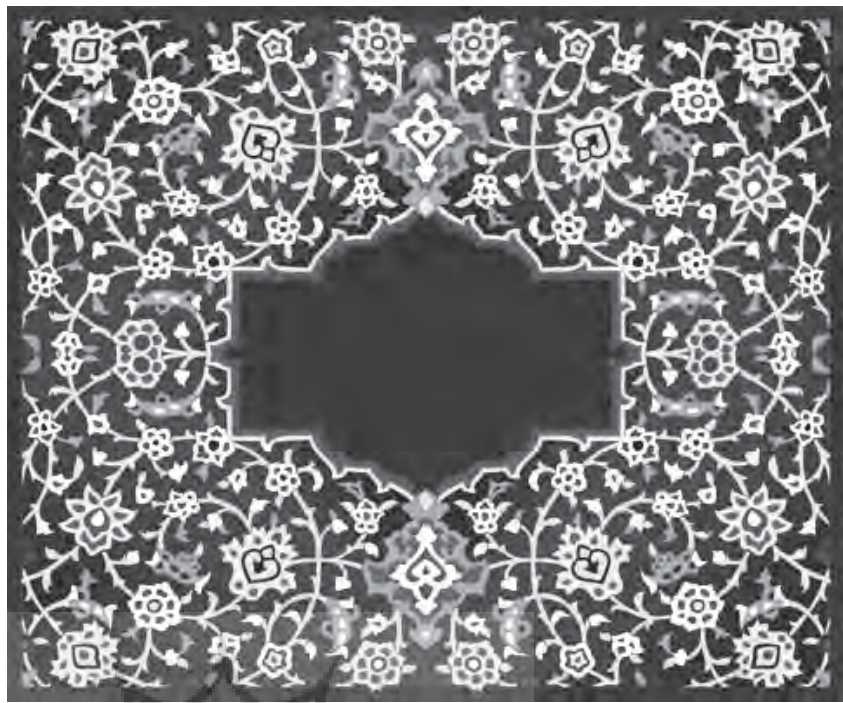


دیباچه

پرسش از «کیستی» و «هویت» افراد و ملت‌ها، از دغدغه‌های فکری بشر در طول تاریخ بوده است. در این میان اهمیت مفهوم «هویت ملی» نسبت به سایر انواع هویت جمعی دارای نقشی تعیین‌کننده در حوزه فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد است؛ به‌نحوی که آن را فراگیرترین و در عین حال مشروع‌ترین سطح هویت در تمامی نظام‌های اجتماعی می‌دانند. فراگیری هویت ملی از آنجا ناشی می‌شود که دارای ابعاد اجتماعی، تاریخی، جغرافیایی، سیاسی، دینی، فرهنگی و زبانی است. مشروعیت بالای هویت ملی هم از آن جهت است که به تشخص و شخصیت واقعی یک ملت بازمی‌گردد. هویت ملی به‌منزله روح یک ملت است که فقدانش مرگ آن ملت را به دنبال دارد. در واقع، قوام و دوام زندگی توأم با عزت و آزادی یک ملت به هویت ملی آن در معنای عام و گسترده بستگی دارد.

تاریخ گواهی می‌دهد آن دسته از کشورهایی که دارای هویت ملی قوی و مستحکمی هستند، همواره در عرصه‌های مختلف پیش‌تاز بوده‌اند. از این رو، همواره تلاش استعمارگران بر این بوده است تا با تهی کردن این کشورها از هویت ملی‌شان بر منابع طبیعی و غیرطبیعی آنها مستولی شوند. کشورهای با روحیه استعماری همواره درصدد تضعیف هویت ملی در کشورهای عقب‌افتاده و درحال توسعه و از آن طریق، تضعیف همبستگی و روح جمعی در آن ملل برآمده‌اند. در این میان، توجه خاص آنها به جوانان کشورهای یادشده بوده و تمامی تلاش خود را برای ایجاد بحران هویت فردی و جمعی برای این قشر آینده‌ساز ممالک مزبور به‌کار بسته‌اند.

جوانان هر کشور از آن رو که بدنه فعال، پویا و انگیزه‌مند هر ملت و بهترین منابع انسانی در زیست‌جمعی محسوب می‌شوند، سهمی مؤثر در تضمین حیات فرهنگی و اقتصادی دارند. دستیابی به هویت موفق در ابعاد فردی و ملی در جوانان، هم درجه



رادیو و هویت ملی جوانان

❖ دکتر طاهر روشندل اربطانی

استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

چکیده

بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که رسانه‌های جمعی دارای چنان قدرتی هستند که می‌توانند نسلی تازه در تاریخ بشریت پدید آورند؛ نسلی که با نسل‌های پیشین از جهت فرهنگ، ارزش‌ها، هنجارها و آرمان‌ها بسیار متفاوت باشد. درحال حاضر با توجه به تغییر و تحولات عصر جدید و جهانی‌شدن رسانه‌ها، ما در برابر یک چالش جدید قرار گرفته‌ایم که در صورت بی‌توجهی و بی‌تدبیری می‌تواند بحران هویت را برای جامعه و به‌ویژه جوانان آن که دارای آسیب‌پذیری بیشتری در این میان هستند، به دنبال داشته باشد. واقعیت این است که گسترش رسانه‌های جمعی فرامرزی نظیر ماهواره و اینترنت، فرسایش هویت‌های ملی و فرهنگی جوامع را در پی دارد و در صورت بی‌توجهی، غفلت و مقابله نادرست می‌تواند خسارت غیرقابل جبران در بر داشته باشد. بهترین راه مقابله با چنین تهاجمی نیز مقابله از جنس خود همین تهاجمات، یعنی مقابله نرم و فرهنگی است که بی‌تردید مؤثرترین ابزار آن رسانه‌های جمعی کشورند.

مقاله حاضر به بررسی و اهمیت نقش رادیو در تقویت و استحکام بخشی هویت ملی جوانان جامعه می‌پردازد. رادیو با دارا بودن ویژگی‌های خاصی که در کمتر رسانه جمعی دیده می‌شود و در مقاله حاضر به آن اشاره خواهد شد، ابزار بسیار مناسبی به این منظور است، هرچند در گام اول این مسیر باید به دنبال راه‌های «جذب حداکثری» و توسعه تعامل نسل جوان با این رسانه چالاک و منعطف بود. مقاله حاضر راهکارهایی نیز در این خصوص ارائه می‌دهد.

امید به آینده آنها را بالا می‌برد و هم مایه اعتماد نهادهای اجتماعی به‌ویژه نهاد حکومت به آنها می‌شود. توجه به جوانان در حقیقت، ضمانت زیست جمعی در دهه‌های آینده است. بنابراین کیفیت هویت ملی آنها می‌تواند نقشی مؤثر در توسعه کشور ایفا کند.

صاحب‌نظران عواملی چون نوگرایی، صنعتی‌شدن، جهانی‌شدن و ... را از عوامل مؤثر در بحران هویت جوانان در جوامع در حال توسعه می‌دانند. در این میان، فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی (ICT) جایگاهی ویژه دارند. نقش وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها در اینجا نقشی دوگانه بوده، در واقع رسانه‌ها در ارتباط با مقوله هویت جوانان و به‌ویژه هویت ملی آنها به مثابه تیغ دولبه عمل می‌کنند؛ به این معنا که رسانه‌های جمعی و سایر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در اختیار قدرت‌های استکباری و استعمارگر به دنبال تهی‌کردن جوانان ملت‌های آزادی‌خواه از هویت ملی‌شان هستند و از سویی رسانه‌های بومی می‌توانند در هویت‌یابی و استحکام‌بخشیدن به هویت ملی جوانان نقشی بی‌بدیل داشته باشند. رسانه‌های جمعی و از آن جمله رادیو با دارا بودن کارکردهای متعدد و قدرت تأثیرگذاری بالا در ارتباط با مقوله هویت ملی می‌تواند به تقویت روحیه‌هایی چون وطن‌دوستی، اتحاد، داشتن غرور ملی، خودباوری و وفاداری به میهن در میان جوانان منجر شوند. در این میان رادیو واجد ویژگی‌هایی است که در کمتر رسانه‌ای یافت می‌شود؛ ویژگی‌هایی نظیر القای حس نوستالژیک به مخاطبان و ارجاع آنها به گذشته تاریخی‌شان.

براساس آنچه گفته شد، در مقاله حاضر به دنبال تبیین نقش و جایگاه ویژه رادیوی ملی در حفظ و تقویت هویت ملی جوانان جامعه هستیم. ناگفته پیداست که گام اول در این راه، حساس‌شدن مدیران، برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان رادیو نسبت به مقوله یادشده و تلاش در جهت یافتن راه‌های تعامل هرچه

بیشتر و بهتر با مخاطب جوان است.

هویت و هویت ملی

«هویت» در اصل لفظی عربی و از ضمیر «هو» به معنای «او» است. اعراب که در دوره‌های شکوفایی تمدن اسلامی منطق و فلسفه را از یونان ترجمه می‌کردند، از کلمه «هو»، «هویت» را اشتقاق نمودند و از «ماهو»، «ماهیت» را. خلاصه سخن اینکه منظور از هویت، شناسه‌هایی است که انسان و یا جامعه او را معرفی می‌کند.

بی‌گمان پیشینه مسئله هویت (Identity) به آغاز تاریخ انسان بازمی‌گردد. از دیرباز، انسان‌ها به دنبال تعریف و شناسایی خویش، قبیله، قوم و ملیت و نیز کشف تمایزات خود از دیگران بوده‌اند. مفهوم هویت در حقیقت پاسخی به سؤال «چه کسی بودن» و «چگونه شناسایی شدن» است.

هویت، مفهومی بسیار سیال و از جمله مفاهیم تفسیری در حوزه علوم انسانی و اجتماعی است و با توجه به اینکه از چه منظر، گفتمان یا سنت فکری به این مفهوم نگاه کنیم، تعبیر مختلفی می‌توان از آن ارائه داد. علت این مسئله هم از یک سو به لایه‌های مختلف هویت و از سوی دیگر به تفاوت‌های گفتمانی نوشته‌های علمی و فکری برمی‌گردد. به‌عنوان مثال، روان‌شناسان بیشتر با لایه فردی هویت سروکار دارند؛ در حالی که حوزه کار جامعه‌شناسان و متخصصان فرهنگی، هویت جمعی است.

تعریفی که دانشمندان علوم روان‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی از هویت دارند، این است که: «مجموعه ویژگی‌هایی که تفاوت فرد از دیگران یا شباهت او به دیگران را موجب می‌شود که برای ساختن آن، عناصر زیادی مورد استفاده قرار می‌گیرد.» کاستلز (۱۳۸۰) فرایند «معناسازی» را براساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به‌هم‌پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود به هویت تعبیر می‌کند. در فرهنگ جامعه‌شناسی بلکول پنداشت به نسبت پایدار فرد از «کیستی» و

«چیستی» خود در ارتباط با افراد و گروه‌های دیگر که از طریق تعاملات اجتماعی فرد با دیگران در فرایند اجتماعی‌شدن تکوین می‌یابد، به هویت تعبیر شده است. (جانسون، ۱۹۹۷)

یکی از مهم‌ترین انواع هویت، هویت ملی است؛ زیرا نقشی تعیین‌کننده در حوزه فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد دارد. به عبارت دیگر، هویت ملی فراگیرترین و درعین حال مشروع‌ترین سطح هویت در تمامی نظام‌های اجتماعی است. به دلیل فراگیربودن و تعیین‌کنندگی مفهوم هویت ملی در حوزه‌های فرهنگ، اجتماع، سیاست و اقتصاد، مردم‌شناسان، جامعه‌شناسان و علمای علم سیاست و اقتصاد به مطالعه درباره آن همت گمارده‌اند. هویت ملی فرایند پاسخگویی آگاهانه یک ملت به پرسش‌های پیرامون خود، گذشته، کیفیت زمان، تعلق، خاستگاه اصلی و دائمی، حوزه تمدنی، جایگاه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ارزش‌های ملهم از هویت تاریخی خود است. هویت ملی مسئله‌ای انفرادی، شخصیتی و روانی نیست، بلکه پدیده‌ای جمعی است که به بنیادهای فرهنگی، تاریخی و اعتقادی یک ملت مربوط می‌شود. وقتی به مسئله هویت ملی توجه می‌کنیم، در حقیقت به تشخیص و شخصیت واقعی یک قوم و یا یک ملت نظر می‌افکنیم؛ شخصیت و تشخیصی که از خصوصیات و ویژگی‌ها و امتیازات مردم یک سرزمین حکایت دارد. معمولاً بارزترین و عمیق‌ترین انگاره‌های هویتی یک کشور در فرهنگ آن قوم تجسم می‌یابد. در بررسی نقش فرهنگ، جلوه‌ها و بازنمایه‌های آن در هویت ملی، صرف‌نظر از روش‌های نهفته در خود آن فرهنگ، نقش و تأثیر و تأثر آن از نظر اجتماعی و سیاسی و تاریخی نیز بررسی، تجزیه و تحلیل می‌شود. هویت ملی ریشه در اعماق تاریخ و فرهنگ یک ملت دارد و با سرشت تک‌تک افراد یک جامعه درآمیخته است. هویت ملی دارای دو بعد اجتماعی و تاریخی است که در زیر‌بدان پرداخته می‌شود:

الف- بعد اجتماعی: هر شخصی از طریق محیط اجتماعی که به آن تعلق دارد، هویت خود را ساخته و گسترش می‌دهد. از دیدگاه اریکسون، شرایط اجتماعی سومین عامل در شکل‌دهی و سازمان‌دادن به شخصیت افراد است. جوهره بعد اجتماعی هویت ملی، منوط به برقراری روابط دوستانه و عاطفی است؛ زیرا پایه هرگونه نظم اجتماعی حتی در جوامع مدرن، «عاطفه» است و این امر ریشه در وابستگی عاطفی به جمع و روابط عاطفی در جوامع دارد. ارتباطات گسترده موجب تقویت بعد اجتماعی هویت ملی می‌شود و هر قدر بعد اجتماعی هویت در سطح کلی‌تر و قوی‌تر باشد، شخصیت اجتماعی شهروندان نیز منسجم‌تر و جدی‌تر پی‌ریزی می‌شود.

ب- بعد تاریخی: براساس گفته یکی از روان‌شناسان بزرگ که «تاریخ، شخصیت است» می‌توان گفت که تحولات و فرایندهای درازمدت تاریخی در شکل‌دادن به احساس عمیق دلبستگی و تعلق به یک کشور مؤثر است. خاطرات، رخدادها، حوادث، شخصیت‌ها و فراز و نشیب‌های تاریخی در شکل‌دادن به انگاره‌های جمعی بسیار مؤثر هستند. بعد تاریخی هویت ملی که عبارت است از آگاهی مشترک افراد یک جامعه از گذشته تاریخی و احساس دلبستگی به آن و احساس هویت تاریخی و هم‌تاریخ‌پنداری، پیونددهنده نسل‌های مختلف به یکدیگر است که مانع جاداشدن یک نسل از تاریخش می‌شود؛ زیرا هر جامعه‌ای با هویت تاریخی خود تعریف و ترسیم می‌شود. هویت تاریخی را می‌توان آگاهی و دانش نسبت به پیشینه تاریخی و احساس تعلق خاطر و دلبستگی بدان دانست.

وقتی درباره ابعاد پایه‌دار هویت یک فرد، یعنی ارزش‌ها و منابع فرهنگی و تاریخی پایدار و شاخص‌های دینی، زبانی و سرزمینی یک فرد سخن می‌گوییم، بحث ما درباره هویت ملی است. هویت ملی یک هویت جمعی تاریخی پایدار و غیرقابل‌تغییر است و تک‌تک افراد یک ملت را دربرمی‌گیرد. هویت

ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی است. این عناصر و نمادها که سبب تمایز و شناسایی می‌شوند عبارتند از: بعد اجتماعی، تاریخی، جغرافیایی، سیاسی، دینی، فرهنگی و زبانی. (توسلی و قاسمی، ۱۳۸۱)

در برخی پژوهش‌ها از چهار دسته ارزش‌های ملی، دینی، جامعه‌ای و انسانی به‌عنوان عناصر تشکیل‌دهنده هویت ملی، سخن به میان آمده است. ارزش‌های ملی، تمامی مشترکات فرهنگی اعم از سرزمین، زبان، نمادهای ملی، سنت‌ها و ادبیات ملی را شامل می‌شوند. مراد از ارزش‌های دینی، تمامی مشترکات فرهنگی دینی است. ارزش‌های جامعه‌ای به اصول و قواعد اجتماعی که برای استحکام جامعه باید رعایت شود، توجه دارد و ارزش‌های انسانی نیز به کلیه اصول و قواعد انسانی که فارغ از هرگونه محدودیت اجتماعی و جغرافیایی، جهت بقای بشریت باید رعایت شود.

شماری از اندیشمندان سنتی در علوم سیاسی، اجتماعی و جغرافیا، هر کدام عنصر ویژه‌ای از عناصر تشکیل‌دهنده هویت ملی را اصل دانسته‌اند. جغرافیا، «سرزمین مشترک» و «تاریخ مشترک» را در این مورد اصل تلقی می‌کند و علوم اجتماعی، «زبان مشترک» و «دین مشترک» را، اما علوم سیاسی بر «ساختار سیاسی مشترک»، «ملیت و ملت» و «جامعه مدنی» تکیه می‌زند. مسلم اینکه هویت پدیده‌ای مرکب از همه این عناصر، به اضافه دیگر عناصر فرهنگی مشترک- همانند هنرها، آداب و سنن- است.

برخی از صاحب‌نظران بر عنصر «اراده باهم‌زیستن در طول تاریخ» تکیه کرده‌اند. یعنی آنچه مردم را در طول تاریخ در رنج و شادی و جنگ و صلح با هم شریک کرده، در کنار هم قرار داده و از طریق یک سرنوشت مشترک تاریخی به آنها هویت خاصی بخشیده است، «اراده باهم‌زیستن» آنها بوده است. در این دیدگاه، عناصر مشترک زبانی، قومی، مذهبی و... انکار نمی‌شوند، اما به

تنهایی نیز قابل‌اعتنا نیستند، بلکه احساس تعلق مردم یک سرزمین به یک گروه بزرگ‌تر مانند ملت و احساس وفاداری به عضویت در آن گروه بزرگ‌تر است که باعث دوام ملیت‌ها می‌شود. عناصر هویت در واقع آنهایی هستند که فرد را به یک مجموعه وسیع‌تر به نام ملت و یا ملیت پیوند می‌دهد. ملیت «شکلی از احساسات مشترک برآمده از شور و شوق، صمیمیت و شکوه خاص مربوط به میهن» است. پس می‌توان گفت که اولین عنصر هویت، «آگاهی» است و دومین آن، علاقه‌مندی به مجموعه‌ای که فرد به آن تعلق دارد. بنابراین چون هویت، جنبه ذهنی پیدا می‌کند، لاجرم از مقوله فرهنگی نیز جدا نیست.

پس در مجموع می‌توان هویت ملی را بر دو عنصر ذهنی و عینی استوار کرد: عنصر ذهنی، بر وجود «باورها» تأکید می‌ورزد و هویت را محصول باور یک جامعه انسانی به داشتن تعلقات و ویژگی‌های مشترک می‌داند. با این دید، وجود باور ذهنی فارغ از واقعیت‌های عینی، مبنای شکل‌گیری هویت‌های ملی و قومی واحد می‌شود. حال آنکه عنصر عینی بر نقش واقعیت‌های عینی در شکل‌گیری این هویت‌ها تأکید می‌ورزد. عنصر ذهنی تمایل افراد یک جامعه برای زیستن در کنار یکدیگر است و به تعبیر امیل بوترو «عرق یا حس ملی از میل و علاقه مردم به زندگی با یکدیگر، به تجلیل و ستایش خاطرات مشترک و به تلاش در راه هدف‌های مشترک سرچشمه می‌گیرد.» اما عنصر عینی از دو نگرش فرهنگی (فرهنگ‌محور) و سیاسی (دولت‌محور) سرچشمه می‌گیرد. نگرش فرهنگ‌محور، ناظر بر متغیرهای فرهنگی مثل زبان، دین، فرهنگ، ادبیات، هنر، آداب و رسوم و اعتقادات یک ملت است که زاینده دوران طلایی (تاریخ) است.

رسانه و هویت ملی

دنیس مک‌کوایل، نقش‌های رسانه‌ها در جامعه را، «ایجاد وفاق اجتماعی، بیان فرهنگ مسلط و به‌رسمیت‌شناختن

خرده فرهنگ‌ها و تحولات جدید فرهنگی»، «تحکیم و حفظ ارزش‌های مشترک» می‌داند. مک‌کویل همچنین کارکرد رسانه را برای فرد در جامعه شامل «کسب تأیید برای ارزش‌های شخصی»، «جذب الگوهای رفتاری»، «همذات‌پنداری با دیگران» و «پیدا کردن بینش درباره خود» ذکر می‌کند. مک‌کورمک (۱۹۶۱) استدلال می‌کند که نقش رسانه‌ها در کشورهای امروزی وحدت‌بخشیدن و اجتماعی کردن است و کارکرد خاص رسانه‌های جمعی ارائه یک جمع‌بندی یا «سنتر» از تجربیات و نوعی آگاهی به جامعه است که به جنبه‌های خاص واقعیت هم توجه داشته باشند. موضوع وحدت و انسجام اجتماعی در مطالعات محتوای ارتباطات دارای اهمیت زیادی است. رسانه‌ها بخشی از فرهنگ هر جامعه هستند که کارکرد اصلی آنها، انتقال مفاهیم و میراث و سنن و ارزش‌های فرهنگی و به عبارتی انتقال نمادهای هویت ملی است. آلن در مقاله‌ای با عنوان «یکپارچگی اجتماعی به عنوان یک اصل سازمانی» از دو اصطلاح «وحدت کارکردی» و «وحدت هنجاری» نام برده است که منظور از وحدت کارکردی روابط متقابل و همبستگی فعالیت‌ها و روابط برای تحقق وظایف عملی گوناگون است، اما وحدت هنجاری به ظهور و رشد ارزش‌ها و باورهای مشترک درون یک واحد اجتماعی بازمی‌گردد. به نظر مک‌کویل، ارتباطات جمعی می‌تواند به هر دوی این مفاهیم یاری رساند؛ زیرا مردم را در شبکه‌هایی که به برخی پروژه‌های مشترک اختصاص یافته به هم پیوند می‌دهد و همچنین، به پخش و تقویت نظام‌های ارزشی گرایش دارد.

لیپمن معتقد است که قدرت رسانه‌های جدید در شکل دادن به تصویرهای ذهنی است (محمدی، ۱۳۸۵) و دریافت و شناخت ما از واقعیت‌های محیط زندگی به شکل غیرمستقیم و از طریق داستان‌ها و نمادهای رسانه‌ای صورت می‌گیرد. وارن برید معتقد است که رسانه‌ها در محتوای خود ارزش‌هایی مانند مذهب، خانواده و میهن‌دوستی،

موفقیت‌ها، قانون و عدالت را ترویج می‌کنند. (سورین و تانکاره، ۱۳۸۱) رسانه‌ها غالباً نقشی اساسی در پیوند موضوعات تاریخی، خاستگاه پیوستگی‌ها و سرنوشت‌ها ایفا می‌کنند. رسانه‌های جمعی نقش محوری در تعیین هویت ملی و حفظ و تقویت آن در تصور مردم ایفا می‌کنند. هویت ملی نیز بیش از آنکه در واقعیت دیده شود، انگاره‌ای ذهنی است که پایه اساس پایبندی و تعلقات مشترک، احساسات مشترک، سنت و رسوم و ارزش‌های یک ملت را تشکیل می‌دهد. بنابراین از این نظر می‌توان رسانه‌ها را عاملی مهم در ایجاد و تقویت هویت ملی دانست. توماس معتقد است که دولت‌ها به سه شیوه از فرهنگ، ارتباطات و رسانه‌ها در ساختن هویت ملی استفاده می‌کنند:

الف- الگوی همگون‌سازی: براساس این مدل که متداول‌ترین استراتژی در بین سه مورد ذیل است و از تفکرات آمریکایی نشئت گرفته و در آنجا پذیرفته شده است، هدف اصلی دولت ملی استحاله (ذوب) و مخفی کردن هویت‌های خاص، همگون‌ساختن و یکسان کردن تمامی فرهنگ‌ها زیر چتر «شیوه زندگی ملتی خاص» است. به‌طور کلی، آمریکایی کردن نتیجه بارز ایدئولوژی اقتصادی اقناعی است. در حالی که اصل آزادی اطلاعات در آمریکا حقیقتی انکارناپذیر است، اما در واقع ماهیت الگوهای مالکیت رسانه‌ای خیلی از گروه‌ها بیان نشده است. این الگو از رویکردی سکولاریستی برای شکل‌گیری هویت الهام گرفته است که در برخی از ملل آسیایی نظیر اندونزی و هند مورد استفاده قرار گرفته است. به عبارت دیگر، این ملت‌ها یک رویکرد سکولار از هویت ملی را انتخاب کرده‌اند، اما تنش میان تعهد به چندفرهنگ‌گرایی از یک‌سو و هویت ملی فراگیر از سوی دیگر، عامل تعارض و اختلاف پنهانی و علنی در بسیاری از کشورهاست.

ب- الگوی چندفرهنگی: بر مبنای این الگو که برای شکل‌گیری هویت ملی کمتر مرسوم است و در استرالیا پیاده شده

هویت ملی به منزله روح یک ملت است که فقدانش مرگ آن ملت را به دنبال دارد. در واقع، قوام و دوام زندگی توأم با عزت و آزادی یک ملت به هویت ملی آن در معنای عام و گسترده بستگی دارد.

رادیو به دلیل بهره‌گیری بالا از عنصر موسیقی در محتوای خود و همچنین چالاک‌تری بیشتر در تولید و عرضه برنامه‌های زنده، واجد شور و هیجان خاصی است که آن را جوان‌پسند می‌کند.

است، یک هویت ملی چندفرهنگی بر مبنای گفت‌وگو و تعامل با فرهنگ‌های زنده مدنظر است. بر طبق این دیدگاه، هویت چندفرهنگی با پذیرفتن موزاییک مردم و ملل در کنار هم در یک دولت ملی با برخورداری از حقوق کامل فرهنگی و ارتباطی، امکان‌پذیر است. دولت استرالیا در مورد دسترسی به ارتباطات و مشارکت، حمایت دولتی را برای رسانه‌های قومی و بومی فراهم کرده است.

ج- الگوی پروسایلتیک: بر مبنای این الگو که ناشی از سیاست‌های ملی‌گرایانه و بنیادگرایانه است و برخی کشورهای آسیایی به وسیله این الگو از پای درآمده‌اند، هدف اساسی، تقویت مجموعه‌ای از ارزش‌های مذهبی، ملی‌گرایانه و قوم‌گرایانه و تحمیل آن به دیگران، برای تصدیق و تأیید برداشت و تعبیر خاصی از هویت ملی است.

این الگوها به هیچ‌وجه نفوذناپذیر و مطلق نیستند، بلکه بسیاری از کشورها روش مختلط و بینابینی را برای شکل‌گیری هویت ملی برگزیده‌اند. برای مثال، کشورهای اروپایی گرچه در مورد حقوق و آزادی‌ها لیبرال هستند، اما زمانی که مسئله محافظت و تقویت و نگهداری هویت ملی مطرح است، کاملاً محافظه‌کار عمل می‌کنند تا جایی که هویت ملی تقریباً همیشه در شرایط ویژه شکل می‌گیرد. تعداد کمی از آنها از پخش برنامه‌های قومی و تنوع طرح‌های فرهنگی اقلیتی حمایت می‌کنند و در صورت حمایت اندک هم اجازه نمی‌دهند که چنین طرح‌هایی تقدیس و حرمت هویت ملی غالب را تحت تأثیر قرار دهد. رسانه‌های جمعی منبع اولیه‌ای برای معانی، مفاهیم و تفسیر بسیاری از موضوعات مرتبط با هویت ملی هستند. به عبارت دیگر، رسانه‌ها می‌توانند درک‌های معنی و مرجع هویت ملی را تسهیل کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

آنچه در این مقاله مطرح شد، تبیین نقش و جایگاه رادیو در هویت ملی جوانان ایرانی بود. اهمیت این بحث از آنجا ناشی می‌شود

که امروزه در راستای جنگ نرم، دشمنان کشور هویت ملی جوانان را نشانه رفته‌اند؛ چرا که با پایان یافتن دوره جنگ‌های سخت دول استعمارگر چاره خود را در نفوذ نرم در میان ملت‌هایی یافته‌اند که قصد غارت منابع آنها را دارند، و در این میان جوانان آن کشورها به دلیل آسیب‌پذیری بیشتر در کانون توجهات آنها قرار گرفته‌اند. دول استعمارگر به خوبی دریافته‌اند که امروزه چاره آنها در گرفتن هویت جوانان مسلمان و دامن‌زدن به بحران هویت در کشورهای اسلامی است.

امروزه بر کسی پوشیده نیست که رسانه‌های جمعی در زمره ابزارهای مهم فرهنگی محسوب می‌شوند و دارای توان تأثیرگذاری بالا در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و ... هستند. در این میان رادیوهای ملی دارای پتانسیل و ظرفیت بالا برای شکل‌دهی و تقویت هویت ملی در میان عامه مردم به‌ویژه جوانان هستند. واقعیت این است که رادیو رسانه‌ای است که با موضوع هویت ملی ایرانیان گره خورده است و استفاده از این رسانه در خیلی مواقع احساس دلنگی برای وطن - حس نوستالژیک - ایجاد می‌کند؛ حسی که نمی‌توان آن را در سایر رسانه‌های جمعی از جمله تلویزیون و به‌ویژه رسانه‌های نوین نظیر اینترنت پیدا کرد. این حس شاید از آنجا ناشی شود که رادیو رسانه‌ای تاریخی است و بسیاری از فراز و نشیب‌ها و تحولات این سرزمین را به خود دیده و راوی آنها بوده است. مردمان این سرزمین بسیاری از سرودها و ترانه‌های غرورآنگیزی چون «ای ایران ای مرز پرگهر» را از رادیو شنیده‌اند و سینه به سینه آن را به نسل‌های بعدی منتقل کرده‌اند. گویی رادیو افراد را به گذشته تاریخی‌شان ارجاع می‌دهد.

رادیو به دلیل بهره‌گیری بالا از عنصر موسیقی در محتوای خود و همچنین چالاکی بیشتر در تولید و عرضه برنامه‌های زنده، واجد شور و هیجان خاصی است که

آن را جوان‌پسند می‌کند. رادیو برتری‌های کارکردی دیگری نیز دارد که آن را از سایر رسانه‌ها و به‌ویژه رسانه‌های دیداری و شنیداری متمایز می‌سازد. از حیث محتوا، رادیو دامنه گسترده‌تری دارد و غنی‌تر است؛ به این معنا که طیف بیشتری سوژه‌ها و مضامین را دربرمی‌گیرد. ضمن اینکه آزادی طرح و بیان این سوژه‌ها در رادیو بیشتر از رسانه‌های دیگر است و محدودیت کمتری دارد. به‌عنوان نمونه، یک مسابقه ورزشی مربوط به بانوان را در تلویزیون ما نمی‌توان پخش کرد، در حالی که گزارش رادیویی آن را می‌توان گوش داد که گاهی هیجان‌انگیزتر هم هست. دسترسی آسان‌تر و ارزان‌تر نیز از دیگر مزایای رادیوست که آن را در گوشی‌های تلفن همراه و یا خودروهای عمومی و شخصی نیز قابل استفاده ساخته است. رادیو از آنجا که رسانه‌ای گرم محسوب می‌شود، ارتباط مخاطب را آسان می‌سازد.

رادیو به شکلی خاص قابلیت آن را دارد که در عرصه مباحث هویتی مورد توجه قرار گیرد. در بیشتر کشورهای عربی و اسلامی، **رادیو قرآن** رسانه‌ای شناخته‌شده است؛ چرا که تلاوت **قرآن** نیاز به تصویر ندارد و در ایام ماه مبارک رمضان افراد زیادی با شنیدن تلاوت **قرآن**، آن را با قرائت همزمان از روی **قرآن**، تکمیل می‌کنند. از همین قابلیت رادیو می‌توان برای تقویت سایر ابعاد هویتی نظیر تاریخ سرزمین، فولکلور و ادبیات شفاهی، زبان و ... بهره گرفت.

کوتاه سخن اینکه رسانه‌ها و از جمله رادیو بخشی از فرهنگ هر جامعه و از ابزارهای مهم فرهنگی هستند که کارکرد اصلی آنها انتقال مفاهیم، میراث، سنن و ارزش‌های فرهنگی و به عبارتی انتقال نمادهای هویت ملی است. هویت ملی بیش از آنکه در واقعیت دیده شود، انگاره‌ای ذهنی است که پایه و اساس پابندی و تعلقات مشترک، احساسات مشترک، سنت و رسوم و ارزش‌های یک ملت را تشکیل می‌دهد. بنابراین از این نظر می‌توان رسانه‌ها را عاملی مهم در ایجاد و

تقویت هویت ملی دانست.

رادیو به دلیل قابلیت‌هایی که بیشتر بدان اشاره شد، منبعی مهم برای معانی مفهیم و تفسیر بسیاری از موضوعات مرتبط با هویت ملی برای جوانان است. رادیو می‌تواند درک‌های معین و مرجع هویت ملی را برای نسل جوان تسهیل کرد. رادیو به‌عنوان یکی از عوامل مهم جامعه‌پذیری در زمینه هویت‌بخشی به مخاطبان جوان خود می‌تواند نقشی بسزا ایفا کند که لازمه آن گسترش تعاملات رادیو با مخاطبان جوان خود است، وگرنه نمی‌تواند نقش یادشده را به خوبی ایفا کند. در انتهای مقاله و براساس آنچه نتیجه‌گیری شد، پیشنهادها و راهکارهایی برای سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان رادیو و به‌ویژه **رادیو جوان** مطرح می‌شود تا در سایه به‌کارگیری آنها در باره مقوله هویت ملی جوانان این مرز و بوم نقشی مؤثر ایفا کند:

۱- به‌عنوان اولین پیشنهاد تشکیلات رادیو باید موضوع جوانان و مسائل آنها را در اولویت برنامه‌سازی خود قرار دهد. اگر رادیو و به‌ویژه **رادیو جوان** که به‌عنوان رادیویی اختصاصی در زمینه مسائل و موضوعات جوانان راه‌اندازی شده، به تریبونی جهت طرح مسائل و مشکلات و خواسته‌های نسل جوان جامعه مبدل شود، آنگاه به خودی خود زمینه‌گرایی و جذب جوانان به رادیو که گام اول جهت برنامه‌ریزی برای اثرگذاری مطلوب بر قشر یادشده است، فراهم می‌شود.

۲- شادابی، شور و نشاط جزء اقتضائات دوران جوانی است. رادیو و به‌ویژه رادیو جوان باید زمینه تخلیه هیجانات روانی جوانان را از طریق برنامه‌های خود فراهم سازند. موسیقی شاد و جوان‌پسند، برنامه‌های مفرح و شادی‌آفرین و گفت‌وگو با جوانان در این خصوص می‌توانند مؤثر واقع شوند.

پژوهش‌ها نشان می‌دهند علت گرایش بسیاری از جوانان به رسانه‌های مجازی نظیر اینترنت به این دلیل است که آنها

دارای قابلیت‌هایی هستند که از آن طریق می‌توانند هیجانات خود را تخلیه کنند؛ هیجاناتی که در دنیای واقعی امکان تخلیه آنها فراهم نمی‌شود.

۳- از آنجا که برای جوان باید جوان بود، در برنامه‌های اصیل رادیو باید از نیروهای جوان و شاداب استفاده و زمینه حضور جوانان موفق در برنامه‌های گفت‌وگومحور را فراهم کرد. این امر زمینه ارتباط بیشتر جوانان را با رادیو میسر می‌سازد.

۴- رادیو و به‌ویژه **رادیو جوان** باید تعامل تنگاتنگی با نهادها و سازمان‌های متولی امور جوانان و به‌ویژه وزارت ورزش و جوانان داشته باشد تا ضمن آگاهی از سیاست‌ها و راهبردهای کلان در زمینه مسائل جوانان، برنامه‌سازی هدفمند و مؤثری داشته باشد. همچنین، ارتباط با مؤسسات پژوهشی که در زمینه‌های جوانان و هویت ملی به پژوهش می‌پردازند و آگاهی از مطالعات صورت‌گرفته در این زمینه‌ها و نتایج آنها می‌تواند در برنامه‌سازی ویژه جوانان مفید واقع شود.

۵- پخش سرودهایی با مضامین وطن‌دوستی، وفاداری به میهن، غرور ملی، اتحاد، خودباوری و ملت‌باوری تأثیری بسزا در تقویت هویت ملی مردم و به‌ویژه جوانان دارد، بنابراین به مدیران رادیو و به‌ویژه **رادیو جوان** توصیه می‌شود پخش سرودهای یادشده را در اولویت برنامه‌های موسیقی ایستگاه‌های رادیویی به‌ویژه **رادیو جوان** قرار دهند.

۶- دل‌بستگی به هویت ملی از آگاهی نسبت به خصایص مفاخر و ارزش‌های ملی سرچشمه می‌گیرد. اساساً شناخت هر پدیده سبب یگانگی با آن می‌شود و در مقابل، شناخت‌نداشتن از آن سبب بیگانگی. بنابراین برنامه‌ریزان و برنامه‌سازان رادیویی باید ضمن ارتقای آگاهی‌ها و دانش خود در زمینه‌های تاریخی، جغرافیایی و فرهنگی با ساخت و ارائه برنامه‌های مختلف زمینه‌آشنایی نسل جوان مملکت را با گذشته تاریخی و فرهنگی و مفاخر و مشاهیر آن فراهم آورند. اطلاعات

ملی، تاریخی و فرهنگی هر کشوری کالای استراتژیک آن کشور است و همگان هویت خود را مدیون آنها هستند. بنابراین ضروری است این آگاهی‌ها، به‌تدریج و بر حسب نیازهای روزمره به مخاطبان انتقال یابند.

۷- با برنامه‌ریزی و سازماندهی میزگردهایی در رادیو راه‌های جلوگیری از بحران هویت جوانان و خودباختگی فرهنگی و در مقابل، راه‌های تقویت خودباوری فرهنگی مورد بحث و بررسی کارشناسانه قرار گیرد.

۸- تنوع قومی و زبانی یکی از فرصت‌های استراتژیک برای کشور ما محسوب می‌شود که رادیو باید از این مسئله در زمینه تقویت هویت ملی و بسط اتحاد ملی بهره‌برداری کند. در این راستا توصیه می‌شود عناصر فرهنگی قومیت‌های مختلف نظیر موسیقی و زبان آنها در رادیو مورد توجه قرار گیرد و این تنوع به مثابه یک فرصت تلقی شود. این کار زمینه گسست و واگرایی جوانان اقلیت‌های قومی و زبانی کشور را از بین می‌برد.

۹- رادیو باید سهم قابل‌ملاحظه‌ای در انتقال میراث فرهنگی و فکری کشور به جوان داشته باشد. باید از طریق نمایش‌های رادیویی آثار فاخر ادبی و تاریخی و سرگذشت بزرگان و مشاهیر کشور با قالب و محتوای جوان‌پسندانه به بازآفرینی فرهنگ بومی و غلبه بر عوارض احتمالی ناشی از گسستگی تاریخی همت گمارد.

۱۰- تجربه نشان داده است که هویت جوانان می‌تواند در چارچوب منطق و گفت‌وگو معنا شود و برای معنی‌یافتن آن بیش و پیش از هر چیز نیاز به تولید و سامان‌دهی فرهنگی است. تفکر باید در کانون‌های اندیشه اعم از حوزه‌ها و دانشگاه‌ها به غنا، باروری و کارآمدی مطلوب برسد و آنگاه توسط رسانه‌های جمعی با زبان مناسب عرضه شود.