

گفتمان رسانه‌های رادیو جوان و شکل‌گیری

هویت جوانان

❖ علی حاجی‌محمدی

دانشجوی دکتری ارتباطات

مهرداد رضایی ارجمند

کارشناس ارشد ارتباطات

پروپشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

چکیده

گفتمان‌های رسانه‌های رادیو جوان و ارتباط آن با شکل‌گیری هویت جوانان، هدف اصلی این مطالعه است.

براساس رویکرد گفتمانی هویت، برای درک و فهم این رابطه از روش مصاحبه عمیق با مخاطبان اصلی هدف و مخاطبان ثانویه استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رادیو جوان مقوله‌ای از جوانی را می‌سازد که دارای ابعاد گفتمانی مؤثر در شکل‌گیری هویت جوانان است، اما برای رسیدن به حالت مطلوب باید تلاش کند تا به‌عنوان جزء جدایی‌ناپذیر و مهم زندگی جوانان باشد و همراه با سایر اعمال و گفتمان‌های اجتماعی دیگر به مخاطبان جوان معنا ببخشد و تجربیات فردی شنوندگان را در مسیرهای مختلف زندگی گسترده جمعی، مفهوم‌سازی و نقش فعال در ساختن پیوندها و ارتباط جوانان با یکدیگر، بزرگسالان و جامعه ایفا نماید.

«در رادیوی جوانان چیزی هست که حس کنجکاوی را تقویت می کند که آیا آن درباره علم است یا درباره سیاست یا هر چیز دیگر. اما حس کنجکاوی درباره جهان را تقویت و ترویج می کند که در آن زندگی می کنیم و باعث می شود افراد جوان سؤالاتی را بپرسند. واقعاً چیزهایی را بپرسند که می خواهند بدانند...»
دیوید پسکوویتز

دیباچه

امروزه مسئله هویت یکی از اساسی ترین مسائل پیش روی جوامع و به خصوص جوانان به شمار می رود. در دوره جوانی، مسئله هویت یابی و شناخت از خویشتن و نیز جامعه پذیری از جمله مسائل مهم و کلیدی است؛ چرا که هویت فردی و اجتماعی جوانان، بر نظام فکری و رفتاری آنها تأثیر می گذارد. منابع و گفتمان های مختلفی در جامعه پذیری جوانان نقش آفرینی می کنند. هر یک از این گفتمان ها با ویژگی و ظرفیت های فرهنگی خاص خویش با بهره گیری از سازوکارهای مختلف و به شیوه های گوناگون، جایگاهی مهم در امر شکل گیری هویت جوانان دارند که می توان به خانواده، آموزش و پرورش، دانشگاه، گروه همسالان و گفتمان های عمومی دیگر اشاره کرد. با وجود این، در کنار این گفتمان ها، امروزه رسانه ها به عنوان یکی از گفتمان های تأثیرگذار بر جوانان مطرح اند و حضوری غالب و پررنگ در زندگی و تجربیات اجتماعی و فرهنگی جوانان دارند. از این رو، بحث پیرامون برساخته شدن هویت ها بدون بررسی نقش رسانه ها غیرممکن و شاید ناقص است.

چشم انداز رادیو در ایران، ویژگی خاص و متمایزی دارد و ایستگاه های مختلف رادیویی بر اساس «موضوع» یا «مخاطب» شکل گرفته و در عرصه های مختلف نقش آفرینی می کنند. نام و اهداف ایجاد و تأسیس هر ایستگاه چشم انداز آن را تشکیل می دهد و انتظار از ایستگاه را فراهم می سازد و کلیه برنامه سازی ها و طرح ها در راستای

آن صورت می گیرند. از میان ایستگاه های مختلف صدا، رادیو جوان برای پاسخگویی و تأمین نیازهای قشر جوان تأسیس شده و در این راستا فعالیت می کند. شاید بیشتر این نوع برنامه ها را نتوان در رسانه های دیگر پیدا کرد؛ به گونه ای که آنها تنها رادیو هستند. به چنین رسانه هایی که هدفشان جوانان است، رسانه های جوانان (Youth Media) گفته می شود (Osgery, 2004). هدف اصلی رسانه های جوانان، کمک به جوانان در جهت بسط و ترویج دیدگاه هایی است که به واسطه آنها بتوانند هویت ها و اجتماعات خویش را جست و جو کنند و بسازند (Soep, 2007). از این رو، هدف اصلی این نوشتار، مطالعه ارتباط میان گفتمان رسانه ای رادیو جوان به عنوان رسانه جوانان و شکل گیری و «برساخت» هویت جوانان است.

ضرورت و اهمیت پژوهش

این مطالعه از چندین بعد دارای اهمیت است؛ جوانان فعال ترین و پویاترین نیروها و آینده سازان هر جامعه محسوب می شوند. در همه جوامع، دولت ها توجهی خاص به نیازها، علایق و باورهای جوانان دارند و به همین منظور پژوهش های گسترده ای را در جهت شناسایی جوانان انجام می دهند. رادیو جوان که بر اساس مخاطبان جوان شکل گرفته و به نوعی آموزش عمومی جوانان ایرانی می پردازد، باید نحوه مواجهه و تعامل و دریافت جوانان با گفتمان این رادیو و بهره برداری بهینه از این ایستگاه رادیویی را مطالعه کند. بررسی الگوهای شنیدن افراد جوان به عنوان مخاطبان اصلی هدف و نیز مخاطبان ثانویه و دلایل گوش دادن و انتظارات آنها از رادیو جوان به ما دیدی در مورد نحوه معنابخشی رادیو به افراد جوان را می دهد.

مطالعه این روند برای سیاستگذاران رسانه ای در عرصه رادیو جوان، اطلاعات سودمندی به دست می دهد و نقش آفرینی بیشتر رسانه را در جهت رسیدن به اهداف و مأموریت خود تضمین می کند؛ نخست از آن جهت که درمی یابند با چه جامعه ای مواجه

هستند و دوم به آن دلیل که درمی یابند سیاست های رسانه ای و فرهنگی (گفتمان) چگونه از جانب جوانان به عنوان مخاطبان هدف این رادیو و بزرگسالان، تفسیر و خوانش می شود تا سیاست های تولید فرهنگی - رسانه ای در جهت برنامه های متناسب با مخاطبان هدف هدایت شوند. در ایران، جوانان نه تنها به عنوان قشری مورد توجه در میان سایر گروه ها، بلکه به عنوان یکی از گروه های مؤثر اجتماعی برای شناخت روندهای کلان جامعه مطرح هستند. از آنجا که رسانه ها - به ویژه رسانه های جوانان - نقشی مهم در شکل گیری هویت جوانان دارند، شناخت این پدیده و فهم منطق حاکم بر رفتار جوانان دارای اهمیتی مضاعف است. در واقع، هویت مفهومی کلیدی است که می توان فهم جامعه معاصر ایران، به ویژه جوانان و ارتباط آن با رسانه های مخصوص جوانان را مطالعه کرد. این مسئله اهمیت مطالعه ارتباط میان گفتمان رادیو جوان و هویت جوانان را منطقی می سازد.

رسانه های جوانان

توضیح و تشریح رسانه های جوانان و هدف این نوع رسانه ها در توضیح ارتباط میان رادیو جوان به عنوان یک رسانه جوان و هویت جوانی، مهم و کارگشاست. اظهارنظرهایی مختلف درباره این رسانه ها وجود دارد که در زیر به آنها اشاره می شود تا در روند این تحقیق مؤثر واقع شوند:

- رسانه های جوانان، رسانه هایی هستند که اطلاعاتی را ارائه و عقایدی درباره طیفی گسترده از موضوعات بیان می کنند. در واقع در رسانه های جوانان این عقاید وجود دارند که صدای جوانی مهم و تأثیرگذار است و قدرت حقیقی و درستی در خودبیانگری (ابزار و تصریح عقاید و خصوصیات خود) خلاق (Creative Self-expression) افراد جوان وجود دارد؛ چرا که آنها عقایدی درباره جامعه و انگیزه هایی دارند تا بر واقعیت های جامعه که بر زندگی آنها تأثیرگذار است، اظهار نظر کرده و تأثیر بگذارند (Campbell, 2001) چنین رسانه هایی، ابزارهایی در اختیار جوانان

هدف اصلی
رسانه‌های
جوان، کمک به
جوانان در جهت
ترویج و بسط
دیدگاه‌هایی
است که به
واسطه آنها
بتوانند هویت‌ها
و اجتماعات
خویش را
جست‌وجو کنند
و آنها را بسازند.
همچنین از طریق
خودبازنمایی و
فعالیت مدنی،
نقش خویش را
در جامعه ایفا و
عمل نمایند.



عمل می‌کنند که جوانان از طریق آنها درباره خودشان و نیز جهان اطراف خویش یاد می‌گیرند و آنها را قادر می‌سازند تا صدایشان شنیده شود و به آنها کمک می‌کنند که در روند ورود به بزرگسالی در شیوه‌های مثبت رشد کنند و در اجتماعات و جوامع خویش به شهروندان فعال تبدیل شوند.

با توجه به توضیحات فوق به نظر می‌رسد که یکی از نقش‌های اصلی این ایستگاه‌های رادیویی، کمک به شکل‌گیری هویت جوانان و جامعه‌جویی آنهاست و این موضوع، این رادیوها را به‌عنوان یکی از منابع هویت‌ساز جوانان مطرح می‌سازد که هدف مطالعه این نوشتار است.

چارچوب نظری

از آنجایی که مفهوم جوانی با اجتماعی‌شدن، استعداد پذیرش الگوی رفتاری، کسب هویت، تأمین استقلال پایگاه اجتماعی-اقتصادی ناپایدار و رفتارهای دیگر پیوند خورده است، جوانان در درون گفتمان‌های گوناگون و در موقعیت‌های مختلف سوژه‌بودن (Hall, 5: 1996) قرار می‌گیرند و در نتیجه هویت آنها در درون موقعیت‌های سوژگی که گفتمان‌ها موجد اصلی آن هستند، شکل می‌گیرند (سلطانی، ۱۳۸۴). یکی از گفتمان‌های اصلی تأثیرگذار امروزی در شکل‌گیری هویت، گفتمان رسانه‌ای است. گفتمان رسانه‌ای یکی از عوامل تأثیرگذار و منبع اصلی هویت اجتماعی و فرهنگی است که انتقال و هدایت دامنه گسترده‌ای از نمادها، هنجارها، ارزش‌ها، عقاید، پیام‌ها و افکار را درون جوامع به عهده گرفته است؛ به طوری که برخی پژوهشگران معتقدند کل زندگی اجتماعی و فرهنگی به‌وسیله رسانه‌های جمعی دگرگون می‌شود (تامپسون، ۱۳۷۹: ۴۵). بنابراین انتظار می‌رود که میان نگرش‌ها و جهان‌بینی جوانان و نیز چارچوب «معناسازی» (Meaning-Making) حاصل از گفتمان رسانه‌ای رادیو جوان رابطه‌ای وجود داشته باشد. چنین دیدگاهی ما را به رویکرد «گفتمانی» هویت رهنمون می‌کند که بر نظریه «ترکیب‌بندی» (Articulation)

قرار می‌دهند تا صدای خویش را به حوزه عمومی برده و نقش خویش را در این حوزه ایفا نمایند. (Hanh, 2002: 10)

بنابراین از طریق چنین رسانه‌هایی، طیفی از صداها و تولیدات خلاق و نوآور جوانان و صداها و مختلف نسل‌های جوان بیان می‌شود و نوعی گفتمان شکل می‌گیرد که در ارتباط با گفتمان‌های دیگر در جامعه و در رسانه‌های دیگر قرار می‌گیرد و به بیان پرات (۱۹۹۱)، این رسانه‌های جوانان تبدیل به نوعی «منطقه ارتباطی» (Contact Zone) میان مدرسه، دانشگاه، اجتماع و فرهنگ جوانان می‌شوند. چاوز و سوئیپ معتقدند: «تولیدات رسانه‌های جوان‌محور، جایی شروع می‌شوند که جوانان باشند و بدان توجه کنند و این رسانه‌ها، ابزار و محملی برای آنها فراهم کنند تا داستان‌ها و روایت‌های خویش را بگویند، و با استفاده از دیالوگ‌ها و گفت‌وگوها، تفکر و کنش و آنچه به‌عنوان حقیقت مطرح شده، بیان و به چالش بکشند.»

هدف اصلی رسانه‌های جوان، کمک به جوانان برای ترویج و بسط دیدگاه‌هایی است که به واسطه آنها بتوانند هویت‌ها و اجتماعات خویش را جست‌وجو کنند و آنها را بسازند. همچنین از طریق خودبازنمایی (Self-representation) و فعالیت مدنی، نقش خویش را در جامعه ایفا و عمل نمایند.

رادیو جوان نیز به‌عنوان رسانه جوانان اغلب اندیشه را تشویق و گفت‌وگو و دیالوگ را تحریک می‌کند و به‌عنوان یکی از عناصر اساسی و بنیادی در کمک به افراد جوان در قراردادن خویش در درون منظومه گسترده هویت‌های جوانان عمل می‌کند. رادیوهای جوان، جوانان را در درون اجتماعات به جامعه‌جویی و دیالوگ می‌کشاند و همزمان از طریق اطلاع سرگرمی (Info-tainment) (Demers, 2000: 143) برای جوانان استراتژی‌هایی برای زندگی از جمله اطلاعاتی درباره مسائل مختلف پیرامون جوانان فراهم می‌کنند. بنابراین، برنامه‌های رسانه‌های جوانان به‌عنوان نقطه ورود اصلی

هال متکی است و پایه اصلی چارچوب نظری مقاله حاضر را تشکیل می‌دهد. هال با بهره‌گیری از مفهوم ترکیب‌بندی، هویت را محل پیوند میان گفتمان‌ها و رویه‌هایی تعریف می‌کند که در تلاش برای استیضاح و گفت‌وگو با ما هستند یا ما را به مثابه سوژه‌های اجتماعی گفتمان‌های خاص فرا می‌خوانند. فرایندهای تولیدکننده سوژه‌کیتیویته‌ها، ما را به‌عنوان سوژه‌ها برمی‌سازد. بنابراین هویت‌ها، محل‌های پیوستگی موقتی به موقعیت‌های سوژگی (Subject Position) هستند که رویه‌های گفتمانی برای ما برمی‌سازند (Hall, 1996: 5). هال در مورد مفهوم ترکیب‌بندی می‌گوید: «ترکیب‌بندی نوعی پیوند است که می‌تواند با مرتبط‌ساختن دو عنصر متفاوت در شرایط خاص، نوعی وحدت بیافریند. این پیوند هیچگاه ضروری و مطلق و ذاتی و متعین نیست. وحدت یک گفتمان چیزی نیست، مگر ترکیب عناصر مجزا و مختلفی که می‌توانند به شیوه‌هایی متفاوت ترکیب شوند؛ زیرا فاقد هرگونه تعلق ذاتی هستند. وحدت مذکور پیوندی است میان گفتمانی ترکیبی و نیروهای اجتماعی که این گفتمان می‌تواند تحت تأثیر شرایط خاصی با آنها گره بخورد.» (Ibid)

رهیافت گفتمانی هویت، «هویت‌یابی» را معادل «معنایابی» می‌داند که دارای ماهیتی قراردادی است و هویت خود را در بستر گفتمان‌ها کسب می‌کند و بر ساخته می‌شود (تاجیک، ۱۳۸۳: ۵۷-۵۶). ارتباطات ما مملو از گفتمان‌هاست. چگونگی درک ما از دنیا و چگونگی ارتباط با دیگران، چگونگی

درک تجربه روزمره را شکل می‌دهند. ماهیت یک گفتمان، آن معانی است که ما درباره سوژه‌اش داریم (Burton, 2005: 53). بر همین اساس، ترکیب‌بندی هویت جوانان در ایران، پیوندی است که از عناصر مختلف تحت شرایطی خاص، نوعی وحدت می‌آفریند. این پیوند، پیوندی نیست که برای همیشه ضروری، متعین و مطلق باشد. طبق این دیدگاه، جوانان هویت خویش را در بستر گفتمان‌هایی کسب می‌کنند که آنها را فرامی‌خوانند. یکی از این گفتمان‌ها، رسانه‌ها و در این پژوهش، گفتمان رسانه‌ای رسانه جوانان، یعنی **رادیو جوان** است. آنچه در این پژوهش مورد نظر است، چگونگی برساختن هویت جوانان هنگام تعامل آنها با مفاهیم و مضامین گفتمان موجود در رادیو جوان است. در این پژوهش، رادیو جوان به‌عنوان یکی از گفتمان‌های برسازنده هویت در جامعه ایران برای جوانان در نظر گرفته شده است؛ زیرا ساختار سازمانی **رادیو جوان**، برساخت و مذاکره انواعی خاص از روابط اجتماعی جوانان را مطرح می‌کند. در حالی که شنوندگان جوان به محتوای شنیده‌شده **رادیو جوان** معنا می‌بخشند، ایستگاه رادیویی **جوان** نیز در چارچوب و مؤلفه‌هایی مشخص و معین عمل می‌کند که تجربه شنیدن و گوش‌دادن به رادیو را سازمان‌دهی و میانجی‌گری می‌کند. بنابراین هویت جوانان از طریق مواجهه و تعامل با گفتمان **رادیو جوان** و نیز به شیوه‌های مختلف حاصل می‌شود که می‌توان به شکل زیر نشان داد که راهنمای تحقیق است:

روش تحقیق

با توجه به ماهیت پژوهش، روش موردنظر روش «تحقیق کیفی» است. هدف اصلی روش کیفی کشف چگونگی ایجاد تجربه اجتماعی و معنای حاصل از آن است (Denzin & Lincoln, 2005) تا به درک یا تفسیر پدیده‌ها از لحاظ معنایی که مردم به آنها نسبت داده و یا برمی‌سازند، برسد. موضوعات «معنی»، «درک» و «پردازش» برای تحقیق کیفی مناسب (Merriam, 19: 2002) و هدف پژوهشگر، رسیدن به درک همبستگی‌های گوناگون میان عناصر یک موضوع است.

این پژوهش با مطالعه موردی در شهر تهران و در نیمه دوم آبان ۱۳۸۹ صورت گرفته است.

داده‌های لازم برای تحلیل موضوع مورد مطالعه از طریق روش مصاحبه‌های عمیق گردآوری شده است. با توجه به نبودن چارچوب ثابتی از شنوندگان **رادیو جوان** (نبودن چارچوب نمونه‌گیری مشخص در روش کیفی) و تعداد زیاد گروه‌های جوان، از نمونه‌گیری نظری یا هدفمند (Purposive Sampling) استفاده شده است (فلیک، ۱۳۸۷ و حریری، ۱۳۸۵). در این نوع نمونه‌گیری، بزرگی حجم نمونه یا موردها موردنظر نیست؛ با این حال، باید موردهایی انتخاب شوند که در بسط تئوری و آزمون آن مؤثر و کافی باشند.

در انتخاب نمونه‌ها، از بین موارد موجود در نمونه هدف، تلاش بر این بوده است تا توزیع آنها از جهت ویژگی‌های زمینه‌ای و جمعیتی همچون جنسیت، سن، میزان تحصیلات و



مدل نظری پژوهش

منطقه محل سکونت متوازن باشد و تنوع لازم را فراهم آورد. نخست بر اساس تعریف مخاطب از سوی **رادیو جوان** با ۱۴ شنونده ۱۵ تا ۳۵ ساله این رادیو به عنوان مخاطب اصلی هدف مصاحبه شد که هفت نفر از آنان را دختران یا زنان و هفت نفر را نیز پسران یا مردان تشکیل می‌دادند. از یک سو، با توجه به اینکه بزرگسالان نقشی مهم در زندگی جوانان دارند و نیز خود جوانان در حال گذر به دوره بزرگسالی هستند و از سوی دیگر، ممکن است بزرگسالان شنونده و مخاطب ثانویه این رادیو باشند، بنابراین در مرحله بعد با چهار نفر از بزرگسالان مصاحبه عمیق انجام شد که دو نفر آنها را زنان و دو نفر دیگر را مردان تشکیل می‌دادند. مصاحبه در محل و پس از توضیح کافی پژوهشگر در خصوص هدف پژوهش و جلب رضایت کامل مشارکت‌کنندگان، جمع‌آوری شده است. بدیهی است که با توجه به نبود دسترسی به چارچوب نمونه‌گیری و منطق روش‌های کیفی، به‌ویژه مصاحبه، نمی‌توان نتایج به‌دست‌آمده را قابل تعمیم دانست، اما برای فهم عمیق و به‌دست‌آوردن اطلاعات ارزشمند پیرامون نحوه ارتباط میان **رادیو جوان** و ساختن جوانی و شخصیت اجتماعی و فرهنگی جوانان مؤثر و کاراست. به دلیل ویژگی خاص خود رادیو و برنامه‌های آن، به‌طور کلی «دریافت» مخاطبان از کل برنامه‌های **رادیو جوان** انجام شد نه برنامه خاص آن.

مصاحبه عمیق با شنوندگان رادیو جوان
این قسمت مصاحبه‌های تحقیق درباره عادت‌های شنیداری و میزان ساعات گوش‌دادن به **رادیو جوان** در طول هفته و نیز مصاحبه‌ها با گروه‌های جوان و بزرگسالان **رادیو جوان** را نشان می‌دهد. در اینکه علاقه آنها به کدام برنامه و یا فرمتی است، پاسخ این بود که علایق‌شان عموماً گسترده است و جملاتی مثل «به ذره‌ای از هرچیز گوش می‌کنم»، «شخصی است» و «گلچینی از همه است»، پاسخ‌های عمومی به پرسش درباره عادت‌های شنیدن

رادیو جوان بود. همچنین میزان ساعات گوش‌دادن به رادیو در هر هفته، بین دو ساعت تا ۲۰ ساعت در میان مصاحبه‌شوندگان بود.

مخاطبان اصلی هدف رادیو جوان
آنچه در زیر می‌آید، جمع‌بندی مصاحبه عمیق با ۱۴ جوان و برخی از گفت‌وگوهای است که مبهم بوده و به تفسیر و تحلیل نیاز دارند.

برخی از جوانانی که با آنها مصاحبه کردم، **رادیو جوان** را رسانه جوان در نظر نمی‌گرفتند، زیرا معتقد بودند این ایستگاه رادیویی مثل رادیوهای دیگر به گروه‌های مختلف تعلق دارد؛ به طوری که یکی از آنها گفت: «کافی است شما برنامه این رادیو را با رادیوهای دیگر مقایسه کنید. بیش از ۹۰٪ برنامه‌ها چندان تفاوتی با یکدیگر ندارند. تنها چیزی که این رادیو را از سایر رادیوها متمایز می‌کند، اسم آن است. هرچند گاهی اوقات بدان گوش می‌کنم.»

رادیو جوان نه تنها جوانان را با مسائل جوانان و مشکلات پیش رو، موقعیت‌های خانوادگی و تفاوت‌های آنها سرگرم و مشغول می‌سازد، بلکه به آنها اطلاعاتی درباره زندگانی دیگران و موقعیت‌هایی ارائه می‌کند که آنها روشی برای آشنایی و اطلاع ندارند. همچنین، اطلاعاتی که آنها هیچ روشی برای دانستن در یک شهر بزرگ مانند تهران ندارند در اختیار جوانان قرار می‌دهد. این مسئله دلیل گوش‌دادن بسیاری از جوانان به **رادیو جوان** بود. یک نمونه را می‌توان در گفته‌های یکی از مصاحبه‌شوندگان پیدا کرد: «تهران شهر بزرگی است، خیلی از نهادهای مربوط به جوانان در تهران قرار دارند، شاید ندونی که چه برنامه‌هایی و کجا قرار دارند و یا در خیلی از جاه‌ها، از موقعیتی که برای ما مهیاست خبر نداری، **رادیو جوان** در این مسیر به ما کمک می‌کند.»

صدای رادیو جوان بافتی را فراهم می‌کند که در آن زندگی روزمره جوان اتفاق می‌افتد و به موجب آن، این رادیو به عنوان سازوکار چارچوب‌بندی برای تجارب جوانی عمل می‌کند. یکی از مصاحبه‌شوندگان بر

این موضوع تأکید داشت و گفت: «وقتی هر روز تجربه مختلف جوانان را می‌شنوی، این تجربه‌ها، انگار تجربه خودت هستند. درباره این تجربه‌ها قضاوت می‌کنی و جنبه‌های مختلف آن را می‌شکافی و برای خودت معنا می‌کنی، انگار با همه این نوع آدم‌ها ارتباط زنده برقرار می‌کنی.»

رادیو جوان به عنوان یک رسانه، زمینه‌ای برای تعداد گسترده‌ای از تعاملات اجتماعی فراهم می‌سازد. به نحوه توضیح یکی از مشارکت‌کنندگان در بحث که نسبت به بقیه جوان‌تر بود، توجه کنید: «برخی اوقات که در رادیو جوان درباره ارتباط جوانان با بقیه گروه‌های اجتماعی صحبت و بحث می‌شود، برای من که با والدینم در بسیاری از مسائل مشکل دارم، خوب و مفید است. برخی مواقع برای من تصمیم‌گیری‌هایی می‌کنند که اصلاً دوست ندارم. **رادیو جوان** باید این مسئله را بیشتر مدنظر قرار دهد. این مشکل من نیست، بلکه مشکل خیلی از دوستان من است. **رادیو جوان** می‌تواند در بین سایر رسانه‌ها در این زمینه پیشگام باشد تا بقیه رسانه‌ها بدان توجه کنند.»

بنابراین **رادیو جوان** می‌تواند به عنوان ابزاری برای کمک به حل اختلاف و ساختن ارتباط مؤثر میان جوانان و والدین عمل کند و این امر با ایجاد شانس به افراد جوان و ابزارهایی برای ارتباط با تصمیم‌گیرندگان

رادیو جوان می‌تواند،

نقشی مهم در

مطرح‌ساختن تفاوت‌ها و

آموزش بزرگسالان ایفا

کند؛ به طوری که اطلاعات

بیشتر و بهتر درباره

تجربیات و آسیب‌پذیری

جوانان به بزرگسالان

بدهد و از طرفی، به

جوانان یاد بدهد تا

خودشان نقشی فعال در

این تفاوت و ارتباط مؤثر

ایفا کنند.

بزرگسال انجام می‌شود. همچنین با آموزش جوانان به آنها قدرتی می‌دهد که برای ساختن و برقراری ارتباط مؤثر در اجتماع عمل می‌کنند.

آشنایی والدین با خواسته‌ها و تفاوت‌های نسلی نوجوانان از بزرگسالان یا به عبارت دیگر، تفاوت‌های سنی از جمله مواردی بود که یکی از مصاحبه‌شوندگان که از بقیه تحصیلات و سن بالاتری داشت، مطرح کرد: «گاهی اوقات به **رادیو جوان** گوش می‌کنم، اما آنچه مهم است و گاهی این رادیو به شکل تلویحی مطرح می‌کند، تفاوت‌های نسلی جوانان و بزرگسالان و اختلاف و تفاوت در برخی از جنبه‌هاست. به زعم من، حالا که رسانه‌های مختلف در جامعه وجود دارند، می‌توانند با مطرح کردن این تفاوت‌ها و دادن فرصت به جوانان مختلف برای بحث، شنوندگان جوان بیشتری را جلب و مؤثر واقع شوند و نیز بزرگسالان می‌توانند از خواسته‌های آنها باخبر شوند.»

بنابراین **رادیو جوان** می‌تواند، نقشی مهم در مطرح‌ساختن تفاوت‌ها و در نتیجه آموزش بزرگسالان ایفا کند؛ به طوری که اطلاعات بیشتر و بهتر درباره تجربیات و آسیب‌پذیری جوانان به بزرگسالان بدهد و از طرفی، به جوانان یاد بدهد تا خودشان نقشی فعال در این تفاوت و ارتباط مؤثر ایفا کنند.

مصاحبه با اکثر دختران و زنان جوان نشان داد که رادیو جوان باید نقشی فراتر از اطلاعات داشته باشد و آن نقش، شکل‌گیری اجتماع جوانان است. هرچند این موضوع را به‌طور آشکار مشاهده نکردیم، اما به‌عنوان یک تأثیر جمعی از طرف بسیاری از جوانان که مصاحبه کردیم، حاصل شد: «**رادیو جوان** باید حس انزوای جوان را تا حدی کاهش دهد؛ به‌طوری که جوان خودش را در درون جامعه تنها احساس نکند، بلکه خودش را در درون اجتماع بزرگ‌تر که همانا اجتماع جوانان است در نظر بگیرد و این عمل در رادیو جوان از طریق اشتراک‌گذاری تجربیات مشترک و غیرمشترک جوانان از دو جنس

حاصل می‌شود. در این صورت، **رادیو جوان** تبدیل به اجتماع بزرگ‌تر جوانان می‌شود و جوانان مشارکتی فعال در این اجتماع ایفا می‌کنند.»

بیشتر پاسخ‌گویان گفتند که برنامه‌های رادیویی باید به مشکلات جوانان از جمله مشکلات هویتی، استفاده از مواد مخدر، تخطی از قانون، اختلاف با خانواده و گروه‌های اجتماعی دیگر، عشق، مهارت‌های زندگی، شغل و بیکاری و نیز تفریح بپردازند. همچنین مطرح کردند که این مسائل اولاً باید از زبان خود جوانان باشد و ثانیاً در صورت ارائه راه‌حل از سوی کارشناسان و یا افراد دیگر، مخالفت و یا موافقت افراد جوان بیان شود.

مخاطبان ثانویه رادیو جوان

همان‌طور که گفته شد، بزرگسالان به‌عنوان مخاطبان ثانویه **رادیو جوان** مطرح هستند. شاید اهمیت دیدگاه آنها نسبت به این ایستگاه رادیویی کمتر از دیدگاه خود جوانان نباشد. آنچه از مصاحبه با این مخاطبان مشاهده شد، تقریباً نگاه مشابه و یکسانی بود و آن تفاوت نسلی با توجه به تفاوت نگرش و تفکر میان بزرگسالان و جوانان بود که باید **رادیو جوان** در جهت ارتباط مؤثر در این زمینه اقدام کند. به‌طوری که یکی از آنها گفت: «این رادیو باید نحوه ارتباط جوانان با نسل‌های گذشته را بیاموزد نه اینکه خود در جهت شکاف این تفاوت نسلی گام بردارد. البته من منکر این تفاوت نمی‌شوم، اما **رادیو جوان** باید الگوی ارتباط مؤثر جوانان با گروه‌های دیگر را ارائه کند؛ تفاوت‌ها و شباهت‌ها را مطرح نماید و به‌ویژه فرهنگ جوانان را به ما فقط از دید جوانان معرفی کند.»

همچنین، **رادیو جوان** باید نگاه‌های مختلف به فرهنگ جوانان و فهم درباره چالش‌هایی که افراد جوان امروزه با نسل‌های گذشته مواجه هستند را مطرح سازد. همچنین اعتقادات و دریافتهای بزرگسالان از جوانان و جوانی را تغییر دهد. یکی از مصاحبه‌شوندگان، وظایف **رادیو**

جوان را بدین‌شکل مطرح می‌سازد و گفت: «این رادیو که مخصوص جوان‌هاست، باید در جهت ارتباط متقابل این گروه (جوانان) و بزرگسالان گام بردارد. از یک طرف که جوانان در حال گذر به بزرگسالی هستند، فرهنگ بزرگسالی و نحوه ارتباط با بزرگسالان را مطرح و تغییر دهد و از سوی دیگر، نگاه بزرگسالان را به تفاوت‌های فرهنگ جوانی و به‌طور کلی جوانان تغییر دهد.»

آنچه از گفته‌های این بزرگسال برمی‌آید، نقش **رادیو جوان** باید در جهت تسهیل ارتباط میان فرهنگ بزرگسالان و فرهنگ جوانان باشد. همچنین مصاحبه‌شونده بزرگسال زن به نکته دیگری اشاره می‌کند که جالب است: «**رادیو جوان** نباید دیدگاه مسلط مردانه بیان ارائه کند بلکه باید هر دو جنس را به‌طور یکسان در نظر بگیرد. همچنین، شرایطی را فراهم کند که دختران و پسران جوان بتوانند درباره مسائل مشترک و متفاوت به تبادل نظر بپردازند. همچنین به آنها اعتماد به نفس بدهد تا خودشان را جدی بگیرند که مهم هستند.»

نتیجه‌گیری

هرچند در یک مقاله نمی‌توان به ارتباط میان جوانان و **رادیو جوان** پرداخت، اما این تحقیق، پنجره‌ای از واقعیت‌های جوانان در تهران از منظر هویت جوانان، فضا و چشم‌انداز رسانه‌ای آنهاست و گوشه‌هایی از بافت اجتماعی و فرهنگی ایران را نشان می‌دهد. همچنین در این مقاله به هیچ‌عنوان ادعای تعمیم‌دادن نتایج را نداریم، بلکه هدف بررسی عمیق‌تر مسائل بود. مصاحبه عمیق با افرادی که دارای پیش‌زمینه‌های مختلف بودند، نظراتی کلی درباره **رادیو جوان**، هویت جوانان و تأثیر گفتمان این رادیو مطرح شد. علاقه جامعه‌شناختی جوانان به **رادیو جوان** به این واقعیت برمی‌گردد که این رسانه تنها فضایی است که جوانان به‌طور خاص می‌توانند درباره موضوعات مختلف بحث کنند و به شکل عمومی دیده شوند.

کنند و رابطه دوستانه در بین ارائه‌کنندگان و شنوندگان ایجاد نمایند. در این شیوه، برنامه‌های **رادیو جوان** هم خود را به‌عنوان یک موقعیت اجتماعی در این شکل‌بندی از دریافت تجربه برمی‌سازند و هم شکلی از مشارکت‌های متقابل و تعاملی مشارکت را نشان می‌دهند. تلفن‌زدن به رادیو و سایر فعالیت‌های ارتباطی به نوعی شراکت در جمع و شکل‌گیری اجتماع است.

- رادیو جوان به‌عنوان رسانه اطلاع سرگرمی

رادیو جوان به‌عنوان شکلی از فرهنگ مردم‌پسند جوانی، وسیله اشاعه اطلاعات است. فرهنگ مردم‌پسند و به‌ویژه فرهنگ جوانان امکان خوبی برای شکل‌گیری هویت‌های جوانان هستند؛ چرا که فهم جوانان از دنیا و اجتماع و خودشان به‌طور کلی در بستر همین فرهنگ مردم‌پسند شکل می‌گیرد که برگرفته از زبان خود جوانان و فرهنگ عمومی آنهاست. ترکیب‌بندی‌های **رادیو جوان** و فرهنگ مردم‌پسند جوانان بر فرایندها و شیوه‌های تفکر جوانان و روش‌های تعامل آنها تأثیر زیادی می‌گذارد و تشویق و تفکر انتقادی درباره موضوعات اجتماعی را فراهم می‌سازد. در این دیدگاه، **رادیو جوان** به‌عنوان صدایی برای افراد جوان عمل

علاقه‌شناختی جوانان به رادیو جوان به این واقعیت برمی‌گردد که این رسانه تنها فضایی است که جوانان به‌طور خاص می‌توانند درباره موضوعات مختلف بحث کنند و به شکل عمومی دیده شوند.

همچنین، محل اصلی برای بر ساخت و مذاکره روابط اجتماعی میان جوانان در زمینه اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران است. نتایج تحقیق نشان داد که گفتمان رادیو جوان می‌تواند نقشی بسیار مهم در شکل‌گیری هویت جوانان داشته باشد، اما برای رسیدن به حالت مطلوب باید تلاش کند. به‌طور کلی نتایج مصاحبه‌ها، ابعاد گفتمانی مؤثر در شکل‌گیری هویت جوانان را نشان داد که می‌توان به شکل زیر مطرح کرد:

- **رادیو جوان**، محور مشارکت جمعی و شکل‌گیری اجتماع جوانان گوش‌دادن جوانان و برخی بزرگسالان به **رادیو جوان**، شکلی از مشارکت جمعی است. در حالی که گوش‌دادن به رادیو، یک مشغولیت و فعالیت تنهاست، اما سبک شنیدن و تماس برقرار کردن و ارتباطی که **رادیو جوان** با جوانان و جوانان با رادیو ایجاد می‌کنند، نوعی پیوند اجتماعی (دوستان) و شکل‌بندی اجتماعی (توانایی گفت‌وگوی آزاد) یک جمع (با هم) است و برنامه‌های زنده به اشکال مختلف (شکل‌گیری حضور همزمان و احساس همانجا بودن) جنبه اجتماعی **رادیو جوان** را نشان می‌دهد. در این شرایط آنها سعی می‌کنند درباره مشکلات با یکدیگر و با بزرگ‌ترها بحث و مشکلات را حل



رادیو جوان می‌تواند،
نقشی مهم در مطرح ساختن
تفاوت‌ها و در نتیجه آموزش
بزرگسالان ایفا کند؛ به
طوری که اطلاعات بیشتر
و بهتر درباره تجربیات
و آسیب‌پذیری جوانان به
بزرگسالان بدهد و از طرفی،
به جوانان یاد بدهد تا
خودشان نقشی فعال در این
تفاوت و ارتباط مؤثر ایفا
کنند.

می‌کند تا سوژ کتیویته آنها را ساخته و مفصل‌بندی کند. انتخاب‌هایی که آنها در مورد علت گوش‌دادن، نحوه و موضوعات مورد علاقه (عادت‌های شنیداری) انجام می‌دهند، می‌تواند به ما دیدی در مورد شرایط فرهنگی و هویتی آنها بدهد.

رادیو جوان به‌عنوان نیروی آموزشی مهم در زندگانی افراد جوان عمل می‌کند. علاوه بر فضاهایی که به شکل رسمی به‌عنوان محل‌های تعلیم جوانان مطرح هستند، آموزش مهارت‌های زندگی در درون این ایستگاه به شکل غیرمستقیم و همراه با سرگرمی، به شکل نرم و به‌طور دسته‌جمعی مورد مذاکره و بحث قرار می‌گیرد و معنادار می‌شود. این عمل ممکن است بازاندیشی روش‌های زندگی کنونی و دیدگاه‌ها را از سوی جوانان باعث شود. قدرت تعلیمی این رادیوها در اغلب موارد فقط ناشی از محتوای آنها نیست، بلکه بیشتر مربوط به توانایی آنها جهت تحریک دیالوگ، تشویق اندیشه و تعامل اجتماعی است.

- رادیو جوان به عنوان فرامتنیت

متن رادیویی، فرامتنی است. رادیو جوان هم این ظرفیت را دارد تا افراد جوان بتوانند در آن درباره سایر رسانه‌ها و یا برنامه‌های رادیویی به‌ویژه برنامه‌هایی که در مورد

جوانان است، بحث کنند و آنها را مورد انتقاد قرار دهند. در واقع، فرامتنیت رادیو جوان، نوعی رابطه ساختاری ارتباطات میان رسانه‌های رادیو جوان با سایر رسانه‌هاست. به‌ویژه با توجه به اینکه رسانه تلویزیون، رسانه غالب در جامعه ایرانی است، باید این فضا را در ارتباط با تلویزیون بسازد؛ به‌طوری که بحث‌های رادیو جوان گاهی محوریت برنامه‌ریزی و تهیه برنامه‌ها در تلویزیون قرار گیرد. همچنین در برخی از مواقع، تلویزیون باید با تبلیغات به اشکال مختلف چه در زمینه یا پس‌زمینه سایر برنامه‌ها، رادیو جوان را معرفی و تبلیغ کند. این فعالیت‌ها باعث برجسته‌سازی بین رسانه‌ای رادیو جوان با سایر رسانه‌ها و در نهایت نقش فعال رادیو جوان در رسانه‌ها و نیز در جامعه می‌شود و فرهنگ رسانه‌ای در جهت انعکاس صدا و عقاید مختلف جوانان تغییر پیدا می‌کند.

- رادیو جوان به‌عنوان محمل درک و دریافت جمعی جوانان با یکدیگر و با بزرگسالان

به‌دلیل بحث جوانان با یکدیگر و نیز ارائه دیدگاه‌ها و بحث‌ها درباره تعامل و ارتباط جوانان با بزرگسالان و در برخی مواقع انعکاس دیدگاه بزرگسالان و نیز بحث بزرگسالان با جوانان در برنامه‌های رادیو جوان این رادیو محملی برای تسهیل ارتباط و دریافت جوانان از همدیگر و با بزرگسالان و بالعکس می‌شود. در واقع، نقطه شروع مشترکی فراهم می‌کند تا افراد جوان و بزرگسالان بتوانند درباره موضوعات مختلف با هم بحث کنند که این روند باعث کمتر شدن شکاف نسلی و در نتیجه درک متقابل شده و پیوستگی نسلی را باعث می‌شود.

- رادیو جوان به‌عنوان سکوی پرتاب دانش

در بیشتر مواقع، جوانان درباره مسائل مطرح‌شده در رادیو جوان با هم‌نوعان خویش بحث می‌کنند و این مباحث به دیالوگ درباره موضوعات مختلف تبدیل می‌شود که برای افراد جوان مهم هستند؛



- Osgery, B (2004). *Youth Media. London & New York*: Routledge.
- Pratt, M.L (1991). "Arts of the Contact Zone". Profession 91, 33-40.
- Soep, E (2007). *Jumping for Joy, Wracking Our Brains, Searching Our Souls: Youth Media and Its Digital Contradictions*. Youth Media Reporter, print Volume 1, 102-09.

منابع و مأخذ

- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۳). *روایت غیریت و هویت در میان ایرانیان*. تهران: فرهنگ گفتمان.
- تامپسون، جان بروکشایر (۱۳۷۹). *رسانه‌ها و نوگرایی: نظریه‌های اجتماعی درباره رسانه‌ها*. ترجمه علی ایثاری کسمایی، تهران: مؤسسه ایران.
- حریری، نجلا (۱۳۸۵). *اصول و روش‌های پژوهش کیفی*. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- سلطانی، سید علی اصغر (۱۳۸۴). *قدرت گفتمان و زبان*. تهران: نی.
- فلیک، اووه (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه هادی جلیلی، تهران: نی.
- Burton, G (2005). *Media and society: Critical perspective*, Open University press.
- Campbell, P.B., Hoey, L. & Perlman, L (2001). *Sticking with My Dreams: Defining and Refining Youth Media in the 21st Century*. Campbell-Kibler Associates, Inc.
- Demers, D (2005). "Dictionary of Mass Communication and Media Research: a guide for students, scholars and professionals," Marquette.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y.S (2005). Introduction: *The discipline and practice of qualitative research*. In N.K. Denzin & Y.S. Lincoln (Eds), *The Sage handbook of qualitative research* (3rd ed., pp. 1-32). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hall, S (1996). *The Question of Cultural Identity, in Stuart Hall & David Held, eds, Modernity & its futures*, Cambridge: Polity press.
- Hanh, C (2002). *Valuing Evaluation: Youth Media Begins proving Itself*. "Youth Media Reporter. Open Society Institute.
- Merriam, S.B (2002). *Assessing and evaluating qualitative research. In S.B. Merriam & Associates (Eds), Qualitative research in practice: Examples for discussion and analysis* (pp.18-39). San Francisco: Jossey-Bass.

مثل پویایی‌های خانوادگی، انتظارات شغلی، سیاست، روابط جوانی، بیماری‌های روانی و جسم و استفاده از مواد مخدر. این شرایط فضا را برای دیالوگ، تعامل اجتماعی و تأمل میان جوانان ایجاد می‌کند و مسیرهای دیگر دانش را فراهم می‌سازد. بدین وسیله **رادیو جوان** و محتوای آن به عنوان سکوی پرتاب برای اشاعه دانش عمل می‌کند.

در نهایت، جوانی به عنوان لحظه متمایز و زودگذر و مرز دنیای بزرگسالی است. در این لحظه، **رادیو جوان** در فصل مشترک دو واقعیت اجتماعی است: مقوله‌های اجتماعی سن را در چارچوب جوانی ایجاد می‌کند و همزمان جوانان را در معرض اسرار بزرگسالی قرار می‌دهد. همچنین، **رادیو جوان** خودش، مقوله‌ای از جوانی را می‌سازد و افراد جوان را از بقیه گروه‌های سنی جدا می‌کند. در چنین فضایی است که جوانان می‌توانند هویت خویش را بیان، کنترل شخصی را اعمال و از یک فاصله، ارتباط خویش با خانواده و دوستان و گروه‌های دیگر را هدایت کنند. بنابراین، **رادیو جوان** باید به عنوان جزء جدایی‌ناپذیر و مهم زندگی جوانان باشد و همراه با سایر اعمال و گفتمان‌های اجتماعی دیگر به مخاطبان جوان و در عین حال بزرگسالان خویش معنا ببخشد و تجربیات فردی شنوندگان را در مسیرهای مختلف زندگی گسترده جمعی، مفهوم‌سازی کند و اشکال مختلف تعامل فردی و اجتماعی فرد جوان با گروه‌ها، نهادها و سایر قسمت‌ها در زمینه‌های مختلف در چارچوب جامعه را فراهم سازد و به عبارت دیگر، محل تقاطع جوانان، جامعه و نهادهای ذیربط و رسانه‌های دیگر باشد. جوانان امروزی برای هویت‌یابی منابعی گسترده‌تر در اختیار دارند و برای اثبات هویت خویش از راهبردهای گفتمانی بهره می‌گیرند. اگر **رادیو جوان** و گفتمان آن نتواند مأموریت و نقش خویش را به درستی انجام دهد، در این شرایط گفتمان دیگری جایگزین آن می‌شود که شاید متناسب با زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه ما نباشد.