

هویتی تازه با رادیو جماعتی

■ دکتر عبدالحسین کلاتری

عضو هیئت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

■ محمد فرهادی

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبایی (ره)



پروژه‌های علمی و مطالعات فرهنگی

اشاره

این مقاله به دنبال کاوش نسبت «انسجام اجتماعی» و «رادیو جماعتی» در ایران است. پس از طرح مسئله، اجتماع را ایده‌ای مهم در تحولات اجتماعی دنیای امروز ارزیابی کرده و ضرورت را برای ایران معاصر تبیین می‌کند و بعد از آن رادیو جماعتی، اوصاف، کارکردها، ویژگی‌ها و نقش آن در این فرایند را شرح می‌دهد. چارچوب مفهومی مقاله، جایگاه رادیو جماعتی در مناسبات عناصر و مؤلفه‌های مؤثر در ایجاد همبستگی اجتماعی در وضعیت ایران را نمایش می‌دهد. از این منظر استدلال می‌کند، انسجام اجتماعی در ایران ضعیف و با موانع و مشکلات بزرگی روبه‌روست. با این رویکرد و با نگاهی به شرایط اجتماعی، به نقش رادیو جماعتی در ترمیم انسجام اجتماعی در ایران می‌پردازد. نتیجه‌گیری مقاله قائم به این استدلال است که ایران به مثابه کشوری در حال توسعه، متکثر، با روابط خاص‌گرایانه شدید، برای انسجام و همگرایی نیاز به تقویت اجتماعات میانی به منزله گروه‌های واسط برای تعدیل هویت خاص‌گرایانه و رواج عام‌گرایی دارد و رادیو جماعتی به‌عنوان رسانه این اجتماعات می‌تواند نقش مؤثری در تقویت هویت اجتماعی افراد و انسجام اجتماعی ایفا کند.

مقدمه

سومین دوره از حیات رادیو با احیای دوباره این رسانه توأم شده است. در پرتو تحولات بنیادین در مناسبات اجتماعی و سیاسی جوامع امروزی، رادیو نیز در مباحث مربوط به شکل و محتوا دچار تغییرات اساسی شده است. اشکال جدید رادیو با اصول و مبانی نوین تحلیل مخاطب، برنامه‌سازی و پوشش رسانه‌ای به دنبال همراهی و همسازی با پدیده‌های نوین برآمده از جامعه‌شناسی جدید است.

طرح مسئله

انسجام اجتماعی، علل و دلایل آن، حضور و غیاب و اشکال و انواع آن، یکی و شاید مرکزی‌ترین مسئله جامعه‌شناسی در گذشته و حال بوده است. این سازه (Con-struct) جامعه‌شناختی به دلیل تحول شرایط جوامع و شکاف‌های عمیق تاریخی که به واسطه مدرنیته و اثرات و تبعات آن به وجود آمده، تغییرات عمیقی به خود دیده و از این‌رو بررسی و مطالعه علل مقوم و محلل آن ابعاد گسترده‌ای به خود گرفته است. در پرتو «جهانی‌شدن» (Globalization)، الگوهای سیاست‌ورزی، فرهنگ و حتی حوزه‌های شخصی زندگی، انسجام و همبستگی اجتماعی و تعاریف و تلقی‌ها از آن و حتی صور تحقق آن در جوامع امروزی دستخوش تحولات شگرفی شده است، لذا انسجام را چه از نگاه «دورکیم»

گروهی معتقدند رادیو رسانه‌فرداست که شکوفا خواهد شد.

در واقع رادیو پس از فراز و فرودی آشکارا در دوره سوم حیات خود مجدداً احیا شده و مورد توجه قرار گرفته است.

به دلایلی که رادیو را از سایر رسانه‌ها متمایز می‌کند، این رسانه بیشتر مورد اعتماد روشنفکران است و به این جهت که زبان را به مثابه ابزاری قوی برای ارتباط و اثرگذاری در اختیار دارد، اثری بیش از رسانه‌های تصویری بر جا می‌گذارد.

به شکل «مکانیکی Mechanical» و «ارگانیکی» یا از نگاه «مارکس» مبتنی بر همسازی «روابط و نیروهای تولید» ببینیم، چه از نگاه پست‌مدرنیست‌ها به صورت امری متکثر و پاره‌پاره، مسئله‌ای است که نیازمند بررسی و کاوش هر چه بیشتر است.

رسانه‌های جمعی (Mass media) و مباحث پیرامون، از آن دست عوامل و متغیرهایی است که در مباحث مربوط به انسجام همواره حاضر و مورد مجادله بوده‌اند. چنانکه یکی از کارکردهای رسانه‌های جمعی، کمک به انطباق با محیط اطراف و حفظ همبستگی از طریق اعاده و تأیید هویت جمعی جوامع در سطح خرد و کلان ذکر شده است. رادیو یکی از این رسانه‌هاست که بخش عمده‌ای از این منازعات را به خود اختصاص داده است. تحولات شکلی و ماهوی رادیو که در قالب‌های «ملی»، «محلی»، «خارجی» و «جماعتی (محلّی)» بیان شده، حاکی از تازگی مسئله رادیو در نسبت با انسجام و همبستگی اجتماعی است.

رادیو جماعتی یکی از این رادیوهاست که امروزه از سوی دولت‌ها، سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی برای پیشبرد برنامه‌های توسعه‌ای و همچنین صلح، ثبات، آموزش و همگرایی مورد تأکید قرار گرفته است. از همین روی این قالب رادیویی در گوشه و کنار جهان مورد توجه بسیاری قرار گرفته است.

در برخی کشورها مانند انگلیس این رادیو ابزاری برای مقاومت در برابر جریان رسانه‌ای فراگیر و در شکل رادیوی ممنوعه سر بر آورد و در استرالیا، کانادا و آمریکا به مثابه رادیوهای غیرانتفاعی برای اهداف



مدنی فعالیت خود را شروع کردند. رادیو جماعتی در آفریقای جنوبی پس از الغای آپارتاید به صورت یک جنبش، فراگیر شد و در کشورهای آسیایی که هیچ‌یک از این شرایط نبود از سوی سازمان‌های بین‌المللی مانند یونسکو شکل گرفت و مورد حمایت واقع شد. (فریزر، ۲۰۰۱)

رادیو جماعتی در هر یک از موارد، رسانه‌های برای انسجام، همبستگی و جلب مشارکت مخاطبان برای اهداف متفاوت بوده است. همچنین این رادیو به مثابه رادیویی معطوف به مسائل جمع، اجتماع یا جماعتی (محل‌های) مشخص که مبتنی بر درگیری و مشارکت اعضای اجتماع در اداره امور، برنامه‌سازی و مدیریت این رادیو است، در مباحث مربوط به برانگیختن مشارکت جمعی و ایجاد پیوندهای ذهنی و تعلق خاطر و در نهایت انسجام اجتماعی جایگاه درخور و ویژه‌ای یافته است. چنانچه در کلام صاحب‌نظران (پیران، ۱۳۸۲؛ چلبی، ۱۳۸۱؛ عبداللهی، ۱۳۸۴؛ احمدی، ۱۳۸۳؛ خانیکسی، ۱۳۸۳؛ منتظر قائم، ۱۳۸۴؛ کچوییان، ۱۳۷۴؛ ستاری، ۱۳۸۰) دیده می‌شود، ایران امروز به واسطه عبور از گرانیگاه تحول و تکامل خود و سمت‌گیری توسعه‌ای با مسائلی روبه‌رو می‌شود که خیزش هویت‌ها و جماعت‌های نوین، پراکندگی و نوعی سرگستگی (Diaspora) هویتی و ضعف پیوندهای اجتماعی از آن دست است. با عنایت به این تحولات رسانه‌ها نیز برای کارکردهای خود و ایفای نقش‌های متوقع نیازمند تجدیدنظر در قالب و محتوا هستند. رادیو جماعتی در همین راستا قابل طرح و بررسی است و این نوشتار به دنبال تأمل در این شکل از رادیو در رابطه با انسجام اجتماعی در

مختصات جامعه ایران امروز است.

مبانی نظری

مفهوم کلیدی برای این بحث، چه برای رادیو و چه برای انسجام، اجتماع (Community) است. در ادعای اول رادیو جماعتی دارای تعاریف متعددی است که اختلاف‌نظرها بر سر قلمرو، بعد، وسع، عمق و کارکردها و خصایص آن، مبتنی بر تلقی‌های متفاوت از اجتماع است. در ادعای دوم، اجتماع یکی از نقاط عطف در مباحث مربوط به انسجام اجتماعی است.

اجتماع

اجتماع به لحاظ تاریخی قدمتی دیرینه دارد؛ برای «ارسطو» تفاوتی اساسی میان جامعه و اجتماع وجود نداشت. «پلیس»‌های یونان کلاسیک، روابط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را درون خود داشتند؛ از این‌رو برای ارسطو جامعه همان اجتماع است. (دلنتی، ۲۰۰۳)

از یونان باستان تا عصر روشنگری (Enlightenment) اجتماعات نماینده و جوهره جامعه بودند و نه ضد آن. «روسو» جامعه مدنی (Civil Society) مدرن را مبتنی بر شهرهای یونانی به مثابه انجمن شهروندان می‌داند. از این منظر اجتماع نه قابل تقلیل به دولت و نه حوزه خصوصی است؛ بلکه حلقه رابط زندگی در جمع‌های خصوصی و عمومی است. در میان جامعه‌شناسان ایده اجتماع بحث‌دراز دامنی است. «تونیس» مستقیماً به ایده اجتماع پرداخته و آن را در تقابل با جامعه قرار داده است. برای او اجتماع اصل زندگی و امری طبیعی است، در حالی که جامعه امری مکانیکی و مصنوعی است؛ زیرا اجتماع را مبتنی بر روابط چهره به چهره، گرم و صمیمی و جامعه را مبتنی

بر روابط عقلانی، سودجویانه، خودخواهانه و سرد می‌داند. به همین دلیل ادعا می‌کند که بنیادهای اساسی جامعه بر زندگی اجتماع‌گون بنا شده که نیروهای مدرنیته آن را به سمت امری بیگانه از اجتماع یعنی جامعه سوق می‌دهند. (همان)

در مقابل «دورکیم» استدلال می‌کند فردگرایی فایده‌گرایانه (Utilitarian Individualism) و روابط اجتماعی مکانیکی مدنظر تونیس مشخصه ذاتی «جامعه» نیست. از نظر دورکیم زندگی در گروه‌های بزرگ همان‌قدر طبیعی است که زندگی در ابعاد کوچک آن. وی نمی‌پذیرد که فردگرایی، سود، تنوع و تکرر لزوماً زیان‌بار هستند. مسئله او این است که کدام نوع نظم اخلاقی قادر است مشکلات عصر مدرن را مرتفع کند (دورکیم، ۱۳۸۱).

دورکیم تلقی نوینی از اجتماع دارد و آن را خاص جامعه مدرن می‌داند. او این اجتماعات را در قالب اصناف و گروه‌های حرفه‌ای می‌بیند که موجب نوعی اخلاق حرفه‌ای هستند که موجب هنجارمندی اخلاقی می‌شوند و این همه از تقسیم کار برمی‌آید.

از نظر او همبستگی جوامع مدرن، همبستگی ارگانیک و طبیعی است که در متن تفاوت‌پذیری اجتماعی (Social Differentiation) و شکل‌بندی چارچوب‌های بزرگ‌تر به دست می‌آید. تفاوت‌پذیری وقتی می‌تواند منجر به انسجام شود که انواع متفاوت گروه‌بندی‌ها اجازه ظهور یافته باشند تا افراد را دربرگیرند. این گروه‌بندی‌ها هنجارهای جمعی و ارزش‌های اجتماعی را فراهم می‌آورند. از این‌رو همبستگی ارگانیک مبناي اجتماعات نوینی است که در شکل انتزاعی بازنمایی جمعی بیان می‌شوند. در گذشته این اجتماعات مبتنی بر مذهب بودند، اما امروزه بسته به نوع جامعه مبتنی بر اصول متکثری هستند.

از این منظر اجتماع برخلاف نظر تونیس نه تنها امری سنتی نیست، بلکه بر اساس مباحث دورکیم کاملاً مدرن است. از اینجا رویکرد آن دسته که اجتماع را

امری سنتی، ازدست‌رفته و نابودشده در مناسبات مدرنیته می‌دانند، نفی می‌شود. بر این اساس اجتماع هنوز امری پویا و زنده است که از قضا در واکنش شرایط مدرنیته متأخر (Late Modernity) حیات دوباره یافته است. افزایش فردگرایی در جامعه پاره‌پاره و ازهم‌گسیخته مدرن میلی شدید برای جست‌وجوی اجتماع به مثابه پدیده‌ای برای احساس تعلق، ریشه‌داشتن و کسب هویت را برانگیخته است. (همان) اجتماعات نوین برخلاف اجتماعات کهن، تنها براساس مذهب یا محلّیت نیستند. اجتماعات معاصر ذاتاً اجتماعات ارتباطی (Communicative Community) بر پایه تعلقات نوین‌اند؛ این تعلقات می‌توانند مبتنی بر مذهب، ملیت، قومیت، زبان، سبک زندگی، جنسیت، علایق و سلاقی مشترک فرهنگی و اجتماعی باشند. این در حالی است که قلمرو یا محدوده جغرافیایی مشخص برای آنها متصور نیست. دو تلقی (سرزمینی (قلمروی) و غیرسرزمینی) از اجتماع وجود دارد.

آنچه وجود دارد اینکه اجتماعات می‌توانند مخرب یا سازنده، محافظه‌کار یا رادیکال، کوچک یا بزرگ، مرتجع یا مترقی، محلی یا جهانی، سست یا محکم، سنتی یا مدرن و حتی پست‌مدرن باشند. آنچه رویکردهای مختلف در این زمینه را به هم مربوط می‌کند، اجتماع به مثابه ایده احساس تعلق و احساس ریشه‌داربودن در جامعه مدرن است.

اجتماع نوین بسیار متأثر از فناوری‌های ارتباطی امروزی است و آنچه «اجتماع ارتباطی» نامیده شده ناظر بر همین ایده است و از این‌رو تعلق به اجتماعات از قیود سنتی مذهب و خانواده رها شده و روش‌ها و انواع متفاوتی را پیش‌رو دارد. فرد در جامعه مدرن متعلق به یک اجتماع نیست، بلکه در چندین نوع از آنها که احتمالاً درهم تداخل دارند، عضویت دارد و ورود و خروج به این اجتماعات بسیار راحت‌تر از گذشته است. لازم به ذکر است که فردگرایی جامعه مدرن منافی مشارکت و پیوستن به اجتماعات گوناگون نیست،

زیرا:

- اول: مشارکت فعال در اجتماعات متنوع نیازمند خودهای فردی‌شده برای تفکیک حوزه‌های مختلف استعدادهای انسانی و درک آگاهانه تمایل به حمایت از اهداف و ارزش‌های جمعی است.

- دوم: چنانکه دورکیم می‌گوید، انسان‌ها به اختیار وارد این اجتماعات می‌شوند و نه اجبار ناشی از نظارت یا توقع اجتماعی. اجتماع و عضویت در آن نوعی مقاومت است؛ مقاومت در برابر فرورفتن در گرداب فراگیر اکثریت که هویت فردی و اجتماعی را درهم می‌شکند.

جماعت‌گرایان (Communitarianist) اجتماع را برای مقابله با زیاده‌روی لیبرالیسم و فردگرایی افراطی آن مورد تأکید قرار می‌دهند. مباحث این دسته بر مبانی مفهومی چندفرهنگ‌باوران (Multiculturalist) متکی است که به رسمیت‌شناختن تفاوت، نفی هرگونه اعمال فشار برای همسان‌سازی، گشایش فرصت و امکان دستیابی به برابری سیاسی و فرهنگی برای اجتماعات، از آن دست است. چندفرهنگ‌گرایی در کشورهای مختلف در بسترهای متفاوتی مطرح می‌شود؛ در آمریکا نسبت به تبعیض نژادی و رنگ پوست، در استرالیا و کانادا در رابطه با مسائل مهاجران و در ایران در مورد قومیت‌ها موضوعیت می‌یابد (کریمی، ۱۳۸۵). به واسطه رویارویی جوامع متکثر با مسائل مرزبندی هویتی و تشّتت فرهنگی، چندفرهنگ‌باوری و تکثرگرایی به مثابه راهکاری ناگزیر مورد توجه قرار گرفته است. در انتقاد به این رویکرد گفته‌اند که به واگرایی دامن زده و یکپارچگی ملی و سرزمینی را تهدید می‌کند. در ادامه تا آنجا که این رویکرد و انتقاد از آن به موضوع این نوشته مربوط می‌شود، مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

رادیو و جامعه

رویکرد تاریخی به رسانه‌های ارتباط جمعی مشعر بر آن است که تلاش‌های معطوف به استفاده از فناوری ارتباطی در فرایند توسعه ابتدا با استفاده از رادیو

آغاز شد و هنوز هم این رسانه ارزان بیشتر از سایر رسانه‌ها در پروژه‌های فرهنگی، اجتماعی یا اقتصادی دارای مشروعیت و مورد اعتماد است. (ستاری، ۱۳۸۱)

گروهی معتقدند رادیو رسانه فرداست که شکوفا خواهد شد. در واقع رادیو پس از فراز و فرودی آشکارا در دوره سوم حیات خود مجدداً احیا شده و مورد توجه قرار گرفته است. به دلایلی که رادیو را از سایر رسانه‌ها متمایز می‌کند، این رسانه بیشتر مورد اعتماد روشنفکران است و به این دلیل که زبان را به مثابه ابزاری قوی برای ارتباط و اثرگذاری در اختیار دارد، اثری بیش از رسانه‌های تصویری برجای می‌گذارد. از این‌رو رسانه خلاقیت است و مانند تلویزیون با تصویر راه را بر تخیل نمی‌بندد. (خجسته، ۱۳۸۰)

رادیو در جامعه به منزله یک نهاد عمل می‌کند و بر بستری از ارزش‌های بنیادین مانند آزادی، نظم، عدالت خبری، ارزش‌دهی و احترام به مخاطب فعالیت می‌کند. به این لحاظ رادیو ابزار حمایت از شهروندان و محمل اعتماد آنهاست. تأمین عدالت اطلاعاتی جز از طریق تنوع کانال‌ها و قالب‌های رادیویی میسر نمی‌شود. این تنوع به گشایش فضای گفت‌وگو، تعامل، گسترش و تحکیم فضای عمومی که ثمره آن دسترسی آزاد به اطلاعات و تربیت شهروند است، منجر می‌شود (کیا، ۱۳۸۱). از این منظر تکثر به خودی خود عامل واگرایی نیست، بلکه بستر سیاسی، فرهنگی و در اصل سیاست‌های فرهنگی و رویکردهای کلان آن را مشخص می‌کنند. در این راستا به لحاظ تخصصی گسترش



معطوف به حفظ انسجام، سرگرمی، تعلق خاطر و هویت‌بخشی بوده است.

رادیو جماعتی در تلقی فناورانه، رادیویی با برد محدود، تجهیزات ساده و کم قدرت است که برای یک منطقه جغرافیایی خاص برنامه پخش می‌کند (والبوئنا، ۱۹۹۳). تلقی فناورانه از رادیو جماعتی نادیده گرفتن ابعاد بااهمیت و کارکردی آن است، از این رو چندان مورد توجه نیست.

در تلقی توسعه‌ای که گفتمانی پر قدرت در باب رادیو جماعتی است، رادیو جماعتی رسانه‌ای تطابق‌یافته و متناسب برای استفاده از سوی اجتماعات است که در آن، اجتماع برای پخش برنامه تصمیم می‌گیرد و اعمال می‌کند. این نوع رسانه‌ها برای اعضای اجتماع امکان دسترسی به اطلاعات آموزشی و سرگرمی را فراهم می‌کنند و از طریق اجتماع اداره، برنامه‌ریزی، مدیریت و اجرا می‌شوند.

این رادیو تجلی اجتماع است، نه اینکه برای اجتماع باشد؛ در اینجا رابطه متقابل و مشارکتی است، تبادل ایده‌ها و شنیده‌هاست، نه انتقال از یک منبع به دیگری (بریگن، ۱۹۸۱). تأکید بر ساختار دموکراتیک، مشارکتی و باز این رادیو در تولید و پخش برنامه است. جلب مشارکت محلی در اجرای برنامه‌های توسعه بیرونی از مهم‌ترین نقش‌هایی است که بر عهده رادیو جماعتی گذاشته شده است. این رویکرد طرفداران زیادی دارد و بر خبررسانی، اطلاع‌رسانی، آموزش، جلب مشارکت، و حضور نزدیک و تماس با اعضای اجتماع تأکید دارد.

در تلقی رسانه‌ای، رادیو جماعتی را،

نفوذ رادیو و احیای آن به کشف حوزه‌های خاص رادیو و توجه به تکثر و تقسیم کار برنامه‌های رادیویی وابسته است. رادیو به منزله خرده‌نظام ارتباطی می‌تواند جایگاه و کارکرد اصیل خود را در جامعه بازیابی کند.

رادیو جماعتی

اگر چه بحث ما در مورد تاریخ رادیو جماعتی نیست، اما اشاره به آن ضروری به نظر می‌رسد؛ در باب تاریخچه رادیو جماعتی، در تعاریف آن اجماعی وجود ندارد. در دایرةالمعارف رادیو، اولین رادیوهای جماعتی، رادیوهای در اندازه‌های کوچک برای جمع‌های مشخص در شهر سیاتل ایالت واشنگتن (در سال ۱۹۶۲) معرفی شده‌اند (آرمسترانگ، ۲۰۰۴). اما برخی از صاحب‌نظران زادگاه آن را آمریکای جنوبی و کشور بولیوی و کلمبیا می‌دانند. در سال ۱۹۴۷ یک کشیش، رادیویی کوچک برای محله‌ای کشاورزی و دهقانی در کلمبیا راه‌اندازی کرد که بعدها به عنوان سلف رادیوهای جماعتی از آن یاد شد.

اگر چه جنبش رادیو جماعتی از آمریکای لاتین آغاز شد، اما در اروپا به عاملی مهم و جایگزینی برای بنگاه‌های خبری دولتی و خصوصی بزرگ تبدیل شد. (یونسکو، ۲۰۰۳)

از این‌رو رادیوهای جماعتی هم در کشورهای توسعه‌یافته و هم در کشورهای در حال توسعه مورد توجه و اقبال بوده‌اند. در کشورهای در حال توسعه طبعاً به عنوان ابزاری برای توسعه و تسهیل فرایند اجرای برنامه‌ها تلقی شده و در کشورهای پیشرفته

رادیو جماعتی همانند هر قالبی از فناوری رسانه‌ای اثرات و تبعات خاص خود را به همراه دارد که برای جلوگیری از افراط و تفریط در بازگویی آنها باید به دقت مورد واکاوی قرار گیرند. از جمله این مسائل بحث‌های مربوط به هویت اجتماعی، تأیید و پوشش تکثر موجود در جامعه و نسبت آن با انسجام اجتماعی و هویت ملی را می‌توان ذکر کرد.

رادیویی غیرانتفاعی (Not-For-Profit) در دنیای تجاری شده خبر می‌داند که هدف آن حفظ استقلال و خدمت به اجتماع است، نه تبلیغات تجاری (Advertising). (یونسکو، ۲۰۰۷).

در غالب تعاریف این نوع رادیو، بر غیرتجاری بودن آن تأکید شده است. منبع مالی این رادیو اعضا و کارمندان داوطلب و برخی نهادهای غیرانتفاعی ذکر شده‌اند. اگر چه این رادیو می‌تواند در توسعه اقتصادی و رونق تجارت اجتماع مد نظر شریک باشد، اما نمی‌تواند خود معطوف به کسب درآمد و جلب مخاطب از طریق و یا به خاطر تبلیغات باشد.

در وجه سیاسی، رادیو جماعتی راه، رادیویی مخفی و غیرقانونی گروه‌های مخالف می‌داند که سابقه آن به بریتانیا بازمی‌گردد. از این‌رو رادیو جماعتی در انگلیس معادل رادیوی مخفی و غیرقانونی است، اما در استرالیا، کانادا و آمریکا، رادیوهای جماعتی غیرانتفاعی و غیرتجاری هستند که در باند FM پخش می‌شوند (والبوئنا، ۱۹۹۳). از لحاظ سیاسی به رادیوهای جماعتی که از سوی ناراضیان سیاسی مورد استفاده قرار گرفته‌اند با دید عوامل خرابکاری پرداخته شده است. با این وصف این رادیوها ابتدا رادیوهای پنهان با ایستگاه‌های پخش سیار بودند؛ اما از طرفی این رادیوها از طرف نظام‌های سیاسی، به عنوان رسانه اقلیت‌ها و گروه‌های خاص به مثابه همراه رسانه ملی پذیرفته شده‌اند.

یونسکو از نهادهای بین‌المللی فعال در تحقیق، بررسی، راه‌اندازی، حمایت و اثرسنجی این رادیوها بوده است. تأکید یونسکو بر نقش‌آفرینی رادیو در فعالیت‌های توسعه‌ای و دموکراتیک است که از سوی خود اعضای محله و با به‌کارگیری رادیو در جهت دستیابی به اهدافشان انجام می‌شود. (یونسکو، ۲۰۰۷)

در این تلقی رادیو جماعتی ابزاری برای جلب مشارکت همه اعضای اجتماع است. رسانه‌ای برای گروه‌های حاشیه‌ای، صدای بی‌صداها (Voice of Voiceless) و تریبونی برای گروه‌های اقلیت به منظور درگیری و ورود آنها به فرایند تصمیم‌گیری، اجرا و حل مسائل خودشان است (فریزر، ۲۰۰۱). تلقی یونسکو در اینجا مشارکت‌دادن مردمان محلی در امور مربوط به خودشان، بیرون‌آوردن آنها از انفعال و بی‌تفاوتی، برانگیختن و ایجاد انگیزه و دمیدن نشاط و همدلی در جماعت‌های گرفتار فقر، حاشیه‌نشینی، سکون و رکود است.

با همین رویکرد، بیانیه «انجمن جهانی رادیو جماعتی» آن را چنین تعریف می‌کند: رادیو جماعتی به نیازهای اجتماع و جماعتی (محله‌ای) که در خدمت آن است، پاسخ می‌گوید. در یک چشم‌انداز رو به جلو و پیشروانه، به حمایت از تغییرات اجتماعی می‌پردازد و در امور محله و اجتماع مورد نظر مشارکت می‌کند. رادیو جماعتی برای ارتباطات دموکراتیزه از طریق مشارکت اجتماع در ابعاد مختلف فعالیت‌های رادیویی تلاش می‌کند. اگر چه این فعالیت ممکن است نسبت به شرایط و زمینه‌های اجتماعی متفاوت، اشکال مختلف به خود بگیرد. (کیوستد، ۱۹۹۳)

رادیو جماعتی مرزهای مشخصی با سایر

رادیو جماعتی یکی از رادیوهاست که امروزه از سوی دولت‌ها، سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی برای پیشبرد برنامه‌های توسعه‌ای و همچنین صلح، ثبات، آموزش و همگرایی مورد تأکید است.

رادیوها مانند «رادیو ملی» و «رادیو محلی» دارد. رادیو محلی می‌تواند یک فعالیت غیرمتمرکز اما در انحصار دولت داشته باشد. رادیو ملی سطح پوشش وسیعی دارد و تفاوت‌های اجتماعات را نادیده می‌گیرد و به ندرت می‌تواند نظر اقلیت‌ها یا حتی گروه‌های موجود در یک جامعه را پوشش دهد. رادیو جماعتی چنانکه از تعاریف برمی‌آید، چند مشخصه برجسته دارد که با آنها شناسایی می‌شود.

- اول: مشارکت اعضای اجتماع در تمامی مراحل اداره، مدیریت، اجرا، تصمیم‌گیری و برنامه‌سازی.

- دوم: دسترسی عمومی، که به معنی دسترسی همه اعضای اجتماع به خدمات ایستگاه رادیویی است.

- سوم: معطوف به مسائل محله و اجتماع مد نظر است و اولویت‌های برنامه‌اش بر اساس مسائل و مشکلات محله و اجتماع تعیین می‌شود. (فریزر، ۲۰۰۱)

اجتماع مد نظر ممکن است مکانی یا فرهنگی و اجتماعی باشد. اعضای اجتماع ممکن است با هم رابطهٔ چهره به چهره داشته باشند، یا حتی همدیگر را نشناسند. از این‌رو اسامی متعددی برای رادیو جماعتی باب شده است: از جمله رادیو آزاد (free) و مستقل (Independent)، مشارکتی (Participative)، جایگزین (AI-ternative)، متفاوت (Different). البته این اسامی دور از دقت و ظرافت‌اند. رادیو جماعتی از پنجاه سال پیش - یعنی از زمان تولد تاکنون - تحولات زیادی به خود دیده است و هنوز در حال تکامل است.

رادیو جماعتی در اروپا محصول فشار گروه‌های اقلیت (قومی یا فکری) بوده که به همراه آزادسازی قوانین در سیاست‌های دولتی، این رادیو را به وجود آورده‌اند. این رادیو در سوئد، دانمارک، بلژیک و هلند به سطحی از تجربه و پختگی رسیده و

در واقع پذیرفته شده است. در سوئیس، ایتالیا و فرانسه از طریق نادیده گرفتن و عبور از مرزهای بسته به وجود آمده‌اند. در بریتانیا جایگاهی مشکوک و بی‌ثبات دارند و در ایرلند چنانچه به نظر می‌رسد بازی را به رادیوهای تجاری واگذار خواهند کرد. (کیوستد، ۱۹۹۳)

کشورهای در حال توسعه نیز بسته به سطح توسعه سیاسی‌شان یا نقشی سطحی در برانگیختن مشارکت داشته‌اند (کلمبیا، دومینکن، کنیا، هند و پاکستان) و یا اینکه توانسته‌اند مشارکت گسترده، عمیق و وسیع مردمان اجتماع را برانگیزند (رادیو سریلانکا و رادیو بومیان استرالیا). (همان) دو مدل در رادیو جماعتی قابل اجراست که مورد توجه واقع شده است: اول مدل تهیه برنامه جماعتی (محل‌های) که در آن رادیو جماعتی همکار سیستم بزرگ‌تر است. تولیدکنندگان برنامه به محله مراجعه می‌کنند و در مورد اجتماع برنامه تهیه کرده تا از ایستگاه‌های منطقه‌ای یا ملی پخش شود. در اینجا رادیوی جماعتی مکمل سیستم رسانه‌ای فراگیر و ملی است.

در مدل دوم، رادیو در خود محله یا اجتماع مستقر است و در ارتباط نزدیک با جماعتی محدود است که امکان دسترسی مستقیم به رادیو را دارند. در اینجا رادیو می‌تواند فراتر از پخش برنامه، بانی حرکت‌ها و فعالیت‌هایی برای همگرایی و وفاق در سطح اجتماع شده و تبدیل به جزئی از حیات روزمره شود. (همان)

از این‌رو رادیو جماعتی در تضاد با رسانه محلی، ملی و جهانی نیست. این رادیو در تضاد با تمرکزگرایی، شهرگرایی، خاص‌گرایی و به‌حاشیه‌راندن اقلیت‌هاست. شاخصه‌های اصلی رادیو جماعتی را می‌توان چنین خلاصه کرد:

- تلقی‌شوندگان به مثابه شخصیت اول

داستان

- تعهد به فرهنگ محله و اجتماع هدف
- احترام به دسترسی عمومی و مشارکت
- اعضای محله و اجتماع (فرصت‌های برابر)
- استقلال اعضای هیئت مدیره، مالکان و سردبیران (تعهد به اجتماع، نه دولت و سرمایه‌داران)

- بیان دیدگاه‌های متنوع و متفاوت
- گروه‌های مختلف محله و اجتماع
- درگیر کردن اقلیت‌ها و گروه‌های حاشیه‌ای

کارکردهای رادیو جماعتی نیز بر اساس جامعه مورد نظر، قوانین و مقررات رسانه‌ای و سیاسی قابل انعطاف است، اما به لحاظ نظری می‌توان کارکردهای زیر را برای رادیو جماعتی برشمرد:

- انعکاس و ارتقای فرهنگ، شخصیت و هویت جماعتی (محل‌های)

- ایجاد تنوع صداها، آواها، آرا و عقاید در امواج رادیویی

- تولید برنامه‌ها با مضامین مبتنی بر نیازها و اولویت‌های اجتماع

- تشویق دیالوگ دوطرفه و فرایندهای دموکراتیک

- ترغیب توسعه و تغییر اجتماعی
- کمک به تثبیت جامعه مدنی

- کمک به ارتقای حکمرانی، به سمت حکمرانی مطلوب

رادیو جماعتی به منزله
رسانه اجتماعات می‌تواند
در کنار اوصاف اجتماعی
و فرهنگی جامعه ایران،
در خدمت تقویت و تحکیم
انسجام و تعدیل و تلطیف
موانع این امر قرار گیرد.

- نمایندگی گروه‌های مختلف و فراموش شده
- ایجاد تنوع در الگوهای ارتباطی
- مشارکت و توسعه منابع انسانی از طریق آموزش و بازآموزی
- تشویق مشارکت، تسهیم اطلاعات، اختراعات و نوآوری‌ها (فریزر، ۲۰۰۱).

مدیریت تأمین هزینه و محتوا در رادیو جماعتی

رادیو جماعتی با مدیریتی غیرمتمرکز و مشارکتی اداره شده و این فرایند از سوی عاملان، فاعلان و مخاطبان این رسانه انجام می‌شود. مدیریت این قالب رادیویی برخلاف ایستگاه‌های رسمی، تحت سرپرستی و اختیار اجتماع است. معمولاً یک کمیته یا هیئت رئیسه به نمایندگی از اجتماع و اصناف مختلف برای تعیین سیاست‌های کلان انتخاب می‌شوند، اما اعمال روزانه رادیو از اجتماع گرفته و به مدیریت ایستگاه منتقل می‌شود. (همان)

مدیریت این رادیو باز، مشارکتی، سیال و مبتنی بر اولویت‌های اجتماع است. از این‌رو مدیریت بر پایه اداره و مدیریت NGO تفویض اختیار به اعضای اجتماع است. رادیو جماعتی در واقع مانند یک می‌شود (تایبنگ، ۲۰۰۲). مدیریت در این رادیو رهبرمحور نبوده و به دنبال سلطه نیست. شیوه آن گفت‌وگو و روش آن نقد است. (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶)

مالکیت رادیو جماعتی اغلب متعلق به گروه، سازمان، بنیاد یا تعاونی برخاسته از اجتماع یا چیزی شبیه به این نهادهاست. در مواردی هم مالکیت آن می‌تواند متعلق به شخصیت حقیقی یا حقوقی بیرون از اجتماع بوده اما امکانات آن را برای استفاده مستقل و مخصوص در اختیار اجتماع قرار داده است. (فریزر، ۲۰۰۱)

در همین راستا رادیو جماعتی در امور مالی مانند یک سازمان غیرانتفاعی عمل

می‌کند و متکی بر منابع مالی متنوع مانند هدایا، کمک مالی، حق عضویت اعضا، حامی مالی خاص را شامل می‌شود. در هر حال نباید استقلال و تعهد رادیو به جماعت مخدوش شود. این رادیوها کم هزینه هستند و از آنجا که عاملان آن اعضای افتخاری‌اند، هزینه آنها بسیار پایین و از سوی اجتماع قابل تأمین است.

محتوای رادیو جماعتی به لحاظ تولید برنامه و مطالب محتوایی از دولت مرکزی، احزاب سیاسی، نهادهای مذهبی و بنگاه‌های اقتصادی مستقل است؛ اگرچه می‌توانند در همه این زمینه‌ها برنامه تهیه کنند. مسئله اینجاست که تنها در خدمت یکی از این نهادها نباشد. محتوای این دسته از رادیوها در مورد مسائل مربوط به جماعت، گروه یا انجمن هدف است. از این رو بررسی سیاست‌های کلان و اخبار و اطلاعات این حوزه و اطلاع‌رسانی تخصصی، از اصلی‌ترین مطالب محتوایی این رادیو هستند. رادیو جماعتی بر مبنای زمینه حرفه‌ای خود کار می‌کند و از آنجا که آوای جماعت، هدف است به مثابه انجمن‌های واسط و میانی و روابط بین گروه‌ها و سیاست‌گذاران عمل می‌کنند و در چارچوب سیاست‌های فرهنگی کلان به منزله صدایی برای گروه خود تلقی می‌شوند. البته این مباحث می‌توانند در تمام قالب‌های برنامه‌ای مانند خبر، گزارش، مصاحبه، میزگرد، نمایشنامه و داستان ارائه شوند.

رادیو جماعتی، هویت اجتماعی و ملی

رادیو جماعتی همانند هر قالبی از فناوری رسانه‌ای اثرات و تبعات خاص خود را به همراه دارد که برای جلوگیری از افراط و تفریط در بازگویی آنها باید به دقت مورد واکاوی قرار گیرند. از جمله این مسائل بحث‌های مربوط به هویت اجتماعی، تأیید و پوشش تکثر موجود در جامعه و نسبت آن با انسجام اجتماعی و هویت ملی را می‌توان ذکر کرد.

زندگی اجتماعی انسان بدون وجود راهی برای دانستن اینکه دیگران کیستند و

بدون نوعی درک از اینکه خود ما کیستیم غیرقابل تصور است. هر نوع پاسخ به این پرسش که از رویکردهای متنوع، متفاوت خواهد بود، معطوف به تعریف هویت است. در یک تلقی کلی هویت دو معنا را در خود نهفته دارد: شباهت و تفاوت. تفاوت با دیگران هویت فردی (من فاعلی) و شباهت با دیگران هویت اجتماعی (من مفعولی) است. در هویت فردی (Personal Identity) فرد خود را براساس معیارهای شخصی و محیط کوچکی که شامل خانواده و دوستان است درک می‌کند. هویت اجتماعی (Social Identity) مبتنی بر شباهت درون‌گروهی جمعی از افراد و تمایز بین گروهی است؛ مانند هویت نژادی، مذهبی، قومی، شغلی، به طوری که در کنار هر اجتماع می‌توان از یک هویت جمعی بحث کرد. (ورچل، ۱۹۹۸)

عضویت در اجتماع تولید تعهد می‌کند و در اجتماعی کردن افراد نقشی کلیدی دارد. همین تعلق به هویت‌های اجتماعی متعدد حلقه پیوند فرد به سطوح بالاتر هویت، از جمله هویت ملی هستند. هویت ملی برخلاف هویت اجتماعی، یکسان و منحصر به فرد است؛ یعنی هر فرد یک هویت ملی بیشتر ندارد. جمع هویت فردی و اجتماعی در ذیل مؤلفه‌های مشترک فراگیر فرهنگی، هویت ملی است (احمدی، ۱۳۸۳). از این رو هویت‌های اجتماعی و هویت ملی یکدیگر را دفع نکرده و رابطه آنها یکسویه و هم‌مونیکی نیست، بلکه رابطه تعاملی و تکمیل‌کننده با هم دارند.

هویت اجتماعی از لحاظ جامعه‌شناختی مقدم بر هویت ملی است. هویت اجتماعی به مثابه حلقه‌های واسط نهادهای کلان به منزله عناصر انسجام‌بخش به سیستم

در جوامع تمایز یافته عمل می‌کنند. تنوع جماعات و گروه‌ها می‌تواند به تمایزپذیری کارکردی و هنجارمندی حرفه‌ای در میان جماعات و در نهایت جامعه منجر شود. در نظام‌های پیچیده تمایز یافته، اجتماعی کردن و انتقال ارزش‌ها و هنجارها به عهده اجتماعات حرفه‌ای و تخصصی از این دست است. تمایزپذیری از نظر دورکیم با اندازه و شدت روابط اجتماعی در ارتباط است. (ویث ونات، ۲۰۰۲)

در هر جامعه اجتماعات زیادی وجود دارد و اگر یک جامعه دارای اجتماع نباشد فرو خواهد پاشید. اجتماع یعنی «ما» و بحث بر سر این است که آن بزرگترین «ما» که می‌خواهد «ما»های کوچک را در خود جای دهد چیست؟ آن بزرگترین «ما» را در جامعه‌شناسی اجتماع جامعه‌ای و در علوم سیاسی اجتماع ملی (National Community) می‌نامند.

جامعه متشکل از اجتماعات بی‌شمار است و نباید اجتماع جدای از جامعه مورد بررسی قرار گیرد. خانواده یک اجتماع از نوع طبیعی است، مذهب یک اجتماع از نوع فکری عقیدتی است. اجتماع ملی یک «ما»ی بزرگ است که باید بتواند «ما»های کوچک را در خود جای دهد. یک وجه «ما»ی ملی رابطه است. رابطه در حالت کلی ذیل جامعه مدنی مطرح می‌شود و اگر بخواهیم انسجام جامعه را تقویت کنیم، به ناچار باید بین ماهای کوچک آن رابطه به وجود آوریم. ایجاد رابطه نیز مستلزم پذیرش تکثر و تنوع اجتماعات و مجال دادن به آنها برای خودابرازی و خودتحقیق است. همبستگی ملی که سطحی بالاتر از وفاق اجتماعی است عبارت است از احساس تعلق خاطر

مشترک افراد به اجتماع ملی یا آن «ما»ی بزرگی که به افراد هویت جمعی می‌دهد. ما در جامعه دو نوع هویت داریم: نخست هویت فردی که از نقش‌هایمان حاصل می‌شود و مرا از سایرین جدا می‌کند و دوم هویتی که باعث عضویت در ماهای مختلف اعم از اولیه، ثانویه، رسمی و غیررسمی می‌شود. بعد از این مرحله باید به مفهوم انسجام اجتماعی که دربرگیرنده هر دو مفهوم وفاق اجتماعی و همبستگی اجتماعی است، عطف نظر کنیم.

انسجام اجتماعی دو بعد دارد: همبستگی اجتماعی و انسجام نظام‌مند. همبستگی اجتماعی اشاره به بعد نرم‌افزاری انسجام دارد و انسجام نظام‌مند با تلقی سخت‌افزاری ارتباط و وابستگی اجزای نظام اجتماعی در سطوح و ابعاد مختلف شامل ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را دربر می‌گیرد که می‌تواند در سطوح خرد و کلان مطرح باشد (چلبی، ۱۳۷۸)

با این اوصاف به لحاظ جامعه‌شناختی، وحدت فرهنگی ایران و حفظ هویت ملی، همبستگی اجتماعی و همگرایی ملی نه در نفی اجتماعات و گونه‌گونی هویت‌ها که در به‌رسمیت‌شناختن آنها و میدان‌دادن به آنان برای ابراز هویت و ایفای نقش در میدان فرهنگی ایران است. به زبان جامعه‌شناختی نهادها و اجتماعات رسمی، اجتماعات بینابینی جامعه‌ای و اجتماعات غیررسمی مؤلفه‌های شکل‌دهنده جامعه هستند. لذا هویت‌های فردی، اجتماعی و ملی در تعامل سازنده و مکمل با یکدیگر هستند و ترجیح هر یک و تأکید بر آن بدون توجه به سایر وجوه هویتی ضربه به انسجام و همبستگی اجتماعی محسوب

می‌شود. در ایران به دلیل بی‌توجهی به هویت‌های میانی و تأکید بر هویت‌های کلان ملی و دینی در قبل و بعد از انقلاب جامعه دچار بحران هویت اجتماعی و ضعف انسجام است. از همین‌روست که هویت‌های خاص‌گرایانه ناخواسته تقویت شده و جامعه را به سمت واگرایی کشانده‌اند. از این جهت رادیوهای جماعتی با مؤلفه‌هایی که اشاره شد، هم به مثابه نهادهای اجتماعی واسط و هم به منزله رسانه این اجتماعات راهکاری نیرومند برای پوشش تکثر موجود در جامعه و تمایزپذیری اجتماعی و بسط گروه‌های بینابینی برای تقویت انسجام اجتماعی هستند.

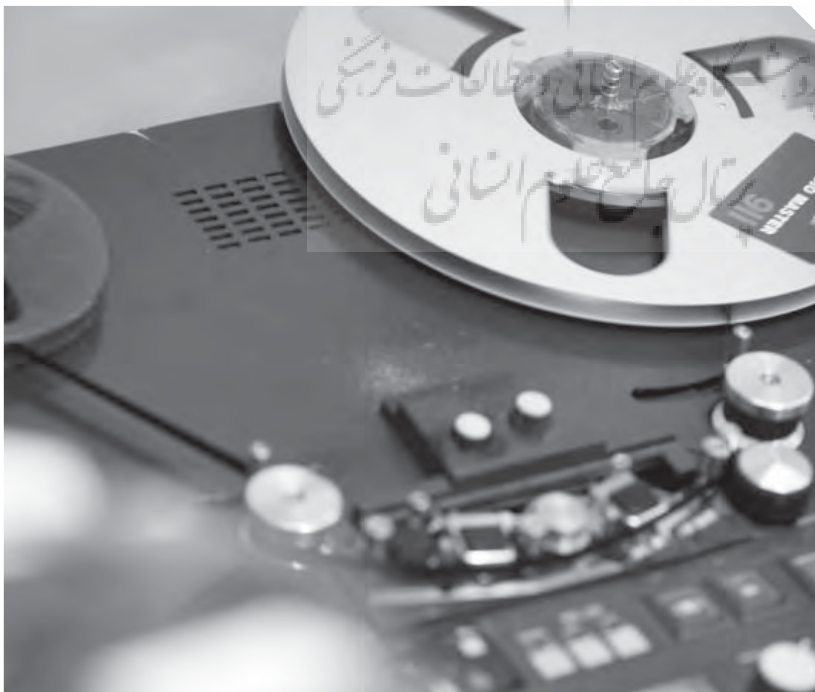
چنانچه در بحث اجتماع اشاره شد، این اجتماعات می‌توانند قلمروی، فرهنگی،

قومی، شغلی، حرفه‌ای، صنفی و جنسی باشند. رادیو جماعتی در وجه رسانه‌ای به تنوع مطالب و محتوا و کانال‌های ارتباطی، در وجه جامعه‌شناختی معطوف به بسط اجتماعات میانی برای تعدیل هویت‌های خاص‌گرایانه و در بعد سیاسی به تلطیف هویت‌های ایدئولوژیک و سیاسی تحمیلی معطوف هستند. از این منظر این قالب از رادیوها علاوه بر آنکه هویت‌های خاص‌گرای واگرایانه را تعدیل خواهند کرد، در خدمت انسجام‌بخشی و همگرایی اجتماعی هستند.

رادیو جماعتی؛ تأثیرات و تبعات

رادیو جماعتی همچون هر رسانه دیگر بالذات، اثری در خود نهفته ندارد که به هر کجا که وارد شد پیامدهای معینی داشته باشد. از این منظر این معینی هر کجا که وارد شد پیامدهای معینی داشته باشد. از انتقادهایی که به رادیو

رادیو جماعتی همچون هر رسانه دیگر بالذات، اثری در خود نهفته ندارد که به هر کجا که وارد شد پیامدهای معینی داشته باشد. از انتقادهایی که به رادیو جماعتی وارد می‌کنند این است که به تکثر دامن می‌زند و خاص‌گرایی را در مقابل عام‌گرایی تقویت کرده و جامعه را به واگرایی می‌کشاند.



جماعتی وارد می‌کنند این است که به تکثر دامن می‌زند و خاص‌گرایی را در مقابل عام‌گرایی تقویت کرده و جامعه را به واگرایی می‌کشاند. واقعیت این است که کژکارکرد رسانه‌ها ناشی از نقص در مناسبات اجتماعی به مثابه عنصری از فناوری اجتماعی است. از این رو اثر رسانه‌ها را باید در ذیل دو مفهوم «اثرات» و «تبعات» مورد بررسی قرار داد. اثرات به تغییرات مستقیم ناشی از حضور رسانه در یک جامعه اشاره دارد که باید اثبات شود آیا واقعاً حضور رسانه موجب این مسئله بوده است؛ اما تبعات، ناشی از حضور رسانه در دل مناسبات اجتماعی است که راجع به فرهنگ است تا فناوری. از این رو اگر اطلاعات بیشتر که به واسطه حضور فناوری در اختیار اعضای جامعه قرار گرفته منجر به سرگشتگی شود، مقصر فناوری رسانه نیست؛ این همان چیزی است که باید به مثابه تبعات یک فناوری در مورد رسانه‌ها با احتیاط بیشتر مورد توجه و تأمل قرار گیرد. اثرات رسانه‌ها با تبعات آنها متفاوت است و تبعات آنها با فرهنگ یک جامعه در ارتباط و اختلاط مداوم (منتظر قائم، ۱۳۷۸). از این منظر فرهنگ جامعه و مناسبات اجتماعی آن در به کارکرد یا کژکارکرد رادیو جماعتی اثر مهمی دارند که باید مد نظر قرار گیرند. به این لحاظ جامعه ایران نیازمند کندوکاو مسائل فرهنگی برای استفاده از فناوری رسانه رادیو جماعتی است. بدین وسیله این رادیو به تکثر دامن نمی‌زند، بلکه تکثر موجود در جامعه را پوشش می‌دهد. لذا تعیین اثر قالب‌های رسانه‌ای نوین نیازمند تعمق بیشتر در مناسبات فرهنگی جامعه است و پویایی فرهنگی، حفظ هویت در مقابل جریانات بیرونی جز از این مسیر، میسر نخواهد بود.

چارچوب مفهومی

چنانچه اشاره شد، بحث از رسانه با هر مختصاتی، بدون توجه به نظام اجتماعی ناقص و نارسا خواهد بود. رسانه‌ها در بسستر فرهنگی و اجتماعی جامعه فعالیت می‌کنند و اثرات و تبعات آنها به قامت

نظام اجتماعی هر جامعه‌ای برآزنده خواهد بود. از این رو گاه برخی اثرات که به رسانه‌ها نسبت داده می‌شود، در خصایص جامعه نهفته بوده و در واقع رسانه در ترکیب با مناسبات اجتماعی، موجب تبعاتی گاه ناشناخته است.

رادیو نیز از این قاعده مستثنی نیست و رادیو جماعتی به مثابه شکلی خاص از رادیو به طریق اولی در تعامل با مناسبات اجتماعی است. در مورد رادیو جماعتی، جایگاه و اثرات و تبعات آن رجوع به نظام مناسبات اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد. این مناسبات اجتماعی به گونه‌ای عینی شامل فناوری اجتماعی و نظام رسانه‌ای است. فناوری اجتماعی، ارزش‌ها، هنجارها، نهادهای دانشگاه، خانواده، نظام خویشاوندی، اوقات فراغت و سایر نهادهای فرهنگی را دربر می‌گیرد. رادیو جماعتی از این منظر باید در رابطه با این عناصر مورد بررسی قرار گیرد. این رادیو با این اوصاف در یک جامعه ممکن است گام بلندی در جهت توسعه اجتماعی باشد و یا به عکس. از سویی نظام رسانه‌ای و اینکه با کدام یک از مدل‌های هنجاری تعبیه شده است نیز باید در این تحلیل لحاظ شود. رادیو جماعتی به منزله رسانه اجتماعات می‌تواند در کنار اوصاف اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران در خدمت تقویت و تحکیم انسجام و تعدیل و تلطیف موانع این امر قرار گیرد. در جامعه ایران اجتماعات رسمی و غیررسمی بسیار فربه و گسترده هستند به گونه‌ای که عرصه را بر نهادهای بینابینی اجتماعی تنگ کرده‌اند. رادیو جماعتی می‌تواند به بسط اجتماعات بینابینی (مدنی)، مانند اجتماعات مدنی مبتنی بر علائق مشترک یاری دهد و با پرورش این نهادهای واسط اثر اجتماعات رسمی را تعدیل کند و همچنین اجتماعات غیررسمی پرقوت خاص‌گرایانه مانند خانواده، قوم، ایل و تبار را در نهادهای میانی ادغام نماید. بسط این اجتماعات فرهنگی، سیاسی، اجتماعی به تعدیل خصلت هویتی شخصی و قومی می‌انجامد و هویت افراد را با عضویت آنها در اجتماعات واسط تعدیل می‌کند.

عضویت در اجتماعات متعددی از این دست به اجتماع جامعه‌ای عام (Societal Community) که اجتماع اجتماعات است، منجر می‌شود و فرد با ادغام در اجتماع جامعه‌ای در پیوندی ارگانیک با اجتماع که تجلی انسجام اجتماعی است، قرار می‌گیرد. در چنین حالتی مخاطبان رادیو و یا همان اعضای اجتماعات، مخاطبان توده‌ای نخواهند بود. چنین انسجامی همان همبستگی ارگانیک مد نظر دورکیم است که در آن اعضای اجتماع با تعلق به اخلاق اجتماعی عام در پیوندی بسیار محکم‌تر از مناسبات جامعه توده‌ای قرار می‌گیرند. نمای شماتیک روابط عناصر و مؤلفه‌های اجتماعی و جایگاه رادیو جماعتی در آن را می‌توان به شکل روبه‌رو نشان داد.

رادیو جماعتی و همبستگی

اجتماعی با نگاهی به شرایط ایران

جامعه ایران به واسطه حرکت به سمت توسعه ناچار باید با اثرات و مسائل آن درگیر شود. در این مسیر گاه مناسبات سنتی با الزامات توسعه در تعارض قرار می‌گیرند و مشکلات یک جامعه در حال توسعه مانند ایران از همین جا آغاز می‌شود.

جامعه ایران به مثابه جامعه‌ای در حال گذار فاقد رویکرد هویتی کلان، سرشار از نزاع‌های هویتی یک جامعه پساانقلابی، فاقد انسجام حتی در سطوح دولتی و حکومتی (کچوییان، ۱۳۷۴) هر چه بیشتر نیازمند هویت‌بخشی و تأکید بر مبانی انسجام‌بخش است.

ایران امروزه در بعد انسجامی دچار مشکلات جدی و تناقضات آسیب‌زاست. به طوری که حتی این مسئله نیز در کلام صاحبان امر به وضوح مشهود است. صاحب‌نظران نیز در بحث‌هایی نظیر نظم، انسجام، توسعه اجتماعی، هویت و اعتماد اجتماعی به مشکلات جامعه ایرانی اشارات مکرر داشته‌اند (عبداللهی، ۱۳۸۲؛ پیران، ۱۳۸۲؛ کچوییان، ۱۳۷۴؛ خانیکی، ۱۳۸۳؛ احمدی، ۱۳۸۳؛ ستاری، ۱۳۸۰؛ چلبی، ۱۳۸۱).

در ایران اجتماعات طبیعی و غیررسمی که با تعلقات شدید و عاطفی همراه‌اند،



راهکار صاحب‌نظران با دیدگاه‌های مختلف برای برون‌رفت از وضعیت موجود به منظور حرکت به سوی وضعیت مطلوب و کاهش آسیب‌ها، تقویت نهادهای واسطه اجتماعی است که ایران نیازمند آنهاست. با این اوصاف به نظر می‌رسد، رادیو در ایران برای اثرگذاری و در این مورد برای هویت‌بخشی و تقویت انسجام اجتماعی باید به سمت تقاضاهای محلی کوچک مقیاس با زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی گام بردارد. وقتی ساختار اجتماعی کشوری مانند ایران چندقومیتی و به لحاظ

همانا بسط و تحکیم اجتماعات میانی برای تثبیت اجتماع جامعه‌ای عام در وضعیت امروز ایران است (عبداللهی، ۱۳۸۲). تقویت و گروه‌های هویتی به عنوان بستر توانمندسازی و به مثابه سدی در برابر NGO، نهادهای مدنی آسیب‌های جهانی‌سازی در ایران، راهکار برون‌رفت از وضعیت نابرابر و یکسویه است. توسعه اجتماعی مفهومی است که ذیل آن، کاهش اثرات جهانی‌سازی و مناسبات سرمایه‌داری بی‌مهار پیگیری می‌شود. (پیران، ۱۳۸۲)

تعیین‌کننده خاص‌گرایی‌های اجتماعات هستند. از طرفی اجتماعات رسمی مانند سازمان‌ها که غیرطبیعی با روابط سرد و عاطفی‌اند، تحت تأثیر تعلقات خاص‌گرایانه مورد تهدید هستند؛ به این معنی که ضوابط و مناسبات آنها از طریق مناسبات خانوادگی و قومی تضعیف می‌شوند. از سویی اجتماعات بینابینی و واسطه بسیار ضعیف‌اند و همین ضعف حلقه واسطه منشأ آنومی، کژکارکردها و آسیب‌های بی‌شماری است که جامعه ایران درگیر آنهاست. راهکار برون‌رفت از وضع موجود

جغرافیایی پراکنده است، رسانه رادیو باید توجه خود را به سطح محلی و منطقه‌ای متمرکز کند. رسانه‌ها باید تنوع قومی، زبانی و فرهنگی را پوشش دهند تا بتوانند با کارکرد رسانه‌های سنتی مانند مساجد منطبق شوند. کارکرد رسانه‌های این کشور (آموزش، سرگرمی، اطلاع‌رسانی و القای پیام) باید بر پایه اولویت‌های محلی و منطقه‌ای باشد. از این رو وظیفه رسانه‌های محلی در درازمدت پیوند بحث‌های سیاسی خرد و محلی به مباحث ملی و کلان است. (ریون، ۲۰۰۱)

با این تفاسیر رادیو جماعتی به عنوان گام بلندی در جذب مخاطبان در اجتماعات هویت‌بخش متکثر است. رادیو جماعتی به این لحاظ که بر نظم مبتنی بر تکثر تأکید دارد و نظم بر اساس تشابه‌پذیری در احساس، اندیشه و عمل را نفی می‌کند، شدت روابط خاص گرایانه را تعدیل می‌کند و هویت‌های متکثر را پوشش می‌دهد. از این رو که تعارضات و تضادهای اجتماعی و سیاسی را پوشش و به نحو مسالمت‌آمیزی منعکس می‌کند، با فناوری اجتماعی ایران سازگارتر است، هویت‌های اجتماعی را به اجتماع جامعه‌ای پیوند می‌زند و واسط میان نیروهای اجتماعی خرد و کلان است؛ از این لحاظ که اجتماعات میانی و واسط را تقویت کرده و نقش رسانه آنها را بازی می‌کند. از این رو که مشارکت اعضای اجتماع را جلب می‌کند و آنها را از حالت انفعال و بی‌تفاوتی بیرون می‌آورد، و همچنین مبتنی بر تحلیل مخاطب نوین است، گزینه برتر در قالب و محتوای رادیو، برای کارکردهای مورد اشاره، خاص هویت‌بخشی و تقویت انسجام اجتماعی است (افخمی، ۱۳۸۵). رادیو جماعتی را می‌توان با سایت‌های پررونق اینترنتی مقایسه کرد و به نتایج جالب توجهی دست یافت. مجال دیگر می‌طلبد اما اشاره به آن خالی از فایده نیست و آن اینکه تمام این مقاله را می‌توان با توجه به مسائل کلان‌شهرها، بحران هویت، سازماندهی توده‌ای و آسیب‌های گریبان‌گیر آنها بازخوانی کرد.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶). رادیو پاتوق. سخنرانی در سمینار رادیو، حال و آینده، تهران: اداره کل پژوهش‌های رادیو.
- احمدی، حمید (۱۳۸۲). هویت و قومیت در ایران، مجموعه مقالات هویت در ایران. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- افخمی، حسین (۱۳۸۵). ارتباطات سیاسی، تقریرات کلاس ارتباطات سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی.
- پیران، پرویز (۱۳۸۲). جهانی‌سازی و توسعه اجتماعی، مجموعه مقالات همایش سیاست‌ها و مدیریت برنامه‌های رشد و توسعه در ایران، تهران: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۱). بررسی تجربی نظام شخصیت در ایران، تهران: مؤسسه پژوهشی فرهنگ هنر و ارتباطات.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم، تهران: نی.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۸). «میزگرد وفاق اجتماعی»، فصلنامه مطالعات ملی، سال اول، شماره ۱.
- خانیکی، هادی (۱۳۸۳). هویت و گفتمان‌های هویتی در ایران، مجموعه مقالات هویت در ایران، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و جهاد دانشگاهی.
- خجسته، حسن (۱۳۸۰). درآمدی بر جامعه‌شناسی رادیو، تهران: اداره کل پژوهش‌های رادیو.
- دورکیم، امیل (۱۳۸۱). درباره تقسیم کار اجتماعی، ترجمه باقر بهرام، تهران: مرکز.
- ستاری، جلال (۱۳۸۰). هویت ملی و هویت فرهنگی، تهران: مرکز.
- ستاری، سجاد (۱۳۸۱). تحلیل سیستماتیک و توضیح کارکردی رسانه رادیو، تهران: اداره کل پژوهش‌های رادیو.
- عبداللهی، محمد (۱۳۸۲). مفهوم توسعه اجتماعی، مجموعه مقالات همایش سیاست‌ها و مدیریت برنامه‌های رشد و توسعه در ایران، تهران: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- کجوییان، حسین (۱۳۷۴). تطورات گفتمان‌های هویتی ایران، تهران: نی.
- کیا، علی‌اصغر (۱۳۸۱). نقش و کارکرد رادیو در نظام اجتماعی، تهران: اداره کل پژوهش‌های رادیو.
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۷۸). ارتباطات در جهان سوم، تقریرات کلاس ارتباطات و جهان سوم، دانشگاه تهران.
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۴). «مصاحبه در باب

رادیو»، مجموعه رادیو، حال و آینده، تهران: اداره کل پژوهش‌های صدا.

- Armstrong, David (2004), " Community Radio " ,In: Encyclopedia of Radio, London: Routledge.
- Berrigan, Frazer (1979), Community communication, Reports and Paper on Mass Communication, UNESCO. No 90.
- Delanty, Gerard (2003), Community, London: Routledge.
- Frazer, Colin and Sonia Restrepo Estrado (2001), Community Radio Handbook,unesco.
- Keirstead, Phillip and Sonia kay keirstead (1993), Many Faces of Community Radio, In: Mahaweli Community Radio, ed. Victort, Valboena. AMIC: Singapore
- Rawan, Shir Mohammad (2001), "Interaction Between Traditional Communication and Modern Media: Implication For Social Change in Iran and Pakistan ", In Mass media, politics and society in the middle East, ed. by kai Hafez, New Jersey: Hampton press.
- Tabing, Louie (2002), How to do community Radio, New Delhi: unesco.
- Unesco (2007), 14 Definition of Community Radio, www.unesco.org
- Unesco (2003), Legislation on Community Radio Broadcasting, unesco.
- Valboena, victor.T (1993), Mahaweli Community Radio, AMIC: Singapore
- Viswanath, k. (2000) " Ethnic Media in the United States",Mass ommunication and Society.3(1)
- Worchel, s and et al (1998), Social Identity, London: Sage.

برگرفته از: فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات.