



# رادیوهای محلی؛ کار کردها، ویژگی‌ها و نقش آنها در توسعه

❖ ولی‌الله رستمعلی‌زاده  
کارشناس ارشد مدیریت توسعه

## چکیده

رادیوهای محلی، محصول نوظهور دنیای جهانی‌شده و حرکت به سمت الگوهای خرد در مجموعه مفاهیم علوم انسانی و توسعه هستند. در میثت دنیای جهانی‌شده، رادیو در میان وسایل ارتباطی و اطلاعاتی، بی‌شک دارای امکان کمتری برای حضور در عصر جهانی‌شده جدید بود و فشارهایی زیاد از جانب تلویزیون، اینترنت، ماهواره و دیگر وسایل ارتباطی و اطلاعاتی احساس می‌کرد، اما با تغییرات در کارکردها و وارد شدن در حیطه‌های تخصصی همچون توجه به مخاطبان هم‌زبان در گستره وسیع جهانی و توجه به مخاطبان بومی در رادیوهای محلی، فصل تازه‌ای از فعالیت رادیو گشوده شد. از جمله دلایل اصلی و مهم راه‌اندازی و فعالیت رادیوهای محلی، بهبود و کمک به توسعه اجتماعی و فرهنگی یک محله، منطقه یا یک وضعیت ویژه است. مجموعه کارکردها و ویژگی‌های رادیوهای محلی، از آنها رسانه‌ای کارا و مؤثر در توسعه و پیشبرد برنامه‌های توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ساخته است. رادیوهای محلی برای اجتماعات و علایق مختلف فعالیت می‌کنند و با در نظر گرفتن خواسته‌ها و علایق مختلف شنوندگان و نیز با تأیید بر وجود اختلاف علایق و خواسته‌ها در میان جماعت‌های مختلف، در برنامه‌های خود به شنونده محلی توجه می‌کنند و در نتیجه به گیرندگان خود نزدیک هستند. این نزدیکی، عرصه را برای تأثیرگذاری برنامه‌های رادیوهای محلی بر مردم محلی باز می‌کند. در واقع، رویکرد کنونی رادیو بر مبنای مخاطب‌محوری اندیشیده شده است. این مقاله که با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای و اسنادی انجام گرفته، به دنبال بررسی و جایگاه رادیوهای محلی در ایران بوده، نقش رادیوهای محلی را در توسعه بررسی می‌کند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که رادیوهای محلی نقش ملموس و مهمی در توسعه و به‌خصوص توسعه محلی در ایران دارند و در عین حال، نشانگر انطباقی از کارکردهای رادیو در دنیای جدید هستند.

## دیباچه

جهان به سرعت در حال پیشرفت، تغییر و تحول است. عمق تغییرات به حدی است که آدمی دچار تناقض فکری می‌شود؛ از یکسو در «دهکده جهانی» با فرایند جهانی شدن و تغییرات به وجود آمده آن، سخن از جهانی شدن فکری، ذهنی، اجتماعی و... می‌رود و از سوی دیگر، توجه به مقولات محلی و قومی مورد تأکید بسیار قرار می‌گیرد. رادیو در این حیطة نیز در جریان مطرح جهانی شدن، رادیوهای جهانی را به وجود می‌آورد و در سوی دیگر، به سمت رادیوهای محلی به پیش می‌رود. به نحوی که از این جریانات درک می‌شود، مقولات و مؤلفه‌های محلی اهمیت خود را در عصر جدید از دست ندادند، بلکه در مواردی توجه خاص به مقولات محلی موجبات قوت و ماندگاری نهادهایی را تسهیل کرده است.

در عصری که قوانین جهان‌شمول و الگوهای کلی برای توسعه و فرهنگ به شدت به زیر سؤال رفته و انتقادهای تندی را پذیرا شده‌اند، توجه به مقولات محلی می‌تواند یک بارقه امید و پوشاننده برخی از نواقص و انتقادهای کل‌گرای باشد. بدین منوال با افزایش انتخاب‌های آدمی، تا حدودی آزادی وی نیز گسترش یافته و تا حدودی نیز توسعه می‌یابد؛ چرا که بسیاری توسعه را مصداقی برای افزایش انتخاب آدمی می‌دانند. در بحث و مورد رادیو نیز اگر برنامه‌ای مورد علاقه شنونده نباشد و نتواند توجه مخاطب را به خود جلب کند، شنونده به راحتی می‌تواند موج رادیو را عوض کرده و حتی می‌تواند آن را خاموش کند. یعنی بازخواستی از او نمی‌شود. بدین جهت است که ماندگاری برنامه‌ها در عوض نکردن موج رادیو توسط شنونده و ماندگاری خود رادیو در خاموش نکردن آن است.

اگر این دو رویکرد مورد توجه برنامه‌سازان و برنامه‌ریزان رادیو قرار گیرد، رادیو با موفقیت می‌تواند مسیر حیات خود را ادامه دهد. بحث اختیار و فقدان اختلال در زندگی فرد در گوش دادن یا ندانن به رادیو موضوعی مهم است که باید بدان توجهی ویژه شود؛ چرا که به نظر می‌رسد با گسترش هرچه بیشتر ایستگاه‌های رادیویی، تعداد کل افرادی که به رادیو گوش می‌دهند در این زمان ثابت مانده باشد. بنابراین رادیو به منظور رقابت با این گزینه‌های روزافزون، باید سعی کند بیش از

گذشته، خود را به مردم نزدیک سازد. برای این منظور نیز محلی‌بودن برنامه‌ها و پخش خبر محلی، از ابزارهای اولیه برای رسیدن به این هدف محسوب می‌شوند. (چانتلر و هریس، ۱۳۸۶: ۷)

به علاوه، باید در نظر داشت که جهان به شدت در حال حرکت به سوی مفاهیمی خرد، تخصصی، محلی، بومی و مواردی از این قبیل است. برای مثال، علم به شدت به سمت و سوی تخصصی شدن در حرکت است؛ برنامه‌ریزی در سبک و سیاق محلی دنبال می‌شود و فرهنگ‌های فراموش شده و زیر سلطه دهان باز کرده‌اند. همه اینها نشانی از توجه به مردم محلی در فرایند برنامه‌ریزی و توسعه است.

رادیو از زمان پیدایش خود تا کنون فراز و فرودهای بسیاری را پشت سر گذاشته است. این رسانه در حال حاضر با تکیه بر خصوصیات ویژه خود از قبیل آسانی تولید و کم‌هزینه بودن به دنبال بازیابی جایگاه خود میان دیگر رسانه‌هاست. رادیو همچنین مدل‌های جدید رسانه‌ای را ابداع کرده است و به این خاطر می‌تواند پیشرو و الگویی برای دیگر رسانه‌ها باشد. تخصصی و محلی شدن رادیو جایگاهی خاص به این وسیله ارتباطی در میان دیگر وسایل ارتباط جمعی داده است.

گاهی اوقات رسانه‌ها مخاطب خود را تمام افراد جامعه هدف تعریف می‌کنند. با افزایش رسانه‌ها و دسترسی آسان مخاطب به آنها هیچ رسانه‌ای نمی‌تواند ادعا کند که تمام مخاطبان را در برمی‌گیرد. به عنوان مثال، مخاطبان اصلی رادیو پیام اغلب شنوندگان مستقر در وسایل نقلیه هستند. همچنین بحث اوقات فراغت و سرگرمی در تلویزیون و نه در رادیو تعریف می‌شوند؛ البته کارکرد سرگرمی رادیو انکارناپذیر است. بنابراین کارکرد رسانه‌های مختلف با یکدیگر متفاوت است. در دوره‌ای فناوری رسانه‌ای گران بود؛ بنابراین از عهده گروه‌های مردم خارج و در انحصار دولت قرار داشت. به نظر می‌رسد آن نگرش سنتی دستخوش تغییر شده است. چنانچه سیاستگذاری‌ها در این زمینه به گونه‌ای دیگر شود، رادیو می‌تواند مخاطبانش را به دست آورد.

در دنیا، ایستگاه‌های رادیویی به سمت تنوع پیش رفته‌اند و مخاطب عام ندارند. آنها متناسب با مخاطب خاص و نیاز او، برنامه تولید

می‌کنند. مسئله دیگر رادیوهای اینترنتی است. مهم‌تر از همه این موارد توجه به رادیوهای محلی است که ویژگی‌های خاص دارد. این ایستگاه‌های رادیویی از سوی یونسکو نیز حمایت می‌شوند. در کنار متحول شدن رسانه رادیو، جامعه نیز دچار تحولات عمده‌ای شده است. این دو موضوع در کنار هم معنا پیدا می‌کنند. پس به این صورت رادیو به حوزه‌های تخصصی دانش وارد می‌شود و به مخاطب خاصی می‌پردازد. برعکس، تلویزیون مخاطب عام را جذب می‌کند. همچنین، همان‌طور که شاهد هستیم بر تنوع و تعداد رادیوهای محلی افزوده می‌شود. رادیوهای محلی با موضوعات خاص، حضور خاص پیدا می‌کنند. بنابراین رسانه‌ای مثل رادیو را در تحولات اجتماعی و سیاسی نمی‌توان حذف کرد.

## رادیو محلی و تعریف آن

رادیوهای محلی از واژه «رادیو» به همراه «اجتماع» یا «محلی» برداشت شده است. اجتماع و یا در کل اجتماع محلی را می‌توان «عرصه‌ای از مسئولیت مشترک اجتماعی و مکانی مدنظر قرار داد که در چارچوب آن، اشتراک منافع؛ بالخصوص منافع یا تعلق خاطر که با قومیت گره می‌خورد، تجلی یابد (اکارین، ۱۳۸۷: ۱۰۴). اما از اجتماع محلی مفهیمی همچون نوعی هویت مشترک یا مجموعه‌ای از منافع، گروه‌های همسایگی (همان: ۱۰۴-۱۰۳)، اجتماعات روستایی، مهاجری و... را نیز می‌توان دریافت. بنابراین رادیویی که چنین اجتماعات و مناطقی را مدنظر قرار می‌دهد، یک رادیوی محلی است.

رادیوی محلی در اصطلاح به رادیویی گفته می‌شود که به صورت خودگردان و با هدف کمک به بهبود شرایط اجتماعی و فرهنگی مردم یک محله، یک منطقه و یا مردم دارای هدف‌های مشترک، اداره می‌شود. این رادیوها غیرانتفاعی هستند و اغلب در جهت ارائه خدمات خاص فعال هستند، گرچه ممکن است درآمدهایی نیز از طریق تبلیغات به دست آورند (باقریان، ۱۳۸۲). حیطة فعالیتی رادیوهای محلی برای مکان و شرایط خاصی در جریان است. اما نکته بسیار پراهمیت در حیطة فعالیت رادیوهای محلی، فعالیت برای قشر یا جماعتی که دارای ویژگی‌های مشابه هستند، بوده و به نوعی به دنبال مخاطب خاص هستند.

رادیوهای محلی وسیله ارتباطی مؤثری

برای دسترسی به خیل جمعیت کم‌سواد یا بی‌سواد به‌خصوص در مناطق روستایی کشورهای درحال توسعه هستند. این رادیوها ظرفیت بسیار بالایی در جهت ارائه برنامه‌های آموزشی و خدماتی متناسب با نیازهای مردم محلی و به زبان محلی مردم دارند (دارگون، ۲۰۰۲، به نقل از باقریان، ۱۳۸۲). کشورهای درحال توسعه علاوه بر مشکل کم‌سواد از ترکیب و موزائیکی از اقوام و فرهنگ‌های مختلف و با زبان‌های مختلف تشکیل شده‌اند که وجود رادیوهای محلی و زبانی، نقشی مهم در هم‌فهمی میان رادیو و مردم بازی می‌کند.

در حال حاضر بیش از ۲۰ هزار ایستگاه رادیویی در جهان وجود دارد و بیش از دو میلیارد گیرنده رادیویی در سراسر جهان وجود دارد (Fraser and Restrepo Estrada, 2001:1). در دو دهه گذشته ما شاهد گسترش سریع در تعداد و عمومیت یافتن ایستگاه‌های رادیوهای محلی بوده‌ایم. دلایلی که برای این موضوع وجود دارد عبارتند از: فرایندهای دموکراتیزه‌شدن و تمرکززدایی در بیشتر قسمت‌های جهان، کاهش انحصارات پخش رادیویی از سوی نهادهای دولتی و بی‌علاقگی به رادیوهای تجاری (Ibid).

انجمن جهانی AMARC که یک سازمان غیردولتی است و در جهت حمایت و کمک به توسعه رادیوهای محلی فعالیت می‌کند، از سال ۱۹۸۸ در شهر مونترال کانادا تشکیل شده است و هر ساله یک کنفرانس جهانی برگزار می‌کند. این انجمن ثبت ۳۰۰۰ رادیوی محلی در ۱۰۶ کشور دنیا را گزارش می‌کند. این آمار رادیوهای محلی و دانشگاهی را به‌عنوان گزینه‌ای برای مخاطبان خاصی که از نظر قومیت، فرهنگ، زبان، جنسیت، سن، نحوه زندگی یا توانایی‌های ذهنی و فیزیکی با دیگران متفاوت هستند، در نظر می‌گیرند؛ زیرا رادیوهای همگانی یا سراسری، بیشتر در جهت مسائل و موضوعات موردنیاز و علاقه اکثریت مردم برنامه ارائه می‌دهند و کمتر فرصت توجه به نیازها یا برنامه‌های موردعلاقه گروه‌های متفاوت یا حاشیه‌ای را دارند. (www.ncra.ca/home.html به نقل از باقریان، ۱۳۸۲)

از جمله رادیوهای محلی، رادیوهای دانشگاهی هستند. انجمن‌های رادیویی و رادیوهای دانشگاهی اصولی را برای تشکیل، اداره، تولید و پخش برنامه‌های رادیوهای

محلی تدوین کرده‌اند. مهم‌ترین این اصول منع پخش برنامه‌هایی در جهت تبلیغ بر ضد جنسیت خاص، نژاد خاص، سن خاص یا قومیت خاص است. (باقریان، ۱۳۸۲)

### انواع رادیوهای محلی

رادیوهای محلی دانشگاهی: در حال حاضر بیش از ۲۰۰ رادیوی دانشگاهی در جهان وجود دارند که برنامه‌های متنوعی را ارائه می‌کنند. این برنامه‌ها شامل اعلام اخبار سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، جغرافیایی و ورزشی در سطح جهانی، ملی، دانشکده، دانشگاه و آموزش عالی، اداره برنامه‌های آموزشی، اعلام سمینارها و کنفرانس‌ها، معرفی برنامه‌های دانشگاهی، اعلام مسابقه‌ها و نیز رقابت‌های دانشجویی هستند. (باقریان، ۱۳۸۲)

رادیوهای محلی متعلق به شبکه‌های خدماتی: از جمله این رادیوها، رادیو مخصوص صنف رانندگان خودروهای سنگین در آمریکای شمالی است. فعالیت اصلی این رادیو پخش اخبار و برنامه‌های متناسب برای رانندگان است. این برنامه‌ها شامل اخبار ملی و محلی، اخبار مربوط به جاده‌ها و اخبار مربوط به قوانین راهنمایی و رانندگی مناطق مختلفی است که رانندگان باید از آنجا عبور کنند. این رادیوها علاوه بر اطلاع‌رسانی، به پخش موسیقی و ترانه‌های درخواستی رانندگان و نیز پخش برنامه‌های سرگرم‌کننده می‌پردازند. (همان)

رادیوهای محلی مربوط به اجتماعات: این رادیوها برای اجتماعاتی خاص، مانند اجتماعات مهاجری یا اقلیت‌های خاص برنامه پخش می‌کنند. در کشورهای مهاجرپذیر اروپایی و آمریکایی، مهاجران دارای رادیوهای محلی خاص خود، و به زبان‌های خود هستند. برای نمونه، در حال حاضر بخش عمده‌ای از رادیوهای محلی که در سوئد برنامه پخش می‌کنند، رادیوهای محلی مهاجران هستند. علاقه به پخش رادیوی محلی در شهرهای مختلف سوئد در حدی است که اداره صدور مجوز پخش رادیو در این کشور، یک راهنمای اطلاعاتی به زبان فارسی و کردی منتشر کرده است تا پاسخگوی بخشی از سوالات علاقه‌مندان باشد.

رادیوهای محلی مربوط به مناطق جغرافیایی خاص با فرهنگ و زبان خاص خود و برنامه‌هایی مرتبط با نیازهای خاص آن منطقه و مردم: انواع گسترده‌ای از رادیوهای محلی وجود دارد که

رادیوی محلی  
پاسخگوی  
نیازهای  
جامعه‌ای است که  
در خدمت آن قرار  
دارد و بر توسعه  
آن به سوی  
چشم‌اندازی  
گسترده‌تر و  
به نفع ایجاد  
تغییرات  
اجتماعی تأثیر  
می‌گذارد.





## کارکردها و ویژگی‌های رادیوهای

### محلی

فعالیت‌های رادیوهای محلی بر پایه گفتار و سخنرانی استوار است و اخبار و دانش محلی را در بر می‌گیرد. برای نمونه، رادیو محلی **BBC** ایستگاهی است که بیشتر فعالیت‌های خود را به برنامه‌های میزگرد و یا بحث و گفت‌وگو اختصاص می‌دهد. این برنامه‌ها اخبار محلی، وقایع روزمره، دانش و اطلاعات، بحث روز جامعه و همچنین، ورزش محلی (منطقه‌ای) را دربرمی‌گیرند (چانتلر و هریس، ۱۳۸۶: ۲). می‌توان رادیوهای محلی را به‌عنوان رادیوهایی در نظر گرفت که حیطه فعالیت آنها محدود به یک منطقه، محل و یا سازمان است. بنابراین این رادیوها توانایی پرداختن به مسائل و موضوعاتی را پیدا می‌کنند که در رادیوهای سراسری سخت است. چون رادیوهای محلی وقت و اولویت پرداختن به موضوعات خرد محلی را ندارند، اما این رادیوها به‌علت محلی بودن فعالیت خود را بر روی اخبار، رویدادها و دانش و اطلاعات محلی متمرکز می‌کنند. همچنین، در مواردی مردم به پیگیری اخبار و اطلاعات محلی علاقه‌مندند و این موضوعی است که از طرف رادیوهای محلی تأمین نمی‌شود.

چانتلر و هریس همچنین ویژگی‌هایی را برای رادیوهای محلی نام می‌برند که عبارتند از:

- **منبع ناب و خالص اخبار:** تحقیقات به‌عمل آمده در خصوص شناخت افراد از خبر نشان می‌دهد که بسیاری از آنها تصور می‌کنند که رادیو خالص‌ترین و ناب‌ترین منبع خبری موجود است.

- **سرعت و دسترسی در همه مواقع:** مردم زمانی که بخواهند خیلی سریع از حوادث روزمره مطلع شوند، به رادیو روی می‌آورند. آنها به‌خوبی دریافته‌اند که به دلیل کوتاه‌بودن زمان پخش خبر در این رسانه، خیلی سریع اصل مطلب گفته می‌شود.

- **سرعت و سادگی:** شاید بتوان گفت که بهترین عملکرد رادیو زمانی است که به‌صورت زنده برنامه پخش کند و یا حوادث و رویدادهای زمان حال را بررسی کند؛ زیرا رادیو نسبت به دیگر رادیوها کمتر تخصصی است و می‌توان تنها در ظرف چند ثانیه، رویدادهای خبری را پخش کرد و یا خبرهای جدیدی به آن افزود.

به خدمات‌رسانی به مردم می‌پردازند. به دلیل ویژگی‌های خاصی که رادیو داراست، مخاطبان آن از تنوع بیشتری برخوردار هستند. ناهمگنی مخاطبان، مهم‌ترین جنبه ارتباط جمعی برای برنامه‌سازان رادیو قلمداد می‌شود. مخاطبان رادیو مرکب از افرادی هستند که از جنبه‌های مختلف با یکدیگر متفاوت هستند. این تفاوت‌ها ممکن است اجتماعی، اقتصادی، روان‌شناختی، مذهبی، قومی، جسمانی و... باشند. تفاوت این پیشینه‌ها، مهارت‌ها و گرایش‌ها، برای ارتباط‌گران جمعی، مشکلاتی را به‌وجود می‌آورد. به‌علاوه مخاطبان، برنامه‌های رادیو را در پهنه وسیعی از مکان‌های مختلف دریافت می‌کنند. بنابراین هنگام تولید برنامه در رادیو باید به تنوع خصوصیات مخاطبان توجه شود. (الفت، ۱۳۸۰)

لحاظ کردن مجموعه این عوامل، منجر به تأملی اساسی درخصوص رادیوهای محلی شده است. از نظر تکنیکی، رادیوی محلی، به‌کارگیری نظام‌یافته رادیو با هدف تأمین آگاهانه امکانات لازم برای توسعه مردم در یک منطقه جغرافیایی، با خصوصیات جسمی و روحی کاملاً مشخص تعریف شده است. این امر به معنی بخش برنامه‌های رادیویی در یک منطقه جغرافیایی محدود است که مردم ساکن در آن، مشکلات و نیازهای مشابهی دارند. (همان)

رادیوی محلی پاسخگوی نیازهای جامعه‌ای است که در خدمت آن قرار دارد و بر توسعه آن به سوی چشم‌اندازی گسترده‌تر و به نفع ایجاد تغییرات اجتماعی تأثیر می‌گذارد. رادیوی محلی سعی دارد که از طریق جلب مشارکت افراد محلی به شکل‌های گوناگون و مطابق با هر یک از زمینه‌های خاص اجتماعی، به ارتباطات جنبه مردمی بدهد (همان). ویژگی‌های منحصر به فردی که رادیو دارای آن است، سبب شده است که این رسانه به‌عنوان یک ابزار ارتباطی قوی مورد استفاده قرار گیرد. امروزه رادیو هرچه بیشتر - نه در قالب یک رسانه همگانی بلکه در قالب یک رسانه محلی - به جماعت‌ها و گروه‌های خاص سرویس‌های خدماتی، آموزشی و تفریحی می‌دهد و از نظر سهولت دسترسی به گروه‌ها و اجتماعات رسانه دیگری توانایی رقابت با رادیو را ندارد. (باقریان، ۱۳۸۲)

رادیوهای محلی در ایران دارای توانی بالا در اثرگذاری‌های توسعه‌ای هستند و می‌توانند در موفقیت برنامه‌های توسعه‌ای نقش زیادی داشته باشند؛ چرا که سطح پوشش رادیوهای محلی گسترده بوده، فهم مشترک میان ارسال‌کنندگان پیام و گیرندگان به دلیل نزدیکی زبان و پیام‌های ارسالی وجود دارد.

**- ایجاد تصاویر ذهنی:** رادیو بهترین رسانه برای شبیه‌سازی تخیل یا تصویر محسوب می‌شود؛ چرا که شنونده همیشه سعی می‌کند آنچه می‌شنود یا برایش توضیح داده می‌شود، پیش خود ترسیم کند. این تصاویر احساسی یا عاطفی هستند.

**- ارتباط شخصی:** رادیو رسانه‌ای بسیار شخصی است. معمولاً گوینده با شنونده خود بی‌پرده و مستقیم صحبت می‌کند. از این رو، اهمیت این نکته که شنونده باید فردی مجزا محسوب شود، مشخص می‌شود.

هنگامی که در رادیو صحبت می‌کنید، قرار نیست گفته‌های شما از طریق انبوه غیرقابل شمارش مخاطبان و این جریان مافوق تصور برای تمامی توده‌ها منتشر شود. شما در حالی با مخاطبتان صحبت می‌کنید که گویی با او در سر یک میز نشست‌اید، قهوه می‌نوشید و به طور مستقیم مخاطب خود را پیش رو دارید.

رادیو این امکان را فراهم می‌سازد تا کلیه احساسات و عواطف انسانی توسط مخاطب شنیده شوند؛ از خنده گرفته تا گریه و از درد و رنج گرفته تا همدردی. این صدا حتی فراتر از گزارش و یا پخش سخنرانی افراد، شنیده می‌شود. به همین دلیل سبک و شیوه گفتار به اندازه محتوای گفتار اهمیت دارد.

**- منطقه‌ای یا محلی بودن خبرها:** با ارزش‌ترین مزیت پخش اخبار از رادیوی محلی همان چیزی است که حس واقعاً منطقه‌ای و انحصاری بودن را به رادیوی محلی می‌دهد. ایستگاه‌های محلی رادیو که می‌خواهند تعداد مخاطبان و شنوندگان خود را افزایش دهند، به محض احساس هر خطری، خبرهای معمول را نادیده می‌گیرند. (چانتلر و هریس، ۱۳۸۶: ۹-۱۲)

رادیوهای محلی که با زبان قومی و محلی مردم برنامه‌های خود را تولید و عرضه می‌کنند، باعث توجه هرچه بیشتر مردم به رادیو شده، همچنین می‌تواند در جهت همگرایی قومی مؤثر باشد.

همچنین ویژگی‌هایی نیز برای پخش محلی برشمرده شده که عبارتند از:

- هدفمند و مخاطب‌گرا بودن برنامه‌های رادیوهای محلی؛
- خدمت‌گرا بودن رادیوهای محلی؛ چرا که رفاه مردم مدنظر است.
- مشارکت مخاطبان؛ چرا که شنوندگان

باید احساس کنند که خود بخش مهمی از کل فرایند محسوب می‌شوند.

- برای آنکه رادیوهای محلی مؤثر باشند، استقلال فعالیت‌های آنها از سازمان‌های پخش سراسری ضروری است. (الفت، ۱۳۸۰)

در کل، رادیوهای محلی با دارا بودن ویژگی‌های مطرح‌شده، توان بالایی در نزدیکی با مخاطبان خاص دارند؛ به طوری که این رادیوها با قراردادن گروه هدف خود در میان جماعت‌ها و طبقات متفاوت اجتماعی نقش مهمی در فرایند اطلاع‌رسانی برای این گروه‌ها ایفا می‌کنند. این جماعت‌ها نیز به واسطه احساس نزدیکی با این رادیوها تأثیر بیشتری از آنها خواهند پذیرفت. نکته‌ای که باید مورد توجه این رسانه‌ها قرار گیرد، تفاوت سلیقه و خواسته‌های گروه‌های مختلف اجتماعی است.

کارکردهای رادیوهای محلی از نظر فراسر و رستریو استرادا (۲۰۰۱: ۲۲-۱۸) اینچنین است:

- بازتاب و ترویج هویت، منش و فرهنگ محلی؛

- ایجاد و خلق تنوع صدایی و اندیشه‌ها؛  
- فراهم کردن تنوع برنامه‌ای و محتوایی؛  
- ترغیب و تشویق گفت‌وگوی آزاد و باز و فرایندهای دموکراتیک؛

- ترفیع و ترویج توسعه و تغییر اجتماعی؛  
- ترفیع و ترویج حکمروایی خوب؛

- تشویق و تقویت مشارکت، تسهیم اطلاعات و نوآوری؛

- شنیده‌شدن صداهایی که شنیده نمی‌شدند؛

- تأمین خدمات اجتماعی به‌عنوان جایگزینی برای تلفن؛

- همکاری و کمک برای تنوع در مالکیت بنگاه‌های سخن‌پراکنی؛

- همکاری و کمک برای توسعه منابع انسانی در صنعت سخن‌پراکنی.

### رادیوهای محلی و سیاست‌های توسعه‌ای

با توجه به تخصصی و محدود بودن اطلاعات و آموزش‌هایی که از رادیوهای محلی پخش می‌شود و با توجه به موضوعات مختلفی که رادیوهای محلی برای آن شکل گرفته‌اند، این رادیوها می‌توانند نقش مهمی در توسعه و سیاست‌های توسعه‌ای در کشورها ایفا کنند.

تا کنون رادیوهای محلی در بسیاری از کشورهای جهان تجربه شده‌اند. رادیوی محلی معدنچیان بولیوی، استرالیا، ماهاولی و فیلیپین نمونه‌هایی از آنها هستند. به‌طور کلی، از رادیوی محلی برای سیاست اجتماعی در آمریکای شمالی و اروپا، توسعه در آسیا، حفظ فرهنگ بومی در استرالیا و تغییرات اجتماعی در آمریکای لاتین استفاده شده است. (الفت، ۱۳۸۰)

پس نقش رادیوهای محلی در سیاست‌های توسعه‌ای واضح و مبرهن می‌نماید. برای نمونه از سال ۱۹۹۲ تنها حدود ۲۰ رادیوی محلی در هائیتی شروع به فعالیت کرده‌اند. فعالیت اصلی این رادیوها اعلام اخبار و تفسیرهای واقع‌گرایانه برای ساکنان این جزیره است. این رادیوهای محلی نقش مهمی در ارائه خدمات آموزشی، بهداشتی، پزشکی، مشاوره‌ای و کشاورزی دارا هستند. به‌علاوه این رادیوهای محلی برنامه‌هایی جهت آشنایی با قوانین، حقوق فردی و حقوق شهروندی نیز ارائه می‌کنند. این رادیوهای محلی نقش عمده‌ای در آشنایی مردم با اصول دموکراسی و حق مشارکت در تصمیم‌گیری‌های کشوری و نیز حقوق خود و چگونگی دفاع از آن ارائه نموده‌اند. (باقریان، ۱۳۸۲)

از دیگر نمونه‌های رادیوهای محلی مورد استفاده در سیاست‌های توسعه، رادیوهای محلی فرهنگی - آموزشی است (باقریان، ۱۳۸۲). این رادیوها بیشتر در کشورهای درحال توسعه مورد استفاده وسیع قرار می‌گیرند؛ چرا که در این کشورها برنامه‌های وسیعی برای توسعه اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، صنعتی و... طراحی می‌شود و به‌خاطر برخی کمبودها در این کشورها از جمله کمبودهایی مثل آموزش و پرورش، سواد، کشاورزی و صنعتی، این رادیوها بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند.

نمونه‌هایی از اینگونه برنامه‌های توسعه‌ای که به‌وسیله وسایل ارتباطی صورت می‌گیرند، عبارتند از: کنترل خانواده، بهبود وضعیت زنان، ارتباطات مسئولیت‌پذیر، سوادآموزی بزرگسالان، مسئولیت‌پذیری والدین و پیشگیری و کنترل بیماری ایدز. (یون کیم، ۱۳۸۵)

با وجود رادیوهای محلی دانشگاهی، رادیوهای محلی متعلق به شبکه‌های خدماتی، رادیوهای محلی کشورهای درحال توسعه برای اقدامات توسعه‌ای و...، از پتانسیل بالایی برای

ترغیب و ترویج برنامه‌های توسعه برخوردار هستند.

### چرخش در نظریات ارتباطات توسعه و رادیوهای محلی

رادیوهای محلی نشانگر چرخش در نظریات ارتباطات توسعه هستند. در زمانی که الگوی نوسازی الگوی رایج در توسعه بوده است، نظریات سنتی ارتباطات توسعه‌ای برای کشورهای درحال توسعه، رهیافت ارتباطی از بالا به پایین و تصمیم‌گیری یکسویه نهادهای ارتباطی و بدون توجه جدی به مردم به عنوان عنصر اصلی، مطرح بوده است. همچنین در این تئوری‌ها به سازگاری پروژه‌ها با تجربه‌های محلی و ساختارهای موجود در جهان سوم توجه نمی‌شد. همچنین برای شناخت ویژگی‌های روستائیان که آنان را در مقابل تغییر مقاوم می‌کند، از قبیل بی‌اعتمادی متقابل در روابط فردی، اعتقاد به محدودیت کالا، وابستگی به اقتدار دولت، خانواده‌گرایی، قدری بودن، انتظارات محدود، دیدگاه‌های محدود نسبت به جهان و پایین بودن حس همدمی نسبت به نوآوری‌ها، تلاشی صورت نمی‌گرفت. مجموعه این عوامل سبب شد تا الگوی ارتباطی منبع، پیام، رسانه و گیرنده مورد تردید جدی واقع شود. (هنسون، ۱۳۷۳: نقل از وحید قلفی، ۱۳۷۹)

بنابراین الگوهای ارتباطی رسانه‌های جمعی در دوره نوسازی اغلب به دلیل محافظه‌کار بودن، اروپامدار بودن و ناآگاهی از زمینه‌های محلی مورد انتقاد واقع شدند. (سینگ، ۱۳۸۳)

در چنین شرایطی بود که پارادایم نو-نوسازی مطرح شد. پژوهشگران نو-نوسازی از دیدگاه‌های عام‌گرایانه و مدیریت‌گرایانه دوری گزیده‌اند و به دیدگاهی از پایین به بالا و اثرپذیر از نظر فرهنگی در مورد توسعه و تسهیل آن معتقدند. پارادایم نو-نوسازی با پذیرش تفاوت‌های سنتی و فرهنگی و مراحل تاریخی جوامع، تفکر قالبی منبع فعال و گیرندگان غیرفعال را نمی‌پذیرد (ملکات، ۲۰۰۳) و بیشترین تأکید آن بر مرکزیت‌زدایی فرایند تصمیم‌گیری و مشارکت بیشتر مردم محلی در این فرایند است (هوسکا، ۲۰۰۳ هر دو نقل از یون کیم، ۱۳۸۵). با این تغییرات به‌وجودآمده رادیوهای محلی که سازگاری بیشتری با پارادایم جدید داشتند و از الگوهای ارتباطی پایین به بالا پیروی کرده و از مردم

نام ایستگاه	زمان پخش
رادیو سلامت	۱۲ ساعته
رادیو قرآن	۲۴ ساعته
رادیو ایران	۲۴ ساعته
رادیو ورزش	۲۰ ساعته
رادیو البرز	۲۴ ساعته
رادیو معارف	۲۴ ساعته
رادیو گفت‌وگو	۶ ساعته
رادیو پیام	۲۴ ساعته
رادیو جوان	۲۴ ساعته
رادیو تهران	۲۴ ساعته
رادیو فرهنگ	۲۴ ساعته
رادیو تجارت	۱۸ ساعته
رادیو آوا	۷ ساعته
رادیو نوا	--
صدای آشنا	۲۴ ساعته - هات برد

جدول ۱: شبکه‌های رادیویی سراسری و تخصصی در ایران

تخصصی و محلی شدن رادیو جایگاهی خاص به این وسیله ارتباطی در میان دیگر وسایل ارتباط جمعی داده است.

محلی و برای مردم محلی شکل گرفته بودند، بسیار مورد توجه قرار گرفتند. این تغییرات و چرخش‌ها نشانه توجه به محلی‌گرایی و ابعاد خرد در نظریات توسعه و رسانه است.

### راديوهای محلی در ایران

سه نوع راديو در ایران قابل تشخیص است:

- **راديو سراسری**: که گسترش پوشش آنها شامل تمامی مناطق کشور می‌شود و موضوعات و پیام‌های ارسالی آنها از تنوع برخوردار است و حیطه‌های فعالیتی گسترده‌ای از قبیل: اخبار، سرگرمی، تاریخ، علم و... را شامل می‌شود و همچنین سعی در پوشش همه گروه‌های اجتماعی و فرهنگی دارد.

- راديوهای اختصاصی و تخصصی؛ که پوشش قشری بخصوص، یا حیطه فعالیتی خاصی را دنبال می‌کنند که بیشترین بخش ایستگاه رادیویی در ایران مربوط به این بخش است؛ از قبیل: **راديو جوان، راديو معارف، راديو قرآن، راديو سلامت، راديو ورزش** و...

- راديوهای استانی و راديوهایی که به زبان‌ها و لهجه‌های مختلف استان‌های ایران برنامه پخش می‌کنند. این ایستگاه‌ها به دلیل اینکه برای اجتماعات خاص و یک منطقه جغرافیایی مشخص و با توجه ویژه به فرهنگ، زبان و خواسته‌های آنها برنامه پخش می‌کنند، می‌توان در ردیف راديوهای محلی جای داد. البته انواعی از راديوها مانند راديوهایی که برای کشورهای دیگر برنامه پخش می‌کنند و راديوهای اینترنتی وجود دارد که فراگیر نبوده، در حیطه بحث ما جاری نیست.

تعریفی که از راديوهای محلی در ایران ارائه کردیم، شاید با تعریف راديوهای محلی به‌طور عام کاملاً سازگار نباشد. اما در هر صورت برای مناطق خاص و با فرهنگ و زبان و خواسته‌های مردم خاصی برنامه پخش می‌کنند و به اخبار و رویدادهای محلی می‌پردازند. در چنین شرایطی مردم احساس نزدیکی بیشتری با این راديوها داشته، توان برقراری ارتباط نزدیکی با مردم دارند.

راديوهای محلی در ایران دارای توانی بالا در اثرگذاری‌های توسعه‌ای هستند و می‌توانند در موفقیت برنامه‌های توسعه‌ای نقش زیادی داشته باشند؛ چرا که سطح پوشش راديوهای محلی گسترده بوده، فهم مشترک میان ارسال‌کنندگان پیام و گیرندگان به دلیل

نزدیکی زبان و پیام‌های ارسالی وجود دارد.

### نتیجه‌گیری

اثرگذاری راديو در انسان‌ها و به دنبال آن در برنامه‌های توسعه تا حدی فراتر از دیگر وسایل ارتباطی؛ به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه است. جدا از مباحث در دسترس گسترده راديو و کم‌سوادى و ... در کشورهای در حال توسعه، این وسیله ارتباطی دارای ویژگی‌های ذاتی است که تأثیرگذاری آن را بیشتر می‌کند. راديو به دلیل شنیداری بودن، گرچه به اطلاع‌رسانی خطی منجر می‌شود و اطلاعات به اجبار به دنبال هم - و نه هم‌زمان - در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد، اما تخیل مخاطب را برمی‌انگیزد و به‌ویژه در برنامه‌های عمیق‌تر، راديو را به رسانه‌ای برای انجام دیالوگ بدل می‌کند. این ویژگی‌های راديو به همراه ویژگی‌های راديوهای محلی با در نظر گرفتن علایق و خواسته‌های مختلف شنوندگان و با تأکید بر وجود اختلاف علایق و خواسته‌ها در میان جماعت‌های مختلف، در برنامه‌های خود به شنونده محلی توجه کردند و در نتیجه به گیرندگان خود نزدیک شدند تا عمق اثرگذاری راديو بر مخاطبان را به‌شدت بالا ببرند.

راديو اگرچه در دهه‌های اخیر در یک رقابت شدید با دیگر رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی از جمله تلویزیون قرار گرفته است، اما راديو همواره شنوندگان خاص خود را داراست. حتی راديو در فرایند جذب مخاطبان تحصیلکرده و روشنفکر نیز موفق بوده است.

با اینکه شنوندگان راديو را اغلب قشرهایی با سطح درآمد کم و متوسط می‌دانند، اما گرایش برخی تحصیلکرده‌ها و روشنفکران به راديو نیز قابل توجه است. علت این گرایش نیز از سوی روشنفکران چنین عنوان شده است که برنامه‌های راديو در مقایسه با برنامه‌های تلویزیون به واقعیت نزدیک‌تر هستند (خجسته، ۱۳۸۰). راديوهای محلی نیز با رویکرد تخصصی، منطقه‌ای و محلی و موضوعات ویژه، خود را با موضوعات ملموس‌تری درگیر می‌کنند و نزدیکی بیشتری به علایق و خواسته‌های مخاطبان دارند که این موضوع باعث اثرگذاری بیشتر راديوهای محلی نسبت به راديوهای سراسری می‌شود.

با این حال، توجه برنامه‌سازان راديو به راديوهای محلی و تولید برنامه‌های محلی

ابتدا نقطه قوتی برای راديوست تا از این طریق بتوانند شنوندگان را به سمت خود جذب کنند و در وهله بعد، با توجه به ویژگی‌های محلی‌گرایی در تولید، ساخت و پخش برنامه‌ها اقدامات مهمی در اجرای برنامه‌های توسعه انجام دهند.

در مجموع، با توجه به کارکردها و ویژگی‌های راديوهای محلی و گستردگی این رسانه‌ها در ایران، این راديوها دارای پتانسیل بالایی برای اجرای برنامه‌های توسعه‌ای در ایران هستند. همچنین، این راديوها با تمرکز ویژه بر روی مفاهیم خرد، محلی و مواردی از این قبیل می‌توانند نقش مهمی در حکمروایی خوب داشته باشند.

### منابع و مأخذ

- الفت، سعیده (۱۳۸۰). «بررسی نقش و کارکرد راديوهای محلی»، **مجله راديو**. سال ۲، شماره ۷.
- باقریان، فاطمه (۱۳۸۲). «راديو: در دسترس‌ترین رسانه»، فصلنامه **فرهنگ و ارتباطات**. شماره ۱.
- چانتلر، پاول و سیم هریریس (۱۳۸۶). **اصول ژورنالیسم در راديوهای محلی**. ترجمه زهره جنایی، تهران: اداره کل پژوهش‌های راديو.
- خجسته، حسن (۱۳۸۰). **درآمدی بر جامعه‌شناسی راديو**. تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- کاکرین، آلن (۱۳۸۷). **سیاست‌های شهری؛ رویکردی انتقادی**. ترجمه عارف اقوامی مقدم، تهران: آذرخش.
- یون کیم، یونگ (۱۳۸۵). «پژوهشی در باب ارتباطات میان فرهنگی و ارتباطات توسعه». ترجمه فلورا فروغیان، فصلنامه **رسانه**. سال ۱۷، شماره ۴.
- وحید قلفی، محمدحجیم (۱۳۷۹). «نقش ارتباطات توسعه‌ای و رسانه‌های اجتماعی در پذیرش الگوهای بهینه مصرف انرژی در مناطق روستایی». مجموعه مقالات چهارمین کنفرانس سراسری روستا و انرژی، استان سیستان و بلوچستان.
- سینگ، جی. پی (۱۳۸۳). «فناوری ارتباطات و توسعه: رویکردهای ابزاری، نهادی، مشارکتی و راهبردی». فصلنامه **رسانه**. سال ۱۵، شماره ۲.
- Fraser, Colin and Restrepo Estrada, Sonia. (2001). **Community Radio Handbook**, UNESCO.
- <http://www.topiranian.Com/news/archives/010632.html>
- <http://www.hamshahronline.ir/News/?id=38706>.