

Οδηγίες

Δημιουργήστε ομάδες 3 ή 4 ατόμων. Οι συμμετέχοντες θα διαλέξουν κείμενα και θα προετοιμάσουν ένα a cue sheet για ένα ολόκληρο πρόγραμμα. Αυτό το πρόγραμμα πρέπει να έχει την παρακάτω διάταξη:

- Εισαγωγή σε ένα ειδησεογραφικό πρόγραμμα.
- 6 σύντομα κείμενα που διαβάζουν 4 διαφορετικές φωνές.
- Κλείσιμο του ειδησεογραφικού προγράμματος.
- Εισαγωγή σε συνέντευξη.
- Σύντομη εισαγωγή σε σχόλια για τη επικαιρότητα .

Το πρόγραμμα αυτό αν είναι τεχνικά δυνατό, να ηχογραφηθεί και στη συνέχεια οι συμμετέχοντες να το ακούσουν και να σχολιάσουν.

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

7. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

«ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ»



ΕΝΟΤΗΤΑ 7 «ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ»

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

Εισαγωγή

Η εξέλιξη της τεχνολογίας κάνει την ψηφιακή αρχειοθέτηση μια ενδιαφέρουσα πιθανότητα για όλους όσοι χρησιμοποιούν Η/Υ. Η αρχειοθετημένη πληροφόρηση κάθε μορφής μπορεί να ανοίξει νέες πιθανότητες για τα πολυπολιτισμικά ραδιόφωνα. Η αρχειοθέτηση μεγιστοποιεί την διάρκεια της πληροφόρησης: πχ ομιλίες, ακροάσεις κλπ μπορούν να «αιχμαλωτιστούν», να αποθηκευτούν και να χρησιμοποιούνται όποτε κρίνεται απαραίτητο μεταξύ οργανισμών και φορέων.

Το γεγονός ότι η ψηφιακή αρχειοθέτηση μπορεί να γίνει εύκολα δεν σημαίνει ότι αποτελεί και την λύση στις ανάγκες του καθένα. Αυτήν η ενότητα παρέχει μια εκτενής εισαγωγή στην ψηφιακή αρχειοθέτηση των ΜΜΕ και θα σας βοηθήσει να κατανοήσετε κατά πόσο είναι σωστή οδός για εσάς. Κάνει αναφορά σε θέματα που θα πρέπει να λάβετε υπόψη σας αν σκέφτεστε να αρχειοθετήσετε τα υπάρχον ψηφιακό υλικό.

Τι είναι τα αρχεία και η αρχειοθέτηση;

Τα αρχεία είναι οργανωμένες συλλογές από παλιές καταχωρήσεις και υλικά που έχουν κάποια σημερινή αξία.

- 0 **Οργανωμένος:** Τα οργανωμένα υλικά συλλέγονται, κατηγοριοποιούνται και αποθηκεύονται με σύστημα.
- 0 **Παλιά:** «Παλιά» σημαίνει ότι το άτομο ή ο οργανισμός που έχει δημιουργήσει το αρχείο δεν τα χρησιμοποιεί άμεσα για τον σκοπό τον οποίο είχαν δημιουργηθεί αρχικά. Για παράδειγμα μπορεί να έχει ηχογραφηθεί μια συνέντευξη για να αναμεταδοθεί στο βραδινό δελτίο ειδήσεων. Ένα μήνα αργότερα η συνέντευξη θα αποτελεί παλιά νέα – αλλά μπορεί να αρχειοθετηθεί για μελλοντική αναφορά.

Ψηφιακή αρχειοθέτηση σημαίνει η αποθήκευση και η οργάνωση κειμένων, εικόνων, φωνητικών, βίντεο σε ψηφιακή μορφή όπως Η/Υ, CDs.

«...Τα αρχεία αποτελούν μη-σημερινές καταχωρήσεις ατόμων, ομάδων, οργανισμών οι οποίες περιλαμβάνουν πληροφόρηση συνεχιζόμενης αξίας. Η μορφή που χρησιμοποιείται συμπεριλαμβάνει φωτογραφίες, φιλμ, βίντεο και ηχητικές μαγνητοφωνήσεις, οπτικούς δίσκους όπως και ημερολόγια ή ανέκδοτα



γράμματα. Οι καταχωρήσεις αρχείων είναι τα προϊόντα καθημερινών δραστηριοτήτων. Οι ερευνητές τα χρησιμοποιούν και για άλλους λόγους για τους οποίους αρχικά είχαν δημιουργηθεί....»

Society of American Archivists

<http://www2.archivists.org/profession>

Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της ψηφιακής αρχειοθέτησης

Η αρχειοθέτηση φωνητικών, βίντεο και κειμένων σε ψηφιακή μορφή έχει θετικά και αρνητικά στοιχεία – εσείς αποφασίζετε ποιο αναφέρεται σε κάθε συγκεκριμένη κατάσταση.



Πλεονεκτήματα

- Η αποθήκευση ψηφιακών στοιχείων παίρνει λιγότερο χώρο από ότι για παράδειγμα οι κασέτες ή οι εφημερίδες. Αυτό επίσης σημαίνει ότι μειώνονται οι πιθανότητες ατυχημάτων πχ από τον ήλιο, από νερό ώστε να χαθούν τα στοιχεία σας.
- Μπορείτε να κρατάτε όλα τα ψηφιακά σας αρχεία σε ένα μέρος – σε μια βάση δεδομένων στην οποία μπορείτε να έχετε πρόσβαση από έναν ή περισσότερους Η/Υ.
- Ένα καλά οργανωμένο σύστημα αρχειοθέτησης επιτρέπει να γίνεται εύκολο το ψάξιμο του περιεχομένου. Για παράδειγμα μπορείτε να βρεις το αρχείο που ψάχνεις έστω και αν έχεις μόνο ένα μικρό κομμάτι πληροφορίας.
- Αν αλλάξετε χώρο εργασίας μπορείτε να μετακινήσετε με ευκολία όλα σας τα αρχεία εφόσον βρίσκονται μέσα στον Η/Υ.
- Οι παραγωγοί των πολυπολιτισμικών μέσων ενημέρωσης που δεν έχουν τα δικά τους αρχεία μπορούν να αποθηκεύουν ψηφιακά στοιχεία σε δωρεάν αρχεία ΜΜΕ που υπάρχουν διαθέσιμα στο ίντερνετ.



Μειονεκτήματα

- Η τεχνολογία έχει και τα ρίσκα της– όταν η βάση δεδομένων χαλάει, η απόκτηση των δεδομένων απαιτεί αρκετό χρόνο και προσπάθεια.
- Η τεχνολογία εξελίσσεται συνεχώς– ένα σύστημα το ποίο θεωρείται καινούριο σήμερα θα είναι παλιό σε 5 χρόνια από τώρα. Αυτό σημαίνει πως κάποιες εταιρίες οι οποίες υποστηρίζουν κάποια συστήματα μπορεί να σταματήσουν να τον κάνουν αν δεν υπάρχει η κατάλληλη ζήτηση των πελατών τους. Επίσης κάποια αρχεία που μπορεί να αρχειοθετήθηκαν ψηφιακά παλιότερα να μην μπορούν να αναγνωριστούν με τα καινούρια δεδομένα.
- Τα δωρεάν ψηφιακά αρχεία μπορούν να κλείσουν.



- ο Τεχνοφοβία. Μπορεί να αποφασίσετε να χτίσετε την αρχειοθέτησή σας χρησιμοποιώντας την νέα τεχνολογία με σκοπό να κάνετε μερικά στοιχεία διαθέσιμα σε περισσότερους ανθρώπους, ώστε να κινητοποιηθούν να κάνουν πράγματα από μόνοι τους. Αυτό που μπορεί να καταστρέψει αυτήν την ιδέα είναι η τεχνοφοβία – «όταν αποφασίζω να κάνω κάτι με τον Η/Υ πάντα κάτι συμβαίνει / χάνω αρχεία, οπότε προτιμώ να μην τον χρησιμοποιώ. Αγχώνομαι» Για να έχετε ικανοποιητικά αποτελέσματα θα πρέπει να ενθαρρύνετε τους ανθρώπους. Αυτό μπορεί να γίνει και μέσω εκπαιδευτικής διαδικασίας ή με το να δίνεται απλές συμβουλές.

Βάσεις δεδομένων

Η ψηφιακή αρχειοθέτηση συνήθως στηρίζεται στην χρήση βάσεων δεδομένων, που αυτοματοποιούν πολλές από τις διαδικασίες που σχετίζονται με την αποθήκευση και την ανάκτηση ζημιών.

Online βάσεις δεδομένων συχνά συνδέονται με το ίντερνετ όπου μπορεί να έχετε πρόσβαση από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου.

Οι Βάσεις δεδομένων εκτός δικτύου δεν συνδέονται με το ίντερνετ. Αποθηκεύονται σ' ένα Η/Υ ή σε CD –ROMs. Οι χρήστες δεν μπορούν να έχουν πρόσβαση από άλλη τοποθεσία.

Οι Τεχνικές προϋποθέσεις για τις βάσεις δεδομένων εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες, συμπεριλαμβανομένου του εύρους των πληροφοριών που χρειάζεται αποθήκευση και επίσης πως επιθυμείτε το περιεχόμενο να αποθηκευτεί.

Διασύνδεση δεδομένων

Η διασύνδεση αφορά τα δεδομένα για τα δεδομένα - ετικετοποίηση ή κατηγοριοποίηση πληροφοριών που αναλύουν τα στοιχεία που συμπεριλαμβάνονται σε βάση δεδομένων / αρχεία. Για παράδειγμα, η βάση δεδομένων φωτογραφιών μπορεί να συμπεριλαμβάνει – για κάθε εικόνα- το όνομα του φωτογράφου, την ημερομηνία και το θέμα της φωτογραφίας. Όταν οι χρήστες «φορτώνουν» ένα αρχείο καλούνται να συμπληρώσουν μια φόρμα με την διασύνδεση δεδομένων που φορτώνουν

Η απόφαση ποια δεδομένα πρέπει να αποθηκευτούν δεν χρειάζεται να είναι μια δύσκολη διαδικασία. Υπάρχουν καθορισμένα σύνολα διασύνδεσης δεδομένων που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για να οργανώσετε τα αρχεία σας.

Επιπροσθέτως σε αυτά τα συστήματα ταξινόμησης, μερικές φόρμες μέσω μαζικής ενημέρωσης έχουν εμφυτεύσει την διασύνδεση δεδομένων στο αρχείο. Για παράδειγμα τα αρχεία MP3 έχουν ετικέτες ID3 που κρατάν πληροφορίες για φωνητικά όπως ο τίτλος του αρχείου, τον καλλιτέχνη κλπ. Όταν δημιουργείτε ένα φωνητικό αρχείο μπορείτε να το σχεδιάσετε ώστε αυτόματα να διαλέγει και να απεικονίζει αυτά τα εμφυτευμένα δεδομένα διασύνδεσης.



Αν και εφόσον οι οργανισμοί αποφασίσουν να χρησιμοποιήσουν ένα κοινό σύνολο διασύνδεσης δεδομένων, είναι πιθανό να αναπτύξουν μια μηχανή αναζήτησης η οποία θα επιτρέπει να γίνεται αναζήτηση σε όλες τις βάσεις δεδομένων διάμεσου ενός διαδικτυακού διασυνδεδετικού στοιχείου.

Προσαρμογή των ψηφιακών αρχείων

Αν σκέφτεστε να αρχειοθετήσετε το περιεχόμενό σας, πρέπει πρώτα να αναλογιστείτε τι χρειάζεστε σε επίπεδα χρόνου και πόρων. Σε αυτήν την ενότητα θα προσπαθήσουμε να ονομάσουμε τις αποφάσεις που θα χρειαστεί να πάρετε κατά την διάρκεια της σχεδιαστικής διαδικασίας με σκοπό να μπορέσετε να προσδιορίσετε τι θα πρέπει να κάνετε με τα αρχεία σας. Βασιζόμενος σ' αυτήν την λίστα ο τεχνικός σας θα μπορέσει να σας προτείνει μερικές λύσεις (τι λογισμικό χρειάζεστε, αν χρειάζεστε εκπαίδευση κλπ).

Γιατί η ψηφιακή αρχειοθέτηση;

Για να απαντήσετε σ' αυτήν την ερώτηση, δείτε τα πλεονεκτήματα που αναφέρθηκαν αρχικά και σκεφτείτε κατά πόσο ταιριάζουν σε εσάς.

- **Όλα τα αρχεία σας αποθηκεύονται σε ένα μέρος. Αποφεύγονται οι ζημιές.**

Έχετε πραγματικά τόσα πολλά αρχεία που χρειάζονται αποθήκευση; Αν ναι, δημιουργείται θέμα αποθήκευσής τους σε ένα δωμάτιο ή χρειάζεστε όσο περισσότερο φυσικό χώρο που μπορείτε να έχετε; Έχετε χώρο στον οποίο μπορούν να αποθηκευτούν όλα τα υλικά σας (εφημερίδες, κασέτες, cds). Χρειάζεστε ψηφιοποίηση σε όλα τα υλικά σας ή σε μέρος αυτών;

Αν σχεδιάζετε να αρχειοθετείτε στοιχεία (βίντεο κασέτες, εφημερίδες, φωτογραφίες) αρκετά συχνά, μετά από κάποιο χρονικό διάστημα θα πρέπει να επεκτείνετε τα αρχεία σας. Μερικές φορές, μπορεί να είναι πιο αποτελεσματικό να επενδύετε σε επιπλέον φυσικό χώρο για αρχειοθέτηση παρά να επενδύετε στο να δημιουργήσετε μια βάση δεδομένων - αν για παράδειγμα θέλετε να αρχειοθετείτε αρχεία βίντεο, θα χρειαστείτε έναν ' γρήγορο' υπολογιστή, και ακριβό λογισμικό. Για να πάρετε μια απόφαση ποιον δρόμο να ακολουθήσετε, σκεφτείτε ποιες θα είναι μακροπρόθεσμα οι συνέπειες για κάθε λύση την οποία κοιτάτε.

- **Εύκολος τρόπος αναζήτησης των αρχείων.**

Θέλετε να μπορούν όλοι να αναζητούν πληροφορίες ; Είναι τα συστήματα σαν αυτά που υπάρχουν πχ στις βιβλιοθήκες, επαρκή για αυτόν τον σκοπό;



Αν θέλετε να κάνετε τα αρχεία σας προσβάσιμα στο ευρύ κοινό, η δημιουργία μιας βάσης δεδομένων μπορεί να αποτελεί λύση.

Ποιοι είναι οι χρήστες;

Με σκοπό να αποφασίσετε πως θα γίνει η αρχειοθέτηση, πρέπει να ρωτήσετε τον εαυτό σας ποιοι είναι οι χρήστες. Ποια είναι τα κοινά τους χαρακτηριστικά, δεξιότητες και ενδιαφέροντα; Με ποιον τρόπο θα χρησιμοποιήσουν την αρχειοθέτηση;

Καθορίστε τι θέλετε να πετύχετε με την αρχειοθέτηση και με την χρήση της από ευρύ κοινό.

- *Θέλετε να 'ανεβάζουν' αρχεία;*
- *Θέλετε να 'κατεβάζουν' αρχεία;*
- *Θέλετε μόνο κάποιοι να μπορούν να έχουν πρόσβαση και να περνούν δεδομένα όπως τίτλος, περιγραφή κλπ ή όλοι;*
- *Θέλετε να υπάρχει αναζήτηση της αρχειοθέτησης και με ποια κριτήρια (τίτλος, τοποθεσία, ημερομηνία)*

Καταχώρηση πνευματικής ιδιοκτησίας και νομικά ζητήματα

Όταν δημιουργείτε το δικό σας αρχείο πρέπει να σκεφτείτε τους όρους με τους οποίους θα προσφέρετε την πληροφόρησή σας.

Οι παραγωγοί συχνά θέλουν να διανέμουν το περιεχόμενο στο ευρύ κοινό αλλά επίσης επιθυμούν να έχουν κάποιο είδους ελέγχου στο περιεχόμενο και να διευκρινίζουν την πνευματική ιδιοκτησία. Η καταπάτηση αυτών των όρων μπορεί να οδηγήσει σε δικαστικές διαμάχες και πρόστιμα.

Οι όροι χρήσης καθορίζουν ποιοι είναι οι περιορισμοί (αν υπάρχουν), τότε για παράδειγμα μπορείτε να «κατεβάσετε» ένα αρχείο. Μπορείτε να ανα-διανείμετε το περιεχόμενο, μπορείτε να το αντιγράψετε χωρίς κόστος; Όταν «ανεβάζετε» περιεχόμενα / πληροφόρηση κάτω από ποιους όρους το κάνετε;

Μερικές αρχειοθετήσεις κατηγοριοποιούνται σαν ανοιχτές στο κοινό ή χωρίς καταχώρηση πνευματικών δικαιωμάτων. Παρόλα αυτά, ακόμα και με αυτούς τους τύπους των βάσεων δεδομένων, μπορεί να υπάρχουν κάποιοι όροι. Αν δεν μπορείτε να βρείτε κάποιο σημείο που να αναφέρεται σε όρους επικοινωνήστε με τον υπεύθυνο βάσης δεδομένων.

Όταν δημιουργείτε την δικιά σας βάση δεδομένων θα πρέπει να φαίνονται ξεκάθαρα οι όροι και οι συνθήκες.



Δείτε τις ήδη υπάρχοντες βάσεις δεδομένων

Μην ανακαλύπτεται τον τροχό.

Δείτε τις υπάρχουσες βάσεις δεδομένων και κατά πόσο ανταποκρίνονται στις ανάγκες σας. .

Οι βάσεις δεδομένων μπορούν να προσαρμοστούν στις ανάγκες του κάθε πελάτη. Αν θέλετε να δημιουργήσετε την δικιά σας βάση δεδομένων επικοινωνήστε με κάποιον που ήδη το έχει κάνει.

Ανάλυση περιεχομένου

Τι είδους αρχεία η βάση δεδομένων πρόκειται να αποθηκεύσει;

Θα είναι μια φωνητική βάση δεδομένων, ή θα θέλετε να αποθηκεύετε και βίντεο και κείμενα; ?

Αυτήν η πληροφόρηση θα βοηθήσει τον παροχέα τεχνολογιών να αποφασίσει τι είδους βάση δεδομένων χρειάζεστε.

Τώρα, σκεφτείτε πως θέλετε να οργανώσετε το περιεχόμενο. Ένας εύκολος τρόπος να σκεφτείτε για αυτό είναι να σκεφτείτε πως αναμένετε το κοινό να αναζητήσει το περιεχόμενο των πληροφοριών σας.

Διαχείριση βάσης δεδομένων

Η βάση δεδομένων σας δεν είναι στατική.

Ο αριθμός περιεχομένων θα αυξάνεται με τον χρόνο.

- Σχετική θεματολογία
- Οργάνωση
- Λειτουργικότητα



ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΑΣΚΗΣΕΙΣ

Άσκηση 1

Χωριστείτε σε ομάδες των τριών ατόμων.

Κάθε ομάδα πρέπει να κοιτάξει σε ένα ή περισσότερα ψηφιακά αρχεία και αναλύστε τα σύμφωνα με τα παρακάτω:

- 0 Κοινό
- 0 Ευκολία στην χρήση
- 0 Πως οργανώνετε το περιεχόμενο
- 0 Τι πληροφόρηση έχουν αποθηκευμένα (τίτλος, όνομα παραγωγού κλπ)
- 0 Ποια τεχνολογία πιστεύετε πως αυτά τα αρχεία προϋποθέτουν
- 0 Τι δεν σας αρέσει, τι σας αρέσει για αυτά τα αρχεία

Άσκηση 2

Σχεδιάστε ένα πλάνο για το πώς μπορείτε να χτίσετε το δικό σας αρχείο με αύξων αριθμό τομείς και θέματα που θέλετε να σκεφτείτε .



ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ

Αρχεία	Τα αρχεία είναι οργανωμένες συλλογές από παλιές καταχωρήσεις και υλικά που έχουν κάποια αξία και στην σημερινή εποχή
Ψηφιακά στοιχεία	«Η παρουσίαση της πληροφόρησης της γλώσσας που χρησιμοποιείται από τους Η/» Η ψηφιακή αρχειοθέτηση κειμένων, εικόνων, ηχητικών και βίντεο που σημαίνει η συστηματική αποθήκευση τους στους Η/Υ ή σε άλλα ψηφιακά μέσα όπως τα CDs.
Διασύνδεση δεδομένων	Η διασύνδεση αφορά τα δεδομένα για τα δεδομένα - ετικετοποίηση ή κατηγοριοποίηση πληροφοριών που αναλύουν τα στοιχεία που συμπεριλαμβάνονται σε βάση δεδομένων / αρχεία. Για παράδειγμα, η βάση δεδομένων φωτογραφιών μπορεί να συμπεριλαμβάνει – για κάθε εικόνα- το όνομα του φωτογράφου, την ημερομηνία και το θέμα της φωτογραφίας. Η διασύνδεση δεδομένων την εύρεση και την διαχείριση των φωτογραφιών στην βάση δεδομένων.
Στοιχεία διασύνδεσης δεδομένων	Ατομικά στοιχεία – για παράδειγμα «ημερομηνία» ή «εκδότης»
Σύνολο διασύνδεσης δεδομένων	Η ομάδα των στοιχείων διασύνδεσης δεδομένων που χρησιμοποιούνται για τη βάση δεδομένων / αρχεία. Υπάρχει ένας αριθμός κοινών κριτηρίων διασύνδεσης δεδομένων που διευκολύνουν το μοίρασμα των πληροφοριών ανάμεσα στις βάσεις δεδομένων.
Κριτήρια διασύνδεσης δεδομένων	Ένα πρότυπο σύνολο διασύνδεσης δεδομένων που χρησιμοποιείται από διαφορετικούς οργανισμούς που τους διευκολύνει να ψάξουν στις βάσεις δεδομένων τους



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

8. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

«ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ»



ΕΝΟΤΗΤΑ 8 «ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ»

Ο ραδιοφωνικός σταθμός ως πολυπολιτισμικό κέντρο:

Τα άτομα τα οποία θα ασχοληθούν θα έχουν μεγάλη ανομοιομορφία, θα προέρχονται από όλες τις τάξεις, εθνικότητες, ηλικίες και φυσικά θα έχουν διαφορετικές ικανότητες. Η προσπάθεια ομαδοποίησής τους ώστε να κατανοήσουν τον κοινό σκοπό αποτελεί σημαντικό στοιχείο. Αν αυτό επιτευχθεί θα είναι πολύ πιο εύκολο να προκαλείται η ενεργή συμμετοχή των εθελοντών και το αυξημένο ενδιαφέρον τους ώστε να υπάρχει κλίμα αλληλοβοήθειας και υποστήριξης.

Γενικά η λειτουργία ενός σταθμού σαν πολυπολιτισμικό κέντρο μπορεί να είναι μια υγιής και απαραίτητη διαδικασία. Αλλά πρέπει να λειτουργεί μέσα από οριοθετήσεις για να αποφεύγονται διαφωνίες και για να μην χαθεί ο πρωταρχικός σκοπός- δηλαδή το πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο να «υπηρετεί» την ευρύ κοινωνία.

ΝΑΙ:

- ✓ Δημιουργία φιλικού κλίματος στους εθελοντές και στους επισκέπτες
- ✓ Οι εθελοντές θα πρέπει να απομακρύνονται όταν θεωρείται απαραίτητο. Η συμμετοχή τους καλό είναι να μην ξεπερνάει τις 15 ώρες την εβδομάδα
- ✓ Θα πρέπει η συμμετοχή τους να είναι ενεργή κατά την παραμονή τους στον σταθμό ώστε να αισθάνονται παραγωγικοί
- ✓ Επιτρέψτε σε μερικούς εθελοντές να επισκέπτονται συχνά το κέντρο αν κρίνεται απαραίτητο
- ✓ Να θυμάστε ότι οι εθελοντές κάποιες φορές μπορεί να έχουν συγκεκριμένες ανάγκες— όταν αυτό τους αποσπά από την ικανότητά τους να «κάνουν ραδιόφωνο» γίνεται και δικό σας πρόβλημα
- ✓ Να είστε γνώστες των δικών σας δυνατοτήτων όταν χειρίζεστε πολύπλοκα προβλήματα
- ✓ Μην αναμένετε μόνο εθελοντές οι οποίοι είναι αξιόπιστοι και εμπνέουν εμπιστοσύνη. Όχι μόνο θα αποτύχετε να εκπληρώσετε τον ρόλο σαν πολυπολιτισμικός σταθμός αλλά μπορεί να χάσετε την ευκαιρία να



συνεργαστείτε με ικανότατους ανθρώπους οι οποίοι θα κερδίσουν πολλά από την συνεργασία σας και εσείς από αυτούς

- ✓ Να είστε ξεκάθαροι με τους εθελοντές σας για το ποιοι είναι οι κανόνες του πολυπολιτισμικού ραδιοφώνου και γιατί υπάρχουν

Η δυναμική των εθελοντών:

Πρέπει να καταστεί σαφές ότι οι εθελοντές αποτελούν απαραίτητο στοιχείο για κάθε επιτυχημένο ραδιοφωνικό σταθμό, αλλά μην πάρετε ως δεδομένο ότι το πάθος που τους διακρίνει στην αρχή υπάρχει απαραίτητα και στην πορεία.

Ο ρόλος του προσωπικού:

Ο ρόλος του προσωπικού δεν είναι να «κάνουν ραδιόφωνο». Ο ρόλος τους είναι να δημιουργήσουν τις κατάλληλες προϋποθέσεις για τα μέλη της κοινότητας να «κάνουν ραδιόφωνο». Δίνοντας την δυνατότητα στα μέλη της κοινότητας να «κάνουν ραδιόφωνο» όχι μόνο καλύπτει διοικητικές ανάγκες αλλά επίσης σημαίνει να αναγνωρίζονται και οι προσωπικές ανάγκες των εθελοντών. Έως ένα βαθμό αυτή η αρμοδιότητα βαρύνει κάθε μέλος του προσωπικού αλλά πολλές φορές προσδιορίζεται ένα άτομο το οποίο αναλαμβάνει την υποστήριξη των εθελοντών.

Τα μέλη του προσωπικού πρέπει να συμμετέχουν σε θέματα τόσο διαφορετικά όπως:

- φυσική υγεία
- προσωπική υγιεινή (αυτό αποτελεί κοινό πρόβλημα όταν ένας μεγάλος αριθμός ατόμων χρησιμοποιεί ένα μικρό στούντιο και πολλές φορές είναι δύσκολο να γίνει σωστή διαχείριση – θα βοηθούσε γραπτή πολιτική στα συμφωνητικά των εθελοντών)
- οικονομικές κρίσεις
- μετανάστευση και προβλήματα διαμονής
- οικογενειακή βία
- προβλήματα γλώσσας
- προβλήματα εθισμού κλπ



Φυσικά παρεμβάσεις σε πολλά από τα παραπάνω απαιτούν επαγγελματική βοήθεια που δεν συνάδουν με τις αρμοδιότητες του προσωπικού του πολυπολιτισμικού ραδιοφώνου. Αλλά η γνώση των κατάλληλων υπηρεσιών αποτελεί βασική δεξιότητα. Πάντα θα υπάρχουν διαφωνίες και μικροπροβλήματα τα οποία μπορεί να έχουν αντίκτυπο στην εργασία των εθελοντών. Η υποστήριξη καθώς και κάποια λόγια παρηγοριάς σε τέτοιες περιπτώσεις αποτελούν σημαντικά εργαλεία για κάποιον που εργάζεται σε πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο.

Είναι σημαντικό να θυμάστε πως μερικοί εθελοντές μπορεί να έχουν σοβαρά προβλήματα αλλά να πιστεύουν πως δεν άπτονται τις δικής σας αρμοδιότητας. Σε αυτές τις περιπτώσεις θα πρέπει να γίνεται ξεκάθαρο πως είτε αφήνουν κάποιον να τους βοηθήσει εφόσον είναι εφικτό, είτε θα πρέπει να απέχουν κάποιο διάστημα από το πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο έως ότου επιλυθούν τα προβλήματα.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί πως μερικοί εθελοντές, για προσωπικούς, πολιτιστικούς, φυλετικούς ή άλλους λόγους μπορεί να θέλουν να μιλήσουν μόνο σε άτομα τα οποία ανήκουν στο ίδιο φύλο ή θρησκεία κλπ οπότε κρίνεται χρήσιμο να υπάρχει περισσότερο από ένα μέλος του προσωπικού το οποίο να έχει έστω μια ελάχιστη συμμετοχή στην υποστήριξη εθελοντών.

Το προσωπικό του σταθμού πρέπει να μάθει πότε είναι σημαντικό να αναμιχθεί, πότε κρίνεται απαραίτητο να ζητήσει την βοήθεια επαγγελματιών και πότε θα πρέπει να πει με ευγενικό τρόπο στον εθελοντή / εθελόντρια να σταματήσει να ενοχλεί (αρκετά συχνά θα πρέπει να λέγεται)

Το προσωπικό σε ένα πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο:

- έχει καθήκον να υποστηρίζει και να ενδιαφέρεται για τους εθελοντές
- πρέπει να αναγνωρίζει ότι κάθε είδους πρόβλημα μπορεί να επηρεάσει την συμπεριφορά και τις ικανότητες του εθελοντή
- δεν θα πρέπει να επεμβαίνουν στις ζωές των άλλων όταν δεν είναι καλοδεχούμενοι
- πρέπει να μάθουν πότε πρέπει να εμπλέκονται και πότε όχι

Τραβώντας την γραμμή:

Όταν οι εθελοντές έχουν πρόβλημα τα μέλη του προσωπικού του πολυπολιτισμικού ραδιοφώνου πρέπει να γνωρίζουν:

- πότε πρέπει να επέμβουν
- πότε να σταματήσουν



Το πρώτο σημείο είναι ξεκάθαρο – όταν έρχονται σε εσάς και σας ζητάν βοήθεια ή σας αναλύουν τους λόγους που δεν μπορούν να ανταποκριθούν στα καθήκοντά τους.

Σαν ειδικοί σε θέματα πολυπολιτισμικού ραδιοφώνου πρέπει να είστε ξεκάθαροι για το που κυμαίνονται οι γνώσεις σας. Προφανώς δεν είστε κοινωνικός λειτουργός, γιατρός, ψυχολόγος κλπ.

Επίσης καλό είναι να μην υπάρχουν δεσμεύσεις και υποσχέσεις που δεν μπορούν να γίνουν. Είναι σημαντικό οι εθελοντές να κατανοήσουν τι είστε ικανοί να κάνετε για αυτούς και ότι αποφεύγετε κάθε εξάρτηση η οποία αναπτύσσεται. Υπάρχει μια διαχωριστική γραμμή μεταξύ μιας επικοινωνιακής εργασιακής φιλίας και της αδιάκριτης εξάρτησης. Το προσωπικό πρέπει να τηρεί την υποστηρικτική σχέση στην δουλειά αλλά να μην προχωράει σε άλλες μεθόδους.

Η υποστήριξη που δίνεται τους εθελοντές από το προσωπικό:

- είναι δυνητικά απεριόριστη, οπότε πρέπει να μάθει που να τραβήξει την γραμμή
- η βοήθεια πρέπει να περιορίζεται στην γνώση και στην εκπαίδευση του εκάστοτε υπαλλήλου
- δεν πρέπει να συνεχίζει έξω από το περιβάλλον του σταθμού

Αναγνώριση και πρόσβαση άλλων υποστηρικτικών υπηρεσιών :

Όταν δίνεται βοήθεια σε κάποιο εθελοντή να έχει πρόσβαση σε άλλους υποστηρικτικούς φορείς ο ρόλος σας θα είναι συχνά υποστηρικτικός. Πολλά άτομα δυσκολεύονται να τα βγάλουν πέρα με την γραφειοκρατία και δυσκολεύονται να συμπληρώσουν επιπλέον έντυπα.

Τα πολυπολιτισμικά κέντρα ενημέρωσης είναι σε ασυνήθιστη ευοίωνη θέση αναφορικά με την πρόσβαση εξωτερικής βοήθειας. Μπορεί ήδη να έχετε δημιουργήσει επαφές από παρελθοντικές συνεργασίες και να έχετε ήδη αποκτήσει την προσωπική επαφή. Μην διστάζετε να την χρησιμοποιήσετε για να βοηθηθείτε να βρείτε την κατάλληλη βοήθεια για τον εθελοντή. Πολλές φορές χρειάζεται χρόνος να χτιστεί μια τέτοια σχέση αλλά αξίζει. Πρέπει να έχετε σε πρώτη ζήτηση τις κατάλληλες επαφές με κάποιον ο οποίος έχει σχέση με κοινωνικές υπηρεσίες, εκπαίδευση, απεξάρτηση, ψυχιατρικά κέντρα, δομές μετανάστευσης κλπ.

Για να έχετε πρόσβαση σε εξωτερική υποστηρικτική υπηρεσία:

- μπορεί να χρειάζεται ένα απλό τηλεφώνημα ή να πάρει μήνες



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

- πρέπει να χρησιμοποιείται κάθε επαφή
- αν δεν γνωρίζετε πώς θα έχετε πρόσβαση στην υπηρεσία που χρειάζεστε, απευθυνθείτε σε κάποιον που μπορεί να γνωρίζει



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»



Αξιολόγηση και Εποπτεία :

Ο πιο κοινός τρόπος για να αναγνωρίσετε τα προβλήματα που δημιουργούνται για έναν εθελοντή είναι από την μορφή της εποπτείας που υπάρχει. Επίβλεψη φυσικά δεν σημαίνει να παρατηρείτε κάθε τους κίνηση. Αντιθέτως σημαίνει να έχετε συχνή επικοινωνία μαζί τους για να αναγνωρίζετε τα προβλήματα που μπορεί να υπάρχουν και να προσφέρετε βοήθεια εκεί που μπορείτε. Η αξιολόγηση και η εποπτεία αποτελούν ζωτικής σημασίας θέματα αλλά πρέπει να σχεδιάζονται γύρω από τις διαδικασίες (πχ τι έχει επιτευχθεί στην πραγματικότητα) παρά στο αναμενόμενο αποτέλεσμα (πχ τι θα μπορούσε να είχε επιτευχθεί σύμφωνα με αυτά που είχαν αρχικά οριστεί σαν επιτεύξιμοι στόχοι). Είναι συνετό να υπάρχει ένα τυπικό αξιολογικό σύστημα όπου κάθε εθελοντής έχει συνάντηση με ένα μέλος του προσωπικού σε τακτά χρονικά διαστήματα (μηνιαία ή τετραμηνιαία) αλλά καλό θα ήταν να γίνεται και μια άτυπη συνομιλία με τους εθελοντές όποτε δίνεται η ευκαιρία.

Θα πρέπει να τηρούνται αρχεία αυτών των τυπικών αξιολογήσεων και αυτά θα πρέπει να συμπεριλαμβάνουν πληροφορίες οι οποίες δεν μπορούν να μετρηθούν στατιστικά:

- εμφάνιση
- αυτοπεποίθηση
- κρίση και ανάληψη πρωτοβουλιών
- επικοινωνιακές δεξιότητες
- κοινωνικές και δια-προσωπικές δεξιότητες
- οργανωτικές δεξιότητες
- συμπεριφορά

Ενεργοποιώντας τους εθελοντές στην συλλογή των παραπάνω τους γίνεται κατανοητό πως η διαδικασία τους αφορά άμεσα.

Τα συστήματα αξιολόγησης και εποπτείας:

- αποτελούν το κλειδί για να αναγνωρίζονται τα προβλήματα νωρίς
- πρέπει να δίδεται προσοχή σε στοιχεία που δεν είναι ποσοτικά μετρήσιμα
- πρέπει να συμπεριλαμβάνει μια μίξη τυπικών και άτυπων συναντήσεων



Ο ρόλος των εθελοντών :

Όταν ένα πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο πάει καλά οι εθελοντές δεν θα πρέπει να είναι παθητικοί δέκτες εκπαίδευσης, υποστήριξης και διοίκησης και υπηρεσιών αλλά να είναι ενεργοί συμμετέχοντες σε όλα τα παραπάνω. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι αναλαμβάνουν ρόλους υποστήριξης άλλων εθελοντών οι οποίοι θέλουν περισσότερη ενθάρρυνση. Αυτήν η συμμετοχική συνεργασία απορρέει φυσικά από ένα καλό περιβάλλον εργασίας. Όταν το κλίμα είναι καλό, τα άτομα εμπνέονται να βοηθούν τους συναδέλφους τους. Αν όμως οι εθελοντές αισθανθούν πως δεν μοιράζονται όλες τις διαδικασίες, η συμμετοχική συνεργασία εκλείπει. Άρα η ενίσχυση ενός ευνοϊκού κλίματος με διάχυτη την έννοια της ομαδικότητας αποτελεί σημαντικό παράγοντα.

Υποδείξεις:

- κοινωνικά γεγονότα / εκδηλώσεις
- συχνές συναντήσεις εθελοντών
- γνωριμία όλων των μελών του πολυπολιτισμικού ραδιοφώνου
- εσωτερικά newsletter για τους εθελοντές και για την χρησιμότητά τους
- εργαλεία που βοηθούν την επικοινωνία (πχ email)

Ο ρόλος του εθελοντή:

- Υποστήριξη και βοήθεια στους άλλους εθελοντές
- Υποστήριξη και βοήθεια στο προσωπικό του πολιπολιτισμικού ραδιοφώνου
- Συμμετοχή στην διοίκηση του σταθμού
- Να είναι έτοιμοι να αναλάβουν τις ευθύνες ενός μέλος του προσωπικού αν κάτι συμβεί



Ένταξη εθελοντών :

Η καλή ένταξη των εθελοντών αποτελεί σημαντικό παράγοντα για να αναπτυχθεί ένα σημαντικό κλίμα συνεργασίας με τους εθελοντές. Η συμμετοχή των εθελοντών πρέπει να σημαίνει ευκαιρία για να μάθουν ότι σχετίζεται με την λειτουργία του σταθμού, με αναφορά τόσο στους κανόνες του όσα και στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους. Από την άλλη πλευρά, είναι σημαντικό για το προσωπικό του σταθμού να μάθει τα πάντα για τους εθελοντές. Αυτό μπορεί να συμπεριλάβει:

- ποιες δεξιότητες και εμπειρίες κουβαλάν ώστε να βοηθηθεί το πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο;
- ποιες επιπλέον δεξιότητες και εμπειρίες θέλουν να αναπτύξουν;
- ποια θέματα της προσωπικής τους ζωής μπορεί να εισέρχονται και να επηρεάζουν την συμμετοχή τους;
- ποιες μαθησιακές και υποστηρικτικές ανάγκες έχουν;

Η ένταξη σημαίνει ότι οι απαντήσεις στις παραπάνω ερωτήσεις είναι εμπιστευτικές, ότι έχουν ρωτηθεί για να τους παρασχεθεί η απαραίτητη βοήθεια όταν χρειάζεται, ότι οι απαντήσεις δεν θα επηρεάσουν την συμμετοχή τους.

Η ένταξη είναι σημαντική:

- για τους εθελοντές να μάθουν το πολυπολιτισμικό ραδιόφωνο
- για τα μέλη του προσωπικού να μάθουν τους εθελοντές



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

9. ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ



ΕΝΟΤΗΤΑ 9 « ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ»

ΕΝΑΣ ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΝΑ ΜΕΤΑΤΡΕΨΟΥΜΕ ΤΙΣ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΙΣ / ΔΙΑΦΩΝΙΕΣ ΣΕ ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΟΔΗΓΟ

Αυτός ο οδηγός της Συμμετοχικής Επίλυσης Προβλημάτων έχει σχεδιαστεί για ανθρώπους που θέλουν να μάθουν πώς να επιλύσουν συγκρούσεις και διαφωνίες με άλλα άτομα με τρόπο που οδηγεί σε αμοιβαίες συμφωνίες και δυνατότερες σχέσεις. Στην ουσία αποτελεί τον οδηγό για την διεξαγωγή του εργαστηρίου της Συμμετοχικής Επίλυσης Προβλημάτων αλλά μπορεί να φανεί χρήσιμος και από μόνος του.

Αν και οδηγός έχει γραφτεί για να επιληφθεί των συγκρούσεων - διαφωνιών μεταξύ δυο ατόμων ενώ μπορεί να χρησιμοποιηθεί και μέσα σε ομάδες και ανάμεσα σε ομάδες.

Ο οδηγός πραγματεύεται τα ακόλουθα θέματα:

- η σύγκρουση ως φυσική πηγή
- πώς να «επιτίθεται» κάποιος στα προβλήματα ενώ παράλληλα σέβεται τους γύρω του
- πως τίθεται ένα θέμα επικοινωνητικά
- διερεύνηση αντίθετων απόψεων για την ανακάλυψη κοινών ενδιαφερόντων
- -δημιουργία εναλλακτικών λύσεων που να απευθύνεται στις ανάγκες όλων των ενδιαφερόμενων μερών
- πώς να δίδονται ξεκάθαρες λύσεις
- χειρισμός διαφορετικών αντιλήψεων
- πώς να διαχειρίζεται κανείς τα συναισθήματά του
- σωστή χρήση της συμμετοχικής διαδικασίας



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

Πως διαπραγματευόμαστε με τις συγκρούσεις - διαφωνίες: Είναι απόλυτα φυσιολογικό για τα άτομα να αντιμετωπίζουν καταστάσεις διαφωνίας μεταξύ τους. Οι διαφωνίες υφίστανται γιατί ο καθένας από εμάς αντιλαμβάνεται τον κόσμο διαφορετικά. Αν όλοι συμφωνούσαμε μεταξύ μας, η ζωή θα ήταν βαρετή. Φυσικά δεν έχουμε την επιλογή για το πότε θα επέλθει η σύγκρουση αλλά μπορούμε να επιλέξουμε πως θα την αντιμετωπίσουμε. Στην πραγματικότητα έχουμε τρεις επιλογές: της φυγής, της μάχης, της ένωσης

Φυγή: Μπορούμε να αποφύγουμε να διαπραγματευτούμε την σύγκρουση. Κάποιες φορές το σοφότερο πράγμα που μπορούμε να κάνουμε είναι να αφήσουμε το άλλο άτομο να κάνει κάτι με τον δικό του τρόπο. Αλλά αν αγνοήσουμε τις διαφωνίες που μπορεί να πληγώνουν τους άλλους, τις σχέσεις μας ή τους εαυτούς μας, η διαφωνία θα αναπτύσσεται συνεχώς.

Μάχη: Σε άλλες περιπτώσεις, μπορεί να αποφασίσουμε να επιληφθούμε της σύγκρουσης μέσα από την αντιπαράθεση. Αυτό μπορεί να πάρει πολλές μορφές: δικαιοσύνης, επιχειρήματος, καταναγκασμού, δύναμης, δαιτησίας. Αυτές οι προσεγγίσεις δίνουν την νίκη στην μια μόνο ενδιαφερόμενη πλευρά

Ένωση: Υπάρχουν στιγμές που θέλουμε να επιληφθούμε μιας διαφωνίας - σύγκρουσης με τρόπο που θα λύσει το πρόβλημα και θα βελτιώσει την σχέση μας με την άλλη ενδιαφερόμενη πλευρά. Ενώ αυτό απαιτεί πειθαρχία και χρόνο, έχει το πλεονέκτημα ότι αναπτύσσει μια μακροχρόνια συνεργασία και αμοιβαίο σεβασμό. Αυτή η μέθοδος λέγεται Συμμετοχική Επίλυση Προβλημάτων

Παρακάτω ακολουθούν δυο διαφορετικές μέθοδοι για την επίλυση προβλημάτων:

ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΙΛΥΣΗΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

Αντιπαλότητα:

- Οι ενδιαφερόμενες πλευρές βλέπουν τους εαυτούς τους ως αντιπάλους.
- Η διαπραγμάτευση βασίζεται στις προσωπικές θέσεις και αντιλήψεις.



- Τα γεγονότα χρησιμοποιούνται για να στηρίξουν τις προσωπικές θέσεις και αντιλήψεις.
- Πόλωση των ενδιαφερόμενων πλευρών και θεμάτων.
- Οι προσωπικές επαφές περιορίζονται ανάμεσα στα ενδιαφερόμενα μέρη.
- Αναφέρονται τα νικητήρια επιχειρήματα.
- Ενδίδουν σε όλες ή σε καμία επίλυση του προβλήματος.
- Οι εναλλακτικές λύσεις λιγοστεύουν πολύ γρήγορα.
- Χαρακτηρίζεται από υψηλά συναισθήματα και υποψίες.
- Τρίτοι επεμβαίνουν πριν τα θέματα προλάβουν να ωριμάσουν.
- Η εξουσία της απόφασης επαναπαύεται στην κρίση.
- Οι ενδιαφερόμενες πλευρές συχνά είναι ανικανοποίητες από το αποτέλεσμα.
- Συχνά υπάρχει πικρία και μακροχρόνια δυσπιστία.

Συμμετοχικότητα:

- Τα ενδιαφερόμενα μέρη βλέπουν τους εαυτούς τους ως ικανούς να επιλύσουν το πρόβλημα συμμετοχικά.
- Η διαπραγμάτευση βασίζεται στα ενδιαφέροντα.
- Οι ενδιαφερόμενες πλευρές κάνουν κοινές προσπάθειες για να καθορίσουν τα γεγονότα.
- Κοινή αναζήτηση για τα υποκρυπτόμενα ενδιαφέροντα.
- Οι προσωπικές συζητήσεις ενθαρρύνονται ανάμεσα στις ενδιαφερόμενες πλευρές.
- Αναφέρονται οι εναλλακτικές λύσεις που μπορούν να φέρουν κάποιο αποτέλεσμα.
- Ενδίδουν στην επίλυση του προβλήματος ενσωματώνοντας τα ενδιαφέροντα.
- Οι εναλλακτικές λύσεις είναι ανοιχτές πάντα.
- Η διαδικασία χαρακτηρίζεται από σεβασμό.
- Αναγνωρίζονται τα θέματα πριν οι προσωπικές απόψεις καθοριστούν.
- Η εξουσία της απόφασης είναι κοινή για τα ενδιαφερόμενα μέρη.



- Το αποτέλεσμα πρέπει να είναι ικανοποιητικό για όλες τις ενδιαφερόμενες πλευρές.
- Προωθεί την εμπιστοσύνη και τις θετικές σχέσεις.

Αυτός ο οδηγός θα σας καθοδηγήσει βήμα- βήμα πώς να επιτύχετε στην επίλυση των προβλημάτων μέσα από την συνεργασία.

Τέσσερα βήματα για τη Συμμετοχική Επίλυση των Προβλημάτων:

1. Θέσε το ζήτημα στο άλλο άτομο με τρόπο που δείχνει συνεργασία.
2. Ακούστε ο ένας τον άλλον για να ανακαλύψετε τα ενδιαφέροντά σας.
3. Δημιουργήστε εναλλακτικές επιλογές – πιθανούς τρόπους για να επιλύσετε το πρόβλημα.
4. Αναπτύξτε μια συμφωνία που ανταποκρίνεται σε όσα περισσότερα ενδιαφέροντα και για τις δυο ενδιαφερόμενες πλευρές.

Τα δύο μυστικά της Συμμετοχικής Επίλυσης Προβλημάτων:

- Μετακίνηση των επιχειρημάτων από τις προσωπικές απόψεις στην διερεύνηση των ενδιαφερόντων.
- Ο τρόπος για να γίνει αυτό είναι να ακούσετε και να κατανοήσετε την άποψη του άλλου ατόμου – και να κατανοήσετε κατά πόσο συμφωνείτε ή όχι.

Οι τρεις κανόνες της Συμμετοχικής Επίλυσης Προβλημάτων:

- ✓ Να διαχειρίζεστε την διαφωνία / σύγκρουση ως φυσική πηγή: αποτελεί μέρος της ζωής μας και μπορεί να είναι πηγή επίλυσης προβλημάτων και ενδυνάμωσης των σχέσεων όταν το διαχειριζόμαστε καλά.
- ✓ Σεβασμός στα άτομα – επίθεση στα προβλήματα: όταν μας επιτίθενται, συνηθίζουμε να υπερασπιζόμαστε τους εαυτούς μας και να αποφεύγουμε το πρόβλημα. Από την άλλη, όταν κάποιος μας δείχνει σεβασμό, είναι ευκολότερο να λύσουμε το πρόβλημα μαζί του.



- ✓ **Φανταστείτε την επιτυχία:** η συμμετοχική επίλυση προβλημάτων προϋποθέτει πίστη και εμπιστοσύνη. Αν προσεγγίσουμε κάποιο άλλο πρόσωπο να λύσουμε από κοινού το πρόβλημα, αλλά στην πραγματικότητα πιστεύουμε πως δεν πρόκειται να γίνει τίποτα, η αποτυχία είναι δεδομένη. Από την άλλη πλευρά, αν μπορούμε να φανταστούμε την επιτυχία πριν την αρχή, ακόμα και αν δεν ξέρουμε πως θα την επιτύχουμε, θα μας γεμίσει εμπιστοσύνη, απαραίτητη προϋπόθεση για την επιτυχία.

Επίθεση στο πρόβλημα – τα τέσσερα βήματα στην Συμμετοχική Επίλυση Προβλημάτων:

1. **Θέστε το θέμα:** αν δεν θέσετε το θέμα δεν θα μπορέσετε και να το διαχειριστείτε. Είναι σημαντικό να το θίξετε με τρόπο που δηλώνει συνεργασία ώστε να μπορέσει να επιλυθεί το πρόβλημα
2. **Ανακαλύψτε τα κοινά ενδιαφέροντα:** κάτω από τις διαφοροποιημένες προσωπικές μας απόψεις, βρίσκονται συχνά κοινά ενδιαφέροντα. Από την στιγμή που αυτά ανακαλύπτονται, μπορούν να αποτελέσουν την βάση για αμοιβαία επίλυση προβλημάτων
3. **Παραγωγή εναλλακτικών λύσεων:** είναι πάντα χρήσιμο να υπάρχει συνεργασία για να παραχθούν πιθανοί τρόποι επίλυσης ενός προβλήματος πριν παρθούν οι τελικές αποφάσεις
4. **Ανάπτυξη συμφωνιών:** αν τα τρία παραπάνω στάδια έχουν γίνει με επιτυχία, η ανάπτυξη συμφωνίας που ανταποκρίνεται στα συμφέροντα και των δυο ενδιαφερόμενων πλευρών είναι συνήθως ο γρηγορότερος δρόμος

Σεβασμός στον άνθρωπο: τρεις οδηγίες:

Διαχείριση Συναισθημάτων:

Τα συναισθήματα είναι φυσιολογικά και υγιή. Καταδεικνύουν πως ό,τι συμβαίνει είναι σημαντικό. Παρόλα αυτά μπορούν να αποπροσανατολίσουν την Συμμετοχική Επίλυση Προβλημάτων. Για αυτό γνωρίζοντας την διαχείρισή τους, έχουμε κάνει ένα βήμα προς την επίλυση του προβλήματος.



Σεβασμός στις Αντιλήψεις:

Όλοι αντιλαμβανόμαστε τον κόσμο κάτω από διαφορετική σκοπιά. Αν υποτιμήσουμε το άλλο άτομο επειδή δεν βλέπει τα πράγματα με τον δικό μας τρόπο, έχουμε ήδη τοποθετήσει ένα εμπόδιο για συνεργασία. Από την άλλη αν διαχειριστούμε τις διαφορετικές αντιλήψεις με σεβασμό μπορούν να αποτελέσουν πηγές κοινής κατανόησης και δημιουργικών λύσεων.

Προσεχτική Ακρόαση:

Αποτελεί ίσως το σημαντικότερο κομμάτι για μια επιτυχημένη διαχείριση προβλήματος. Όταν ακούμε το άλλο άτομο δεν μαθαίνουμε μόνο περισσότερα για το πρόβλημα και πιθανές λύσεις για να το λύσουμε, αλλά επίσης χτίζουμε μια γέφυρα σεβασμού και εμπιστοσύνης, η οποία είναι σημαντική για να επιτευχθεί η συμφωνία.

ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

- ❖ Οι ενδιαφερόμενες πλευρές αντιλαμβάνονται την διαδικασία ως δίκαιη.
- ❖ Οι ενδιαφερόμενες πλευρές επεξεργάζονται τις δικές τους συμφωνίες.
- ❖ Υπάρχει δέσμευση συμφωνιών.
- ❖ Βελτιώνεται η αμοιβαία κατανόηση και ο σεβασμός.
- ❖ Σε βάθος χρόνου, η συμμετοχική διαδικασία απαιτεί λιγότερο χρόνο και μικρότερο κόστος από ότι οποιαδήποτε άλλη μέθοδος.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΘΕΤΟΝΤΑΣ ΤΟ ΘΕΜΑ

Ο τρόπος με τον οποίο θέτουμε ένα ζήτημα έχει αποτέλεσμα σ' όλη την διαδικασία επίλυσης του προβλήματος. Αν θέσουμε το ζήτημα με δομημένο τρόπο, βάζουμε τη βάση για να επιλύσουμε την διαφωνία / σύγκρουση επικοινωνιακά.

Οδηγίες

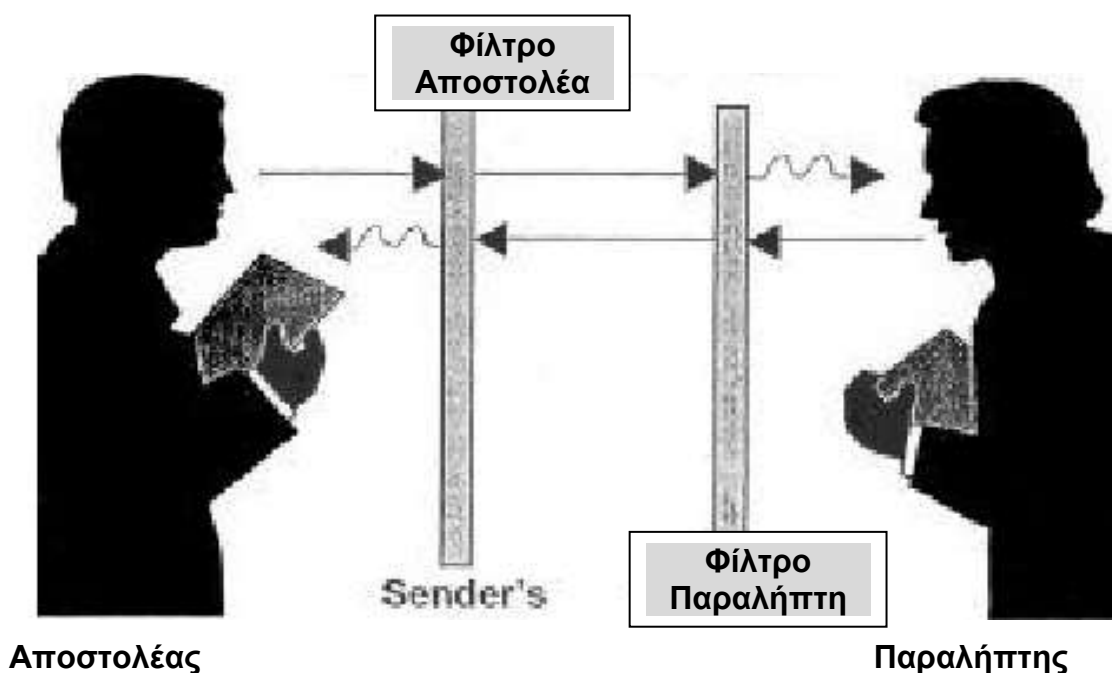
1. Προετοιμασία
2. Φέρτε το στο προσκήνιο εξηγώντας πιο είναι το πρόβλημα και γιατί θεωρείτε πως υπάρχει, να είστε σύντομοι, να μιλήσετε για συμπεριφορές
3. Προσκαλέστε τα άτομα για συνεργασία
4. Ακούστε και κατανοήστε: να ακούτε με προσοχή και υπομονή

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΠΡΟΣΕΧΤΙΚΗ ΑΚΡΟΑΣΗ

Μπορεί να θελήσετε να υπερασπιστείτε την άποψή σας (και έτσι να σταματήσετε την διαδικασία της συμμετοχικής επίλυσης προβλημάτων) ή μπορείτε να ακούσετε το άλλο άτομο και να κάνετε το καλύτερο για να καταλάβετε την άποψή του. Αν το κάνετε επιτυχιμένα, θα:

- κατανοήσετε πράγματα που είναι σημαντικά για αμοιβαία λύση και
- θα δείξετε σεβασμό απέναντι στο άλλο άτομο, που είναι ένα σημαντικό βήμα για την επίλυση των προβλημάτων μέσω της συνεργασίας.

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ – ΔΙΠΛΗ ΟΔΟΣ





Οι περισσότεροι από εμάς έχουμε την εμπειρία να μην μας έχουν προσέξει τη στιγμή που μιλάμε κάποια φορά στη ζωή μας, πράγμα για το οποίο δεν αισθανθήκαμε άνετα. Αλλά όταν μας ακούνε, είναι ευκολότερο να εκφράσουμε τις σκέψεις μας ξεκάθαρα.

Όταν έχουμε την ανάγκη να μας ακούσουν, θέλουμε επίσης να μας δώσουν χρόνο ομιλίας χωρίς διακοπές. Υπάρχει περίπτωση να μην καταλάβουν αυτό που τους λέμε και να ζητήσουν διευκρινήσεις. Αυτό ονομάζεται ενεργητική ακρόαση.

Κάποιες άλλες φορές δεν θέλουμε να κατανοήσουμε τις απόψεις των άλλων ατόμων επειδή φοβόμαστε μήπως νομίσουν ότι συμφωνούμε μαζί τους ενώ στην ουσία δεν συμφωνούμε. Για να το χειριστούμε αυτό, μπορούμε να πούμε; «Αν και δεν συμφωνώ μαζί σου, θέλω να καταλάβω την άποψη σου. Εννοείς ότι...;»

Και κάποιες φορές δεν θέλουμε στην πραγματικότητα να κατανοήσουμε την άποψη του άλλου ατόμου, επειδή μπορεί να μάθουμε κάτι που δεν μας αρέσει. Θυμηθείτε, μπορούμε πολύ εύκολα να πάμε από την μέθοδο φυγής ή μάχης για να επιλυθεί η διαφωνία - σύγκρουση. Διαλέγουμε όμως την Συμμετοχική Επίλυση Προβλημάτων όταν θέλουμε να ικανοποιήσουμε τα ενδιαφέροντά μας όπως και να αναπτύξουμε θετικές σχέσεις. Η συμμετοχική επίλυση προβλημάτων αποτελεί διάλογο και όχι αντιπαράθεση

Μια από τις πιο ικανοποιητικές στιγμές στην Συμμετοχική Επίλυση Προβλημάτων είναι όταν μια από τις ενδιαφερόμενες πλευρές λέει στις άλλες «Ναι, αυτό προσπαθούμε να πούμε!» Αυτό δεν σημαίνει ότι το πρόβλημα έχει λυθεί, αλλά ότι αρχίζουν να αναπτύσσονται η αναγνώριση και ο σεβασμός. Και αυτό μπορεί να συμβεί μόνο όταν κάποιος έχει ακούσει- ακούσει προσεχτικά- τον άλλον. Ακολουθούν μερικές οδηγίες για την μέθοδο της ενεργητικής ακρόασης

Κανόνες ενεργητικής ακρόασης:

- Ακούστε με σεβασμό
- Μην διακόπτετε - μην προκαλείτε
- Δείξτε κατανόηση
- Μην προσπαθείτε να λύσετε το πρόβλημα μόνοι σας



Απαιτεί χρόνο και υπομονή για να κατανοηθούν οι απόψεις της άλλης ενδιαφερόμενης πλευράς. Από τη στιγμή όμως που έχει θιχθεί το θέμα προς συζήτηση και έχει προηγηθεί η ενεργητική ακρόαση είστε έτοιμοι να προχωρήσετε στο δεύτερο βήμα της διαδικασίας της Συμμετοχικής Επίλυσης Προβλημάτων που είναι η ανακάλυψη των ενδιαφερόντων



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΑΝΑΚΑΛΥΨΗ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΩΝ

Η επιτυχία στην Συμμετοχική Επίλυση Προβλημάτων βρίσκεται στην κατανόηση ότι οι προσωπικές θέσεις δεν αποτελούν ενδιαφέροντα. Συχνά, δημιουργούνται διαφωνίες / συγκρούσεις με εστίαση στις προσωπικές μας θέσεις – δηλαδή ο τρόπος με τον οποίο νομίζουμε ότι πρέπει να γίνουν τα πράγματα για να λύσουμε ένα πρόβλημα. Αν μείνουμε εστιασμένοι μόνο στις προσωπικές μας θέσεις, ελαττώνουμε τις πιθανές λύσεις σε ένα από τα παρακάτω:

Κερδίζω – χάνεις

Κερδίζεις – χάνω

Και οι δυο κερδίζουμε σε κάποια σημεία και χάνουμε σε άλλα (συμβιβασμός)

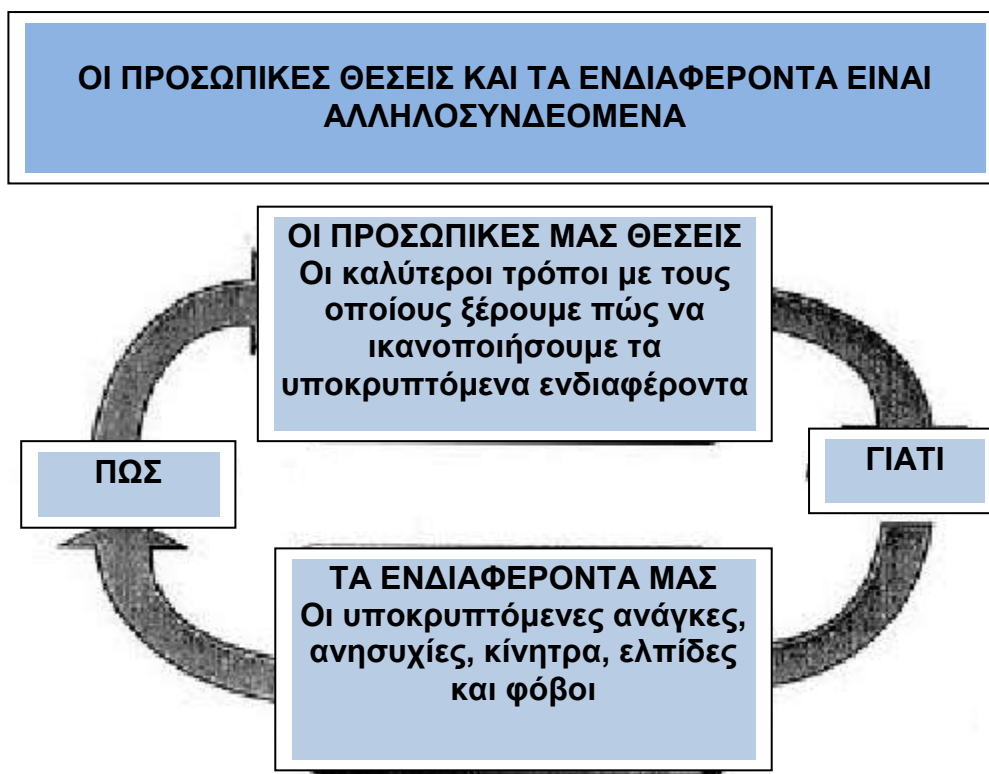
Πως μπορούμε να ξεφύγουμε από αυτό; Με το να εστιάσουμε την προσοχή μας από τις προσωπικές θέσεις στα ενδιαφέροντα

ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ
« η κορυφή του παγόβουνου »



Σκεφτείτε τις προσωπικές θέσεις και τα ενδιαφέροντα σαν την κορυφή του παγόβουνου. Οι προσωπικές απόψεις καταλαμβάνουν μόνο γύρω στο 10% του παγόβουνου που είναι ορατό πάνω από το νερό, ενώ τα ενδιαφέροντα αποτελούν το 90% που βρίσκεται κρυμμένο κάτω από το νερό.

Οι προσωπικές θέσεις και τα ενδιαφέροντα συνδέονται στενά.



Η παγκόσμια διακήρυξη των ανθρώπινων δικαιωμάτων του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών παραθέτει τα ακόλουθα ως βασικά ενδιαφέροντα των ανθρώπων παντού:

1. Ελευθερία της έκφρασης, προσωπική ανάπτυξη, πολιτική συμμετοχή και θρησκεία.
2. Αξιοπρέπεια και ισότητα καθώς και οικονομικά, κοινωνικά δικαιώματα.
3. Δικαιοσύνη στην εφαρμογή των νόμων για όλους.
4. Εργασία και ίση αμοιβή στην εργασία.
5. Ελεύθερος χρόνος.
6. Ικανοποιητικό βιοτικό επίπεδο για την ευημερία και υγεία των ατόμων και των οικογενειών τους.
7. Εκπαίδευση.
8. Ασφάλεια.
9. Κατανόηση, και φιλία ανάμεσα στα έθνη και στις ομάδες.



Μερικές ερωτήσεις για την ανακάλυψη ενδιαφερόντων

Τι είναι σημαντικό για εσάς με το να κάνετε κάτι με συγκεκριμένο τρόπο;

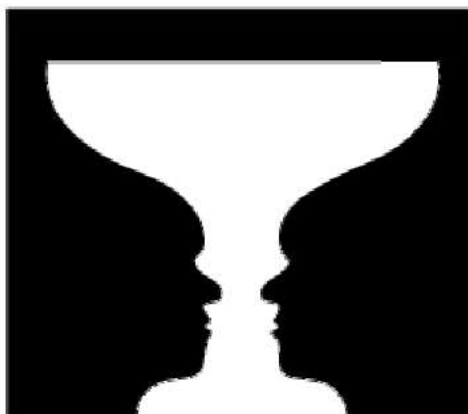
- Ποια πλεονεκτήματα θα φέρουν οι προσωπικές σας θέσεις;
- Ποιες είναι οι ανησυχίες σας για την αντίθετη άποψη;
- Τι θα θέλατε να γίνει;
- Τι θεωρείτε ότι θα επιτύχετε;
- Ποιες είναι οι ανησυχίες σας;
- Ποια προβλήματα προσπαθείτε να λύσετε;
- Υπάρχουν άλλα προβλήματα;
- Πως μπορούμε να συνεργαστούμε;
- Τι χρειάζεται να γίνει για να αισθανθείτε ικανοποιημένοι;
- Ποιο είναι το καλύτερο σενάριο για εσάς;

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6. ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ ΑΝΤΙΛΗΨΕΩΝ

Για να έχει επιτυχία η συμμετοχική επίλυση των προβλημάτων, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε και να σεβαστούμε το ρόλο της αντίληψης, πως αντιλαμβανόμαστε δηλαδή τα πράγματα.

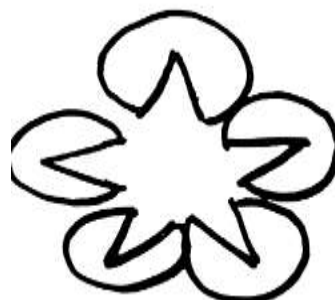
Δείτε την εικόνα:

Αν ρωτήσουμε διάφορα άτομα για το τι βλέπουν κάποιοι θα απαντήσουν ένα βάζο, άλλοι θα πουν δυο πρόσωπα και κάποιοι άλλοι θα πουν και τα δυο. Ποιος έχει δίκιο; Όλοι φυσικά. Ο τρόπος με τον οποίο βλέπουμε τα πράγματα επηρεάζεται από τις εμπειρίες που έχουμε βιώσει ως τώρα, τα πιστεύω μας, το μέρος που έχουμε κοινωνικοποιηθεί, το οικονομικό υπόβαθρο, τα πιστεύω της οικογενείας μας κλπ.



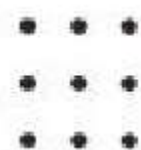


Οι αντιλήψεις που έχουμε μας είναι πολύ χρήσιμες. Μας βοηθούν να «φτιάξουμε» τα πράγματα όταν η πληροφορία που έχουμε δεν είναι ολοκληρωμένη. Για παράδειγμα δείτε την ακόλουθη ζωγραφιά.

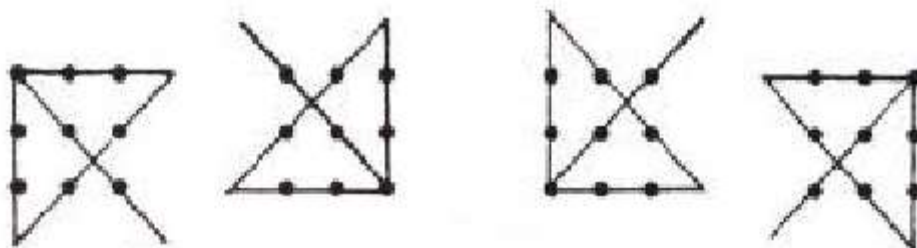


Μπορεί να βλέπετε ένα αστέρι αν και είναι πέντε διακεκομμένοι κύκλοι. Οι αντιλήψεις μας βοηθούν να «γεμίζουμε τα κενά» που υπάρχουν στη ζωή μας.

Μπορούν επίσης να περιορίσουν τον τρόπο με τον οποίο κατανοούμε τα πράγματα. Ακολουθεί το επόμενο παράδειγμα.



Προσπαθήστε να ενώσετε τις εννιά κουκίδες με τέσσερις ίσες γραμμές, χωρίς να σηκώσετε το στυλό σας από το χαρτί. Δέστε αν τα καταφέρατε: Υπάρχουν στην ουσία διάφοροι τρόποι για να λύσετε το πρόβλημα



Γιατί οι περισσότεροι από εμάς δυσκολεύονται να ενώσουν αυτές τις εννέα γραμμές; Η δυσκολία έγκειται στο γεγονός ότι όταν κοιτάμε τις εννιά τελείες, θεωρούμε πως βλέπουμε ένα κουτί. Στο μυαλό μας επικρατεί αυτή η αντίληψη και φυσικά δεν μπορούμε να βρούμε τρόπο να λύσουμε το πρόβλημα μέσα στο κουτί. Τα καλά νέα είναι φυσικά πως δεν υπάρχει κουτί.

Τελικά, μερικές φορές οι αντιλήψεις μας περιορίζονται και κάποιες άλλες φορές απελευθερώνονται. Όταν προσπαθούμε να λύσουμε μια διαφωνία με κάποιον, πρέπει να περιμένουμε ότι η άλλη πλευρά μπορεί να αντιληφθεί την κατάσταση διαφορετικά. Τι μπορούμε να κάνουμε για αυτό; Μπορούμε φυσικά να διαφωνήσουμε για το ποιος έχει δίκιο, να κατηγορήσουμε τον άλλον ή να καταφύγουμε στην διαδικασία της Συμμετοχικής Επίλυσης του Προβλήματος.



Βασικές αρχές που διέπουν τις αντιλήψεις:

- ✓ Χρησιμοποιούμε την αντίληψη για να κατανοήσουμε τον κόσμο μας.
- ✓ Οι αντιλήψεις δεν είναι σωστές ή λανθασμένες – απλά υπάρχουν.
- ✓ Οι αντιλήψεις μπορεί να περιορίσουν τις εναλλακτικές μας λύσεις για δράση.
- ✓ Μπορούμε να αλλάξουμε τις αντιλήψεις μας – μπορούμε να μάθουμε από τους άλλους.
- ✓ Την δικιά μου αντίληψη την αντιλαμβάνομαι σωστά μόνο εγώ.
- ✓ Δεν χρειάζεται να συμφωνήσουμε με τις αντιλήψεις των άλλων, μόνο να τις σεβόμαστε.
- ✓ Με το να σεβόμαστε τις αντιλήψεις μας σεβόμαστε τον εαυτό μας. Αυτό διευκολύνει την κατάσταση για να ακούσουμε και να δούλέψουμε σωστά στην επίλυση ενός προβλήματος.

Αντιλήψεις και διαχείριση της συμφωνίας:

- ✓ Η ανακάλυψη των ενδιαφερόντων είναι μια άσκηση για να ανακαλύψουμε τις αντιλήψεις μας.
- ✓ Αναγνωρίζοντας τις αντιλήψεις μας μπορούμε να ξεχωρίζουμε τα άτομα από τα προβλήματα.
- ✓ Συνηθίζουμε να καταδικάζουμε διαφορετικές συμπεριφορές. Αυτό συνήθως απορρέει από τις διαφορετικές μας αντιλήψεις.
- ✓ Με το να κατανοήσουμε τις αντιλήψεις μας, μας βοηθά να ανακαλύψουμε και να διευρύνουμε και τις εναλλακτικές λύσεις που έχουμε.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7. ΣΕΒΟΜΑΙ ΤΑ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΑ

Τα συναισθήματα είναι φυσιολογικά σε μια κατάσταση διαφωνίας, και μπορούν να συνεισφέρουν στην επίλυση προβλημάτων αν μάθουμε πώς να τα διαχειριζόμαστε. Όταν τα συναισθήματα είναι έντονα, μπορούμε να είμαστε σίγουροι για ένα πράγμα: ότι και να συμβαίνει δεν είναι ασήμαντο. Νιώθουμε συναισθήματα όταν τα πράγματα - καταστάσεις είναι σημαντικά για εμάς. Σε καταστάσεις διαφωνιών, τα συναισθήματα μας συχνά συνδέονται με τις ενστικτώδεις αντιδράσεις της φυγής ή της μάχης.

Θυμός: Ένα συνηθισμένο συναίσθημα σε καταστάσεις διαφωνίας.

Μερικές φορές νιώθουμε μόνο θυμό. Κάποιες άλλες φορές αυτό συνοδεύεται και από άλλα συναισθήματα, αλλά ο θυμός είναι το πιο συνηθισμένο συναίσθημα σε καταστάσεις διαφωνιών. Από πού πηγάζει όμως; Συνήθως πηγάζει από απειλές που αντιλαμβανόμαστε συμπεριλαμβανομένων και των απειλών απέναντι στην ασφάλεια μας. Την ίδια στιγμή συχνά νιώθουμε φόβο, ανίσχυροι, και ότι δεν έχουμε τον έλεγχο.

Τι πρέπει να γνωρίζουμε για τον θυμό.

- Ο θυμός είναι φυσικό ανθρώπινο συναίσθημα.
- Μπορεί να φέρει ενέργεια στην επερχόμενη αλλαγή.
- Ο θυμός από μόνος του δεν είναι καταστροφικός. Η συμπεριφορά που υιοθετούμε είναι αυτήν που είναι καταστροφική.

Πως μπορούμε να χειριστούμε τον θυμό:

Υπάρχουν πολλά πράγματα που μπορούμε να κάνουμε για να διαχειριστούμε τον θυμό:

- ✓ Παραδεχτείτε τον – μερικές φορές με το να ονομάζουμε τα συναισθήματά μας, αντλούμε δύναμη.
- ✓ Αναγνωρίστε τα ευαίσθητα σημεία σας – ποιες είναι οι φράσεις ή οι λέξεις που μπορούν να σας κάνουν να νιώσετε θυμό;
- ✓ Αν αισθάνεστε θυμό καταφύγετε σε φυσικές ασκήσεις για να τον διοχετεύσετε.
- ✓ Μην επιτίθεστε στους άλλους.
- ✓ Χαλαρώστε.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8. ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΛΥΣΕΩΝ

Μπορεί να είστε διστακτικοί να επιλύσετε μια διαφωνία που προκύπτει επειδή δεν είστε σίγουροι ότι θα βρείτε λύση. Μέσα όμως από την συνεργασία μπορεί να βρεθούν λύσεις που από μόνοι σας ίσως δεν είχατε σκεφτεί. Στην πραγματικότητα είναι θετικό που δεν έχετε κάποια λύση γιατί έτσι γίνεστε πιο δεκτικοί και ανοιχτοί στις ιδέες της άλλης ενδιαφερόμενης πλευράς. Η εύρεση κοινής λύσης είναι όλο το θέμα. Επιπλέον, είναι γεγονός πως είμαστε πιο αφοσιωμένοι σε λύσεις που έχουν υιοθετηθεί έπειτα από συζήτηση. Αλλά αν αυτό δεν συμβεί είναι η κατάλληλη στιγμή να παραχθούν εναλλακτικές λύσεις. Η παραγωγή εναλλακτικών λύσεων προϋποθέτει επιδεξιότητα στην παραγωγή δημιουργικών ιδεών. Η διαδικασία της προσπάθειας επίλυσης του προβλήματος με συνεχείς συσκέψεις έχει καθιερωθεί για αυτό το σκοπό.

Κανόνες:

- ✓ Μια ιδέα - άποψη την φορά.
- ✓ Χτίσιμο πάνω στις ιδέες - απόψεις των άλλων.
- ✓ Δεν διακόπτουμε ώσπου να τελειώσουν όλοι.
- ✓ Χρήση θετικών προτάσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9. ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΝΤΑΣ ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ

Αν έχετε καταφέρει να ανακαλύψετε τα ενδιαφέροντα και να παράγετε εναλλακτικές λύσεις, η διαδικασία για την ανάπτυξη μιας συμφωνίας είναι συνήθως το πιο εύκολο μέρος της Συμμετοχικής Επίλυσης του Προβλήματος. Ακολουθούν μερικές υποδείξεις:

Πλαίσιο συμφωνίας: Αν υπάρχουν πολλές πτυχές μέσα σε μια συμφωνία, μπορεί να είναι δύσκολο να συμφωνήσετε σε όλα. Αυτή η κατάσταση μπορεί να οδηγήσει σε πλαίσιο συμφωνίας. Αυτό είναι ένα προσχέδιο συμφωνίας στο οποίο αναφέρεται τι έχει συμφωνηθεί και τι μένει για να συμφωνηθεί. Με την χρήση αυτής της διαδικασίας, υπάρχει μια αίσθηση προόδου που βοηθά να φτάσει η διαδικασία της Συμμετοχικής Επίλυσης Προβλημάτων σε ένα συμπέρασμα.

Να γραφτεί ή να μην γραφτεί η συμφωνία; Πότε είναι καλή ιδέα να γραφτεί η συμφωνία και πότε όχι; Ακολουθούν μερικές υποδείξεις:

Να γραφτεί όταν:

- Τα ζητήματα είναι πολύπλοκα.
- Η λύσεις είναι πολύπλοκες.
- Εμπλέκονται πολλές ενδιαφερόμενες πλευρές.



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

- Οι πολιτικές ή οι διαδικασίες έχουν αλλάξει.
- Εμπλέκονται λίγα άτομα

Να μην γραφτεί όταν:

- Τα ζητήματα και οι λύσεις είναι απλές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10. ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ – ΘΕΜΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ

Η Συμμετοχική Επίλυση είναι συνήθως ο καλύτερος τρόπος για να επιλυθεί ένα πρόβλημα. Κάποιες φορές όμως είναι επιθυμητές κάποιες επιπλέον στρατηγικές. Είναι πιθανόν να εκτιμηθεί η κατάσταση και να διαλεχτεί η κατάλληλη μέθοδος.

Τρόποι με τους οποίους διαχειριζόμαστε τις διαφωνίες:

Όταν οι διαφωνίες έρχονται στην ζωή μας έχουμε διάφορους τρόπους να τις διαχειριστούμε. Μερικές φορές διαλέγουμε να αποφύγουμε να χειριστούμε την διαφωνία. Μερικές φορές ενδίδουμε στις απόψεις του άλλου ατόμου, και κάποιες φορές συμβιβάζομαστε και ο καθένας μας παίρνει ότι θέλει. Τέλος κάποιες άλλες φορές, συνεργαζόμαστε με την άλλη ενδιαφερόμενη πλευρά για να επιλύσουμε το πρόβλημα από κοινού.

Κάθε μέθοδος έχει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά της. Αυτό που είναι σημαντικό να θυμόμαστε είναι ότι έχουμε επιλογές στο πώς να αντιδράσουμε στην διαφωνία.

Μερικοί παράγοντες που πρέπει να λάβουμε υπόψη μας όταν επιλέγουμε τον καλύτερο τρόπο να διαχειριστούμε μια συγκεκριμένη διαφωνία:

- Ενδιαφέρομαι πραγματικά για το αποτέλεσμα;
- Πόσο σημαντική είναι μια συμφωνία;
- Ποιος έχει δημιουργήσει το πρόβλημα;
- Ποιες είναι οι προοπτικές των ενδιαφερόμενων πλευρών;
- Ποιες είναι οι υποχρεώσεις μου;
- Υπάρχει πίεση χρόνου;
- Η διαφωνία θα λυθεί αν θέσω το πρόβλημα;
- Ποια θα είναι τα κόστη και ποια τα θετικά στοιχεία;

ΕΠΙΛΟΓΟΣ:

Στην πραγματική ζωή, η Συμμετοχική Επίλυση Προβλημάτων δεν ακολουθεί ίσως όλα τα παραπάνω βήματα. Αυτός είναι ένας οδηγός που θα σας βοηθήσει



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

να χειριστείτε καταστάσεις διαφωνίας και θα τον προσαρμόσετε ανάλογα με τις ανάγκες σας.

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

ΓΛΩΣΣΑΡΙΟ

ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΑ	Υποκρυπτόμενες ανάγκες, ανησυχίες, ελπίδες, φόβοι.
ΕΠΙΜΑΧΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ / ΘΕΜΑΤΑ	Προβλήματα που πρέπει να λυθούν.
ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ / ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ	Πιθανές, συχνά δημιουργικές συμφωνίες ή κομμάτια μιας συμφωνίας. Οι εναλλακτικές δυνατότητες δεν αποτελούν δεσμευτική λύση στο πρόβλημα.
ΘΕΣΕΙΣ / ΑΠΟΨΕΙΣ	Αξιώσεις δηλώσεων για τι κάποιος μπορεί να κάνει ή δεν μπορεί να κάνει – η λύση μιας ενδιαφερόμενης πλευράς.
ΠΡΟΤΥΠΑ	Καθιερωμένα, αντικειμενικά και δυνατά αποδεχόμενα κριτήρια για διαπραγμάτευση παρόμοιων καταστάσεων.



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ / ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ

Ένας μεγάλος αριθμός ατόμων σε μια κυβερνητική οργάνωση εκπαιδεύτηκε στην συμμετοχική διαχείριση - επίλυση προβλημάτων. Παρακάτω ακολουθούν μερικά παραδείγματα - μαρτυρίες ανθρώπων που χρησιμοποίησαν τις τεχνικές της συμμετοχικής διαχείρισης - επίλυσης προβλημάτων. Τα παραδείγματα αυτά θα μπορούσαν να συμβαίνουν σε οποιοδήποτε χώρο και σε οποιαδήποτε κατάσταση

«Πως βρήκες λύση;»

«Μια ιδιάζουσα περίπτωση ήρθε στο προσκήνιο η οποία αφορούσε τέσσερις γυναίκες εργαζόμενες και τον άνδρα διευθυντή τους. Μου ζητήθηκε να τους βοηθήσω, να λύσω το πρόβλημα. Ακολούθησαν κάποιες συναντήσεις με ειλικρινείς συζητήσεις. Παρόλο την εμπειρία μου αισθάνθηκα ότι μου έλειπε η γνώση για να μπορέσουν να έρθουν σε συμφωνία και οι δυο ενδιαφερόμενες πλευρές.

Τελικά, παρακολούθησα το σεμινάριο για την συμμετοχική διαχείριση προβλημάτων μια βδομάδα πριν την τελευταία μας συνάντηση και θεωρώ πως ήταν ότι έπρεπε. Έπειτα έγινε η συνάντηση και εφαρμόσαμε τις τεχνικές της συμμετοχικής διαχείρισης προβλημάτων. Και ο διευθυντής και οι υπάλληλοι δέχτηκαν την ευθύνη που τους αναλογούσε. Κατά την έξοδό μας από την συνάντηση ο διευθυντής με κοίταξε και μου είπε: πως το έκανες αυτό και βρήκες λύση; »

«Από 8 μέρες σε 3 ώρες»

«Δυο χρόνια πριν οι διαπραγματεύσεις μεταξύ των εργαζομένων και της διοίκησης απαιτούσαν χρονικό διάστημα 8 ημερών και η συμφωνία δεν ήταν στην πραγματικότητα αποδεκτή και από τα δυο ενδιαφερόμενα μέρη. Τον προηγούμενο χρόνο, χρησιμοποιώντας τις τεχνικές της συμμετοχικής διαχείρισης προβλημάτων, μια αμοιβαία και ικανοποιητική συμφωνία επιτεύχθηκε σε τρεις μέρες. Φέτος μας πήρε μόνο 3 ώρες»

«Υπάρχουν διαφωνίες που πρέπει να επιλυθούν»

«Η διαδικασία επίλυσης - διαχείρισης προβλημάτων είχε ως αποτέλεσμα να φτάσουμε σε διττή συμφωνία νίκης. Και οι δυο ενδιαφερόμενες πλευρές απέδωσαν την επιτυχία στην προσέγγιση που βασίστηκε στο ενδιαφέρον μας. Αναγνωρίζοντας ότι θα υπάρχουν διαφωνίες που έπρεπε να λυθούν, προβλέψαμε πως πολλές από αυτές θα λυθούν μέσα από το κοινό ενδιαφέρον ενώ η επικοινωνία μας θα βελτιωθεί αισθητά. Ένα επιπλέον προνόμιο είναι ότι η διαδικασία αυτή 'δουλεύει' αποτελεσματικά όχι μόνο στο εργασιακό περιβάλλον αλλά και στην προσωπική μας ζωή επίσης».



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

«Ήταν εκπληκτικό»

«Δυο ενδιαφερόμενες πλευρές δεν μπορούσαν να συμφωνήσουν στο πως θα μοιραστούν τον εργασιακό χώρο. Δυο άτομα προσπάθησαν να διευκολύνουν την κατάσταση με την χρήση της μεθόδου που έχει ως βάση το ενδιαφέρον επίλυσης προβλημάτων. Έχοντας αναγνωρίσει τα θέματα, άρχισαν να διερευνούν τα ενδιαφέροντα των δυο ενδιαφερόμενων πλευρών και τις ομάδες που αντιπροσώπευαν. Οι ομάδες έπειτα άρχισαν να σκέφτονται σε συνεχόμενη βάση τα εναλλακτικά σενάρια που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για να επιλύσουν το πρόβλημα, έχοντας ως γνώμονα το κοινό συμφέρον όλων των ενδιαφερόμενων. Αυτήν ή ιδέα τους κράτησε συγκεντρωμένους στην ανάγκη να αναπτύξουν εναλλακτικές λύσεις που θα συνέφεραν όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Αφού η ομάδα επεξεργάστηκε διάφορες λύσεις, άρχισε να επικεντρώνεται σε μια από τις εναλλακτικές λύσεις σαν την πιθανή λύση στο πρόβλημα προσθέτοντας παραμέτρους που θα μπορούσαν να την κάνουν να δουλέψει. Όλοι έδειξαν ικανοποίηση για την μέθοδο που ακολουθήθηκε ώστε να επιτευχθεί η επίλυση του προβλήματος. Η συνάντηση ολοκληρώθηκε μέσα σε λιγότερο από δυο ώρες.

Ένας από τους συμμετέχοντες ανέφερε: Καθώς ακολουθήσαμε την διαδικασία μέσα από τις πιθανές εναλλακτικές λύσεις, ένιωθα την ατμόσφαιρα να αλλάζει. Υπήρχε μικρότερη ένταση, και έβλεπες τα κεφάλια τους να κουνιούνται προς κοινή συμφωνία. Ήταν εκπληκτικό»



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

ΦΟΡΜΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

ΦΟΡΜΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

Το θέμα ή το πρόβλημα που πρέπει να λυθεί - διαχείριση του προβλήματος:

.....
.....
.....
.....

Οι θέσεις - απόψεις της α' ομάδας- τι ζητά :

.....
.....
.....
.....

Οι θέσεις - απόψεις της β' ομάδας- τι ζητά :

.....
.....
.....
.....

Τα πιθανά ενδιαφέροντα της α' ομάδας – οι λόγοι για τις θέσεις τους - απόψεις τους:

.....
.....
.....
.....

Τα πιθανά ενδιαφέροντα της β' ομάδας – οι λόγοι για τις θέσεις τους - απόψεις τους:

.....
.....



Έργο 1.4.β/13: «Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

Το παρόν αποτελεί μέρος του εκπαιδευτικού υλικού που αναπτύχθηκε και εκτυπώθηκε για τις ανάγκες του Προγράμματος εκπαίδευσης Εκπροσώπων Μεταναστευτικών Κοινοτήτων σε θέματα ραδιοφωνίας και σε πολυπολιτισμικά μέσα ενημέρωσης (community media)

Προτεραιότητα 1:

«Υλοποίηση Δράσεων που εφαρμόζουν τις «Κοινές Βασικές αρχές της πολιτικής ένταξης μεταναστών στην Ευρωπαϊκή Ένωση»

Δράση: 1.4/13:

«Προαγωγή της διαπολιτισμικότητας ως θεμελιώδους μηχανισμού ένταξης των νομίμως διαμενόντων π.τ.χ. στην κοινωνία υποδοχής».

Έργο 1.4.β/13:

«Ραδιοφωνικές εκπομπές για θέματα που αφορούν στους μετανάστες, αναπαραγωγή και ευρεία διανομή δομημένου έντυπου, ηχητικού και οπτικοακουστικού υλικού»

Ανάπτυξη- Παραγωγή



Χρηματοδότηση



Η Δράση 1.4/13 «Προαγωγή της διαπολιτισμικότητας ως θεμελιώδους μηχανισμού ένταξης των νομίμως διαμενόντων π.τ.χ. στην κοινωνία υποδοχής» συνολικού προϋπολογισμού 289.772,50€, συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Ένταξης κατά 95% από Κοινοτικούς Πόρους και κατά 5% από Εθνικούς Πόρους