

تنوع فرهنگی و نقش رسانه رادیو

■ ظهیر احمدی

چکیده

فرهنگ در معنای وسیع خود، شناخت، باورها، هنر، اخلاق، زبان و آداب و رسوم و در یک کلام کلیت زندگی اجتماعی انسان را در بر می‌گیرد. بر این اساس هیچ انسان بی فرهنگی وجود ندارد؛ به تناسب و ضرورت تنوع زیستی و طبیعی انسانها، تنوع فرهنگی هم در میان ملل وجود دارد. لذا همچنانکه حق زیست و حیات برای تمام مردمان، محترم است؛ تنوع فرهنگی هم از ضروریات زندگی اجتماعی دنیای مدرن امروزی است که اعلامیه‌های جهانی یونسکو نیز بر آن صحنه گذاشته است.

از جمله ضروریات زندگی اجتماعی و جامعه مدرن امروزی تعدد و تکثر رسانه‌های ارتباط جمعی از جمله رادیوست. رادیو با توجه به ویژگی‌های خاص خود از حیث سهل الوصول بودن، خاصیت همه جایی آن، رسانه گرم بودن و دامنه نفوذ آن، مورد توجه همه نظامهای ارتباطی دولت‌ها و ملت‌هاست.

مردمان هر فرهنگ و قومی بنا بر علتهای و وابستگی‌های هویتی و عاطفی به فرهنگ خود، جذب رسانه‌ها، برنامه‌ها و محتوایی از رسانه‌ها می‌شوند که منعکس کننده عناصر فرهنگی خود آنها باشد.

سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران به سبب تعدد و تنوع اقوام و فرهنگ‌هایی که در میان ملت ایران وجود دارد؛ با اهمیتی که به توسعه شبکه‌های رسانه ای محلی و استانی داشته و دارد موجب افزایش مخاطب رسانه‌های داخلی از یک طرف، و تقویت هویت و همگرایی ملی در کشور شده و این به نوبه خود مقاومت و ایستادگی در برابر نفوذ و تهاجم فرهنگی رسانه‌های بیگانه را سبب شده است.

کلید واژه‌ها: رسانه، رادیو، رادیوهای استانی، تنوع فرهنگی، سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.



تعریف فرهنگ

اجازه بدهید در ابتدا مفهوم فرهنگ را آنچنانکه انسان شناس بریتانیایی، ادوارد تیلور تعریف کرده است؛ بیان کنیم: "فرهنگ یا تمدن به مفهوم وسیع کلمه در قوم شناسی مجموعه‌ی پیچیده‌ای است که شناخت، باورها، هنرها، اخلاق، حقوق، آداب و رسوم، و دیگر قابلیت‌ها یا عاداتی را در بر می‌گیرد که هر فردی به عنوان عضوی از جامعه آنرا کسب می‌کند." با دقت در تعریفی که تیلور از فرهنگ ارائه نموده؛ در می‌یابیم که از نظر ایشان فرهنگ کلیت زندگی اجتماعی انسان را در بر می‌گیرد بر این اساس تمام انسانها موجوداتی فرهنگی به شمار می‌روند و همه آنان در پیشرفت فرهنگ سهیم‌اند.

منظور از تنوع فرهنگی

تنوع هم بدین معنی است که مردمان فرهنگهای مختلف قادر باشند به سهولت بر اساس فرهنگ خود رفتار و زندگی کنند. همچنین بتوانند فرهنگ خود را از طریق رسانه‌های گروهی اشاعه دهند. ضمن اینکه سیاستهای متعدد ارتباطاتی جامعه نیز در جهت تضمین تنوع

فرهنگی و به تبع آن توسعه باشد.

مفادی از اعلامیه جهانی یونسکو در باره تنوع فرهنگی یونسکو در اعلامیه جهانی (۲ نوامبر ۲۰۰۱) خود درباره تنوع فرهنگی، مفادی را در این زمینه به تصویب رسانده است که به برخی از مفاد متناسب با بحث پیشارویمان؛ اشاره می‌کنیم:

ماده ۱- تنوع فرهنگی برای نوع انسان، ضروری و لازم است همچنانکه تنوع طبیعی و زیستی برای طبیعت؛ ضروری است.

ماده ۳- تنوع فرهنگی به عنوان واقعیت پذیرفته شده برای توسعه و... یکی از پایه‌های توسعه است. لذا توسعه فقط بر مبنای رشد اقتصادی نیست، بلکه بدین معنی هم می‌باشد که فرد از لحاظ فکری، عاطفی و روانی هم احساس رضایت و آرامش خاطر داشته باشد.

برخی از خطوط اصلی و برنامه عملی اعلامیه جهانی یونسکو درباره تنوع فرهنگی برای به انجام رساندن این هدف، یادآوری می‌کند:

«حمایت از میراث زبانی نوع انسان و حمایت از بیان و خلاقیت او، انتشار و اشاعه آن در بالاترین حد امکان به عنوان نمونه‌ای از زبانها،

باید مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته و حمایت از آنها از اهداف عملی خود بدانند.»

«تشویق و ترغیب تولید، تضمین و حمایت از انتشار محتویات متنوع در رسانه‌ها... ترویج و اعطای نقش و وظیفه برای رادیو و تلویزیون عمومی برای رسیدن به توسعه و ترقی در تولیدات خود بر مبنای محتواهای فرهنگ‌های متنوع جامعه، از سیاست‌های حمایتی دولت‌ها قرار بگیرد.»

بالندگی دقت در مفاد این اعلامیه جهانی، به خوبی متوجه این مهم می‌شویم که از نظر یونسکو، تنوع فرهنگی به عنوان یک اصل طبیعی برای نوع و زیست انسان بوده و باید دولت‌ها و رسانه‌های گروهی هم این اصل مسلم را پذیرفته و در جهت حفظ و اشاعه آن تلاش نمایند.

برخی از تئوری‌های ارتباطات

بر اساس تئوری‌های ارتباطات؛ استفاده و رضامندی، تئوری ناهماهنگی شناختی؛ مخاطبان رسانه‌ها تمایل و علاقه به پذیرش برنامه‌ها و محتواهایی دارند که عناصر و بنیانهای فرهنگی خودشان را بازتاب می‌دهد و معمولاً از محتواها و برنامه‌هایی که مخالف با عقاید و فرهنگ آنها باشد امتناع می‌کنند. لذا با توجه به این اصول، مفاد و تئوری‌ها لزوم اهتمام به توسعه شبکه‌های استانی و تامین محتواهای بومی، به تبع آن حفظ و تقویت تنوع فرهنگی در جامعه ایرانی، ضروری می‌نماید.

رادیو، رسانه‌ای همه جایی، صدای زندگی واقعی

رادیو از جمله رسانه‌های گروهی و به مثابه رسانه ای فراگیر و پر نفوذ و سهولت استفاده همه جایی از آن مسوولیتی سنگینی در فرایندهای فرهنگی هر کشوری به عهده دارد؛ این رسانه ی ارتباطی صمیمی و به تعبیر مارشال مک لوهان، رسانه گرم، و با توجه به دامنه و چگونگی نفوذ آن در میان مردم و مجرای ارتباطی خود که از طریق حس شنوایی - بالاترین درصد را در آگاهی و ادراک انسان دارد و به تعبیر مثنوی مولوی «آدمی‌فریه شود از راه گوش» - با مخاطب، ارتباط برقرار می‌کند؛ و در تمام زوایای زندگی انسانهای امروزی حضور و نفوذ دارد.

نویسنده ی کتاب «تأملاتی جامعه شناختی درباره رادیو» درباره این رسانه چنین می‌نویسد:

«رادیو رسانه ای متفاوت از سایر رسانه‌هاست، زیرا تنها عناصر شنیداری را در اختیار دارد و با کلام، موسیقی، و صدا؛ تلاش می‌کند پیام‌های خود را با کمترین اختلال و ابهام به مخاطب انتقال دهد. اگر چه فناوری‌های اطلاعاتی در عصر حاضر برخی از ویژگی‌های آن

همچون در دسترس بودن، ارزانی و قابلیت تحرک را تا حدود زیادی از انحصارش خارج ساخته، اما رادیو هنوز بسیاری از مردم را صمیمانه تحت تاثیر قرار می‌دهد، زیرا بیش از سایر رسانه‌ها قابلیت حضور در زندگی روزانه مردم را داراست. با این وسیله است که بدون واسطه می‌توان با مردم صحبت کرد، آیین و مناسک خاص را به راحتی ایجاد نمود، فعالیت‌های آموزشی را با کمترین هزینه سامان داد؛ در بحران‌ها، اطلاعات را به سرعت منتقل کرد و با استفاده از قدرت تبلیغاتی آن به تهییج افکار عمومی و هدایت مردم پرداخت. با این تفاسیر می‌توان گفت رادیو چیزی بیش از صدای زندگی واقعی است.»

رادیو و محتوای فرهنگ بومی

این رسانه می‌تواند از طریق تامین محتواهای محلی و بومی برنامه‌ها به سمت پاسخگویی به تقاضاهای محلی پیش برود و با در نظر گرفتن تنوعات قومی و فرهنگی هر منطقه و استانی در هر کارکردی از رسانه اعم از آموزش، خبر رسانی، و سرگرمی و تفریح این مهم را مد نظر داشته باشد. لذا با پوشش تنوع و تکثر فرهنگی، قومی، مذهبی در هر کشوری از جمله ایران - به عنوان کشوری به لحاظ هویتی متکثر - انسجام و همگرایی ملی را بهبود بخشیده و حتی آنها را تضمین نماید. چرا که اقوام متکثر ایران در معرض تبلیغات کشورهای همسایه و غیر همسایه قرار دارد و به مسائل تکثر و تفاوت‌های فرهنگی این اقوام توجه دارند و مستمسکی تبلیغاتی قرار می‌دهند در حالیکه اگر این توجه و اهتمام از طرف خود ایران و سیاست‌های فرهنگی و ارتباطاتی صورت بگیرد و نیز به هویت فرهنگی و تقویت آن تحت لوای هویت ملی - اسلامی توجه شود، همگرایی ملی را به دنبال خواهد داشت. مایه پیوند اقوام متعدد ایرانی با فرهنگهای متکثرشان به همدیگر، اشتراکات دینی، تاریخی و سرزمینی است که هر یک رنگ قوم و زبان و فرهنگ خود را بر آن زده است. لذا از رهگذر اهمیت دادن و به رسمیت شناختن تنوع فرهنگی اقوام ایرانی، می‌توان رشته پیوند هویت ایرانی - اسلامی را تقویت و تحکیم کرده ضمن اینکه از این طریق تبلیغات تفرقه افکنانه کشورهای بیگانه نیز خنثی و بی اثر می‌شود.

تصور کنید وقتی که اقوام مختلف و متعدد ایران زمین، رادیوی در دسترس خود را روشن می‌کند در صورتی که برنامه‌های آن اعم از اخبار، گزارشها، مستند، فیلم و سریال، موسیقی و آواها و نواهای محلی و بومی خود را به زبان و فرهنگ خود می‌شنود - و یا می‌بیند - چه نوع احساس عاطفی - تعاملی و پذیراننده در او شکل می‌گیرد و آنرا با جان و دل دریافت خواهد کرد. البته منظور این نیست که رادیو و یا تلویزیون استانی فقط به محتواهای بومی و منطقه ای توجه کند و از مسائل و برنامه‌های ملی و یا فراملی چشم پوشی کند. بلکه منظور اهتمام به فرهنگ و زبان بومی است ولو اینکه برنامه‌های ملی و یا

صورتی که محتوای رسانه‌ها را بر اساس بنیانه‌ها و عناصر فرهنگی خود دریافت کنند؛ با پذیرش و اقبال بیشتری بدان توجه نشان می‌دهند و در برابر رسانه‌های با محتوای فرهنگی متفاوت و متضاد، واکنش طرد و دفع را از خود نشان می‌دهند.

کارکردهای ویژه ی رادیوهای محلی (استانی)

بنابراین می‌توان گفت که رادیو محلی یا استانی کارکردهای ویژه ذیل را بر عهده دارد:

- **حفظ هویت و تنوع فرهنگی:** در هر استان و منطقه ای، رادیوهای آن منطقه با پرداختن به محتواهای بومی و فرهنگ غنی خود موجب حفظ و اشاعه فرهنگ آن استان و منطقه وی شود.
- **تقویت هویت و همگرایی ملی:** وقتی که شبکه‌ها و رادیوهای استانی برنامه‌های خود را ارائه می‌نمایند و یا از طریق رسانه ی ملی و سراسری پخش می‌شود؛ مخاطبین اقوام دیگر هم با فرهنگ و آداب و رسوم آنها و اشتراکاتشان آشنا شده و موجب نزدیک شدن اقوام متعدد به همدیگر و به جریان ملی جامعه و کمک در حفظ اصالت فرهنگی آن جامعه می‌شود.

- **اطلاع رسانی:** چرا که برخی از اطلاعات در زمینه مسائل مبتلاً به اقوام و مناطق مختلف از رسانه ملی قابل انتشار و اشاعه نیست.

- **تلطیف هویت‌ها:** رادیو محلی می‌تواند از برخوردی‌های هویتی شدید جلوگیری کند و در دراز مدت، هویت‌های قومی را از طریق آشنا کردن به اشتراکات فیما بین و اشتراکات ملی؛ تعدیل و تلطیف کند و همه آنها را هم‌نوا با هویت ملی گرداند.
- **مدیریت بحران:** در بحرانهای طبیعی و اجتماعی ابزار بسیار کارآمدی در کمک رسانی و وسیله ای جهت تخفیف تضادها و برخوردهاست.

- **ریشه گیری و تحکیم مجدد سنت‌ها:** رسانه‌های مدرن امروزی از جمله رادیو با مطرح کردن سنت‌های قومی و حتی ملی؛ موجب می‌شوند که افراد بیش از پیش به منابع و امکانات خودشان و به مفاد نمادین انتقال یافته از طریق رسانه‌ها جهت تشکیل هویتی منسجم برای خویشتن متوسل شوند. سنت‌های شفاهی و سینه به سینه انتقال یافته همچنان نقشی مهم در زندگی روزانه افراد ایفا می‌کنند؛ محتواهای نمادین سنت بیش از پیش در رسانه‌های جدید و گروهی ارتباطاتی مطرح می‌شوند و این رسانه ای شدن سنت، آنرا از حیاتی تازه برخوردار می‌سازد.

سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران و تعدد و تکثر رادیوها

فراملی را هم پخش کند.

شکل و محتوای رادیوها امروزه با عناوینی همچون «رادیو جدید»؛ «رادیو جایگزین»؛ «رادیو جماعتی»؛ «رادیو محلی» در راستای تنوع فرهنگی مورد توجه ویژه قرار می‌گیرد. در جمهوری اسلامی ایران، این اشکال و قالب‌ها با توجه به شرایط سیاسی و اجتماعی و جغرافیایی خاص خود، مورد بهره برداری قرار گرفته است. رادیوهای محلی که در ایران با عنوان رادیوهای استانی فعالیت می‌کنند؛ از این دست هستند.

رادیوهای محلی (استانی) رسانه‌های جایگزین هستند که رسانه‌های فراگیر و کلان ملی و سراسری را تکمیل می‌کنند. بررسی و مطالعه رادیوهای محلی - منطقه ای با رویکرد و منظر کارکردگرایانه و توجه به نقش متمرکز و اصلی آنها این نکته را عیان می‌کند که نقش اصلی آنها ایجاد و تقویت همگرایی جماعت‌ها و فرهنگهای متعدد و متکثر از طریق ارائه یک قالب هویتی و تاکید بر ارزشها و آداب و رسوم و در کل محتوای فرهنگ بومی و محلی است. لذا این رادیوها می‌توانند همگرایی و نزدیکی فرهنگی اقوام متنوع و متعدد را به هویت ملی، تقویت و تضمین نمایند.

رادیو محلی (استانی) با محتوای محلی، پوشش جغرافیایی محدود و مشخص می‌تواند ضمن توجه اصلی به فرهنگ ملی؛ تنوع فرهنگی و متکثر جامعه را در راستای حفظ هویت ایرانی - اسلامی در برابر فرهنگ‌های بیگانه و مهاجم، تضمین نماید. چرا که بر اساس تئوریهای ارتباطات و روانشناسی اجتماعی، مخاطبین رسانه‌ها در

رادیوهای محلی (استانی) رسانه‌های

جایگزین هستند که رسانه‌های

فراگیر و کلان ملی و سراسری را

تکمیل می‌کنند. بررسی و مطالعه

رادیوهای محلی - منطقه ای با

رویکرد و منظر کارکردگرایانه و

توجه به نقش متمرکز و اصلی آنها

این نکته را عیان می‌کند که نقش

اصلی آنها ایجاد و تقویت همگرایی

جماعت‌ها و فرهنگهای متعدد و

متکثر از طریق ارائه یک قالب هویتی

و تاکید بر ارزشها و آداب و رسوم و

در کل محتوای فرهنگ بومی و محلی

است. لذا این رادیوها می‌توانند

همگرایی و نزدیکی فرهنگی اقوام

متنوع و متعدد را به هویت ملی،

تقویت و تضمین نمایند.

بازی می‌کند. از این طریق است که رادیو در میان رسانه‌های ارتباطی امروزی جامعه ایرانی، رتبه‌ی حائز اهمیتی در میان مخاطبین ایرانی دارد.

منابع و مأخذ:

۱. پهلوان، چنگیز " فرهنگ شناسی، گفتارهایی در زمینه‌ی فرهنگ و تمدن " تهران: نشر قطره، چاپ دوم، ۱۳۸۲.
2. UNESCO UNIVERSAL DECLARATION ON CULTURAL DIVERSITY (Paris. 2 November 2001)
۳. مولوی، مثنوی معنوی، دفتر ششم، بیت ۲۹۱.
۴. خجسته، حسن، تأملاتی جامعه‌شناختی درباره رادیو، تهران: طرح آینده، ۱۳۸۴. ۵. شهر راز؛ ویژه‌نامه شانزدهمین جشنواره تولیدات صدا و سیما، مراکز استانها، شماره اول، دی ماه ۱۳۸۶.

پانویس:

1. Edward. B. Taylor
۲. پهلوان، چنگیز " فرهنگ شناسی، گفتارهایی در زمینه‌ی فرهنگ و تمدن " تهران: نشر قطره، چاپ دوم، ۱۳۸۲، ص ۴۸
3. UNESCO UNIVERSAL DECLARATION ON CULTURAL DIVERSITY (Paris. 2 November 2001)
4. Action Plan
5. Uses and Gratification
6. Cognitive Dissonance Theory
۷. مولوی، مثنوی معنوی، دفتر ششم، بیت ۲۹۱.
۸. خجسته، حسن، تأملاتی جامعه‌شناختی درباره رادیو، تهران: طرح آینده، ۱۳۸۴، ص یک
9. National Integration
10. New Radio
11. Alternative Radio
12. Community Radio
13. Local Radio
۱۴. شهر راز؛ ویژه‌نامه شانزدهمین جشنواره تولیدات صدا و سیما، مراکز استانها، شماره اول، دی ماه ۱۳۸۶، ص ۱۴
۱۵. همان، به نقل از دارابی، علی، معاون امور مجلس و استانهای سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران.

به نظر می‌رسد، سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، این مهم را دریافته است و بر همین اساس هم به توسعه شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی محلی و استانی ایران اقدام کرده است. و تولیدات با محتواهای بومی و محلی را ترغیب و تشویق می‌کند. و آنچنانکه از سیاستهای ارتباطی سازمان بر می‌آید: « یکی از اهداف سازمان، به خصوص در شبکه‌های استانی، حفظ خرده فرهنگها و پرداختن به زیبایی‌های فرهنگی، طبیعی و قومی هر منطقه است چرا که شبکه‌های استانی، نگهبانان میراث کهن ایران می‌باشد. » بر همین اساس است که سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران اکنون دارای بیش از ۱۰۷ شبکه رادیویی و تلویزیونی است که به ۳۲ زبان ملی و فرا ملی برنامه تولید و پخش می‌کند. از این تعداد، ۷۵ شبکه رادیویی و تلویزیونی به رادیوها و تلویزیونهای محلی و استانی اختصاص یافته است.

جشنواره‌های تولیدات رادیوها و مراکز استانها

جشنواره‌های تولیدات صدا و سیما، مراکز استانها، که بنا به تعبیر دبیر جشنواره شانزدهم، سالمی‌نیک، به عنوان بزرگترین رخداد فرهنگی رسانه ای در کشور قلمداد می‌شود؛ یکی از سیاستهای ارتباطی و فرهنگی سازمان در جهت حفظ تنوع فرهنگی و ترغیب و تشویق مراکز استانها برای روی آوردن به ساخت و تولید برنامه‌ها با محتواهای بومی و محلی است. ضمن اینکه رسانه ملی را از تک سو شدن تولیدات و پخش خود دور می‌شود و این به نوبه خود موجب تنوع گرایي فرهنگی و رشد خرده فرهنگها، آداب و رسوم و آشنایی مردم با فرهنگهای مختلف جامعه خود را سبب می‌شود.

از همین روست که از سال ۱۳۷۹ شمسی (۲۰۰۰ میلادی) که اولین جشنواره تولیدات رادیویی برگزار شد؛ تا کنون هر سال این جشنواره برای ایجاد رقابت بین تولیدات رادیوهای استانی و داخلی برگزار می‌شود.

اولین جشنواره با شعار «رادیو، رسانه فردا» و دومین جشنواره با شعار «رادیو، رسانه مردم» سومین: «رادیو برای همه در همه جا»؛ چهارمین: «رادیو، رسانه همدلی، صدای زندگی»؛ پنجمین: «رسانه پایدار، صدای ماندگار»؛ ششمین: «رادیو رسانه دانایی و آگاهی»؛ هفتمین: «رادیو، اطلاعات، جهان آگاهی»؛ برگزار شده است. ضمن اینکه برای سال ۱۳۸۷ (۲۰۰۸م) اجلاس جهانی رادیو - که در ایران برگزار شد- با شعار: «رادیو، صدای فرهنگها» در نظر گرفته شد. همچنین برای جشنواره تولیدات رادیو و تلویزیونی مراکز استانها هم امسال (۱۳۸۷) با شعار: «رادیو، رسانه زندگی» در شیراز برگزار شد. در نهایت، به نظر می‌رسد که در جمهوری اسلامی ایران، رادیو به عنوان یکی از رسانه‌های تاثیرگذار گروهی است که نقش بسیار مهم و مثبتی را برای به رسمیت شناختن تنوع فرهنگی در ایران