



# رادیوهای محلی

● دکتر حسن خجسته  
معاون صدا

همچنین صدای خیلی زیر زنان تقریباً غیرقابل استفاده است. اگر صداها را بر روی طیفی تقسیم کنیم، تعداد زیادی از مردان در صدای بم قرار دارند و تعداد زیادی از زنان در طرف دیگر طیف؛ یعنی امر بسیار نادر است که اگر صدای مردانه زیر باشد و صدای زنانه بم، ضمن این که طبق تئوری «گوس» و منحنی طبیعی، اکثریت جامعه مردان یا زنان در میانه طیف قرار دارند. پیدا کردن صدای مردانه بم کامل و صدای مردانه نزدیک به زیر، همچنین صدای زنانه زیر کامل و صدای مردانه بم را می توان استثنا دانست. البته دیگر کیفیت های صدا از قبیل چگونگی تلفظ واج های زبان، کیفیت نسن صدا، انعطاف یا یکپارختی صدا، پرفنس یا کم پرفنس بودن گوینده و نظایر آن و چگونگی ترکیبشان می تواند انواع صداها را برای رادیو به وجود آورد و بر این همه، شیوه گویندگی را نیز باید اضافه کرد که از وجوه متمایز گویندگان صاحب شیوه است و مقلدان این گویندگان یا گویندگان معمولی را که نمی توانند شیوه خاصی داشته باشند، از دیگران مشخص می کند.

۲. قالب و شکل بخش برنامه نیز یکی از شاخص های تفاوت میان شبکه ها و رادیوهای مختلف است. این امر در دو زمینه قابل بررسی است. اول آن که شبکه رادیویی، مجموعه برنامه های خود را به چه شیوه ای پخش می کند، مثلاً اگر برنامه ای

مورد انتظار خود را از بحث بگیرند و مخاطب را با ارائه دلایل و شواهد عینی و واقعی که در معرض دید روزانه اوست و با در ذهنیت روزمره اش وجود دارد، به تمکین وادارند و این توفیق اندکی نیست، در حالی که شبکه های سراسری چنین فرصتی در اختیار ندارند، چون در یک گستره وسیع ملی، تجربیات فردی از موضوعات، بسیار متفاوت تر از سرآمد یک منطقه یا خرد فرهنگ خاص است. هنر شاعر، نویسنده، نقاش و هنرمندی تلاش می کند در بافت خود را موضوعات گوناگون را از طریق هنرش به مخاطبان و با طرقداران پرورشش عرضه کند تا با او همراهی و همدلی کند. این فرصت ایده آل برای شبکه های محلی سراسری فراهم است. موقعیت آماده تر است. تفاوت میان شبکه های مختلف و حتی نمای و تفاوت میان برنامه ها یا بخش های گوناگون در یک رادیو یا یک شبکه ناشی از سه چیز است.

۱. محتوا  
۲. قالب و شکل و شیوه انسانی  
۳. اطلاعات

۱. نوع صدا و کیفیت آن همیشه باید مورد توجه رادیو و برنامه سازان آن باشد. دستگاهها و میکروفون، از صدای مردان و زنان کیفیت های خاصی می طلبند، در غیر این صورت حاصلی جز مخاطب آزاری نخواهد داشت. صدای خیلی بم مردان و

رادیوهای محلی چه هستند؟ ضرورت وجود آنها چیست؟ چه تفاوتی میان آنها و شبکه های سراسری رادیو باید وجود داشته باشد تا یک رادیو، محلی محسوب شود، و یا به عبارت دیگر، عوامل و عناصر متفاوت میان رادیو محلی و رادیو سراسری چیست؟ امروزه در دنیا شاید بیش از هزاران شبکه رادیویی (اعم از سراسری یا محلی و منطقه ای) وجود داشته باشد. به نظر می رسد خیلی از آنها توانسته و یا نخواسته اند در جایگاه واقعی خود قرار گیرند و خدمات لازم را به مخاطبان خویش عرضه کنند.

رادیوهای محلی در مقایسه با رادیوهای سراسری از یک جهت ضعیفند، اما از جهت دیگر، مزیت های بیشتری دارند. ضعف رادیوهای محلی در پوشش جمعیتی آنها نسبت به رادیوهای سراسری است. رادیوهای محلی پوشش محدود منطقه ای یا جمعیتی دارند و نمی توانند و نباید پیام خود را برای تمام مردم یک کشور ارسال کنند، در غیر این صورت محلی نخواهند بود. اما مزیت های آنها نسبت به شبکه های سراسری در این است که آنها می توانند به سهولت از شیوه های تلفیقی در طرح مطالب استفاده کنند و مخاطبان خود را در حسد عالی (نزدیک به احساس)، به افتخار و ایجاب وادارند، یعنی آنها می توانند در هر موضوع و زمینه ای از گستره عام شروع کنند و در حوزه خاص محل و منطقه که آشناسی همگان است، وارد شوند و نتیجه



زنده یا تولیدی بخش شود متکی به موسیقی است یا برپایه کلام و سخن است؛ گوینده این‌ساده است یا نشسته یعنی برنامه با حالت تشدد و سرعت بخش می‌شود پس آرام و پکنواست؟

همچنین می‌توانیم در هر شبکه یا رادیو همین مقایسه را میان برنامه‌ها انجام دهیم؛ آیا نمایش است یا نغمه؛ شعر و سرود است یا نثر و موسیقی؛ افکت و کلام است یا افکت و موسیقی؛ گزارش است یا روخوانی؛ اجرا است یا گویندگی و...؟

## رادیوهای محلی باید هویتی کشف کنند که فرد را با خصوصیات محلی‌اش از دیگر افراد با دیگر خصوصیات محلی و منطقه‌ای متمایز می‌کند

۳- تفاوت دیگر برنامه‌های رادیو یا شبکه در نوع اطلاعات آنهاست. اطلاعات پهنه گسترده و وسیعی است که از جهات مختلف می‌تواند مورد توجه باشد؛ مثلاً از حیث درست یا غلط بودن، مهم یا کم‌اهمیت بودن، قابل اعتماد یا غیرقابل اعتماد بودن، قابل قبول یا غیر قابل قبول بودن، (دکتر علی رضانیا، ۱۳۷۶، ص ۱۱۸)

در حال حاضر میان شبکه‌های رادیویی کمتر می‌توان بر تفاوت صدانگیز کرد و با توجه به آن، تفاوت آشکار و روشنی میان شبکه‌ها ایجاد کرد. تشابه و تجانس صداها از جهات مختلف و آهنگ‌ها و شیوه‌های اجرای مشابه، فرصت چندانی برای تشخیص طنین و مزیت‌خواهی شبکه‌ها نسبت به یکدیگر به وجود نمی‌آوردند؛ البته از چند صدای خاص یا شیوه اجرای متفاوت برخی، باید صرف نظر کرد. تعدادی از این صداها خاص‌اند، اساس یک اجرایی ویژه، و مخصوص به خود ندارند برخی دیگر، برای خود سبک و شیوه اجرایی

خاص دارند؛ اما از نعمت ویژه بودن صدا برخوردار نیستند. بنابراین در حال حاضر شبکه‌های رادیویی و رادیوهای محلی کمتر می‌توانند بر این تفاوت و تمایز توجه کنند؛ هر چند ضروری است به دنبال این تمایز که اتفاقاً بسیار معنادار نیز هست، باشند.

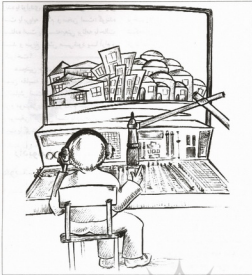
در مجموع تفاوت در قالب و فرم برنامه‌های شبکه‌های سراسری و رادیوهای محلی بسیار محدود است؛ اما رادیوهای را باید کاملاً متمایز از تمام شبکه‌ها و رادیوها دانست. رول و راحتی در فرم و شکل بخش برنامه‌ها و پکنواختی دانته، که البته به دلیل استفاده از موسیقی با کلام آن را دل‌گیر کرده و مزید بر آن، قطع زمان‌بندی شده برنامه برای بخش خبری، امتیاز دیگری برای این تفاوت‌پذیری است. همچنین شبکه‌های قرآن و معارف که کلام محورند و در ارائه برنامه‌ها فاقد موسیقی‌اند، می‌توانند آنها را وسیله تمایز خود با دیگر رادیوها بدانند و مخاطبان آنها نیز بر همین اساس در اولین مرحله شنیدن برنامه، بدون توجه به طول موج، این شبکه‌ها را به خوبی تشخیص می‌دهند. اما تقریباً اکثر رادیوهای محلی فاقد این حداقل تفاوت و تمایز میان خود و شبکه‌های سراسری رادیو هستند. در واقع بیشتر، این شبکه‌های سراسری رادیو هستند که بین خود و رادیوهای محلی و مراکز تفاوت ایجاد می‌کنند. حتی شبکه فرهنگ رادیو تلاش می‌کند با بخش بیشتر موسیقی ایرانی و کلاسیک، تفاوت ظاهری خود را با دیگر شبکه‌های رادیویی بیشتر کند. شبکه جوان و شبکه ورزش نیز با شبکه پر موضوع خاص‌ش تمایز بین خود و دیگر شبکه‌ها و رادیوهای محلی را ایجاد می‌کنند.

تفاوت نوع میان رادیوها، اطلاعات عرضه‌شده آنها به مخاطبان است. این اطلاعات جدا از ویژگی‌های عمومی است که قبلاً برشمرديم. این اطلاعات را می‌توان بر روی طیفی تصور کرد که یک سر آن، اطلاعات خام و کمتر قابل استفاده و بدون پردازش است (مانند داده‌های که استفاده از آنها نیاز به پردازش و تفسیر دارد) و سر دیگر این طیف خبیر است که

لزش خاصی دارد.

به نظر می‌رسد که رادیوهای محلی با تکیه بر عنصر پسر ظرفیت اطلاعات، می‌توانند تفاوتی جدی بین خود و دیگر رادیوها ایجاد و آنبوه مشتاقان را به خود جذب کنند. این تفاوت، مهم‌ترین و اساسی‌ترین مزیت رادیوهای محلی نسبت به رادیوهای سراسری است. رادیوهای محلی برای استفاده از خبر ظرفیت ممتاز و ویژه‌ای دارند. زیرا در این وضعیت رادیو از مزیتی برخوردار است که دیگر رسانه‌ها فاقد آن هستند و کشف این مزیت به تدریج بعد از به وجود آمدن رادیوهای محلی و منطقه‌ای صورت گرفت و آن، این بود که رسانه رادیو یک لایه چینه جدید بر روی دیواره خبر به وجود آورد که عبارت است از: خبر مربوط به حوادث و رویدادهایی که خیلی نزدیک و گذرا و ناپایدارند؛ یعنی وقایع و رخدادهایی که وقتی بخواهند از روزنامه‌ها سرردیاب شوند، خیلی کهنه و مرده تلقی می‌شوند و به همین جهت است که روزنامه‌ها به‌طور معمول از آن صرف‌نظر می‌کنند؛ مانند خبر راه پندان آزادامسا و خیابانها، وقوع یک تصادف، مده گرفتگی در یک فرودگاه و نظایر آن (آندرو کریسل، ص ۴۰)

در صورتی که شبکه‌های محلی می‌توانند به‌وفور از این لایه و چینه جدید خبری استفاده کنند و مخاطبان خود را از محیط بی‌ارموسی به سرعت مطلع سازند. رادیوهای از این امکان خبری استفاده نسبتاً خوبی می‌کنند، چون از این نوع خبرها و وقایع در شهر تهران بیشتر از اینهاست که قابلیت استفاده در رادیو دارد و شنوندگان این رادیو سه شیدن آنها علاقه‌مندند. تجربه‌های چندین سال قبل رادیو تهران مؤید این امر است. در برنامه صبحگاهی این رادیو با استفاده از امکانات مرکز کنترل ترافیک، نسرخ و شماره پلاک ماشین‌هایی که تخلف راننده آن به مشاهد رانندگان شده بود، اعلام می‌شد. اگرچه این امر می‌توانست برای پلیس مشکل‌ساز شود، اما از لحاظ رادیویی فقط نشر یک خبر نبود، بلکه خبری بود که علت و تفسیر آن نیز توانما



## یکی از مهم‌ترین وظایف رسانه‌های محلی، ایجاد و تحکیم پیوست‌های وحدت‌ساز میان جامعه محلی با جامعه ملی است.

دارند، زیرا تنوع و گستردگی و فراوانی خرده فرهنگ‌ها اجازه ورود به این حوزه را از یک شبکه سراسری سلب می‌کند، درحالی‌که این امر به راحتی در دسترس رادیوهای محلی قرار دارد، اما در رادیوهای محلی چگونه می‌توان از این ویژگی به طور ممتاز استفاده کرد؟

بی‌شک بخشی از اطلاعات می‌تواند در شکل خبرها و وقایع و رویدادهای محلی برای مخاطبان جذاب توجه باشد و نیاز آنها را به کتب اطلاعات از محیط، برآورده سازد، اما شاید لازم باشد رادیوهای محلی، نظیر رادیو کرج و رادیوهای مراکز کشور یا رادیوهای محلی، دوره‌های فراتر بگذرانند و به کشف اطلاعات جدیدی بپردازند که اگرچه پنهان است و دریافت و درک آن محتاج کنکاش و مذاکره فراوان است، اما در صورت دسترس و استفاده صحیح از آن بسیار کارآمد و تأثیرگذار خواهد بود و بر افزایش قدرت رادیوی محلی در میان سایر رادیوها و پراستلا عزت و مقبولیت آن در میسان

چنان بود که وسعت بخش برنامه اقتصادی تقریباً در اکثریت قریب به اتفاق طلافروش‌ها و گوشه و کنار بازار، صدای این شبکه رادیویی شنیده می‌شد. تماس‌های مکرر مسئولان عالی اقتصادی کشور با رادیو در آن زمان حاکی از تأثیر دو جانبه این بخش رادیو بود؛ یعنی هم بر کنترل افزایش نرخ ارز و طلا بر بازار مؤثر بود و هم بر دولت مردان تأثیر می‌گذاشت و آنها این کار رادیو را بسا جسدیت تعقیب می‌کردند. اگرچه این نوع اطلاعات قابل استفاده برای تمام کشور بود، اما حوزه واقعی تأثیر و نفوذ آن تهران و بازار تهران بود؛ لذا در آن دوره این شبکه توانست در نقش واقعی محلی خود قرار بگیرد. شبکه‌های سراسری بر حسب وظیفه و پوشش عوام مخاطبان، ناسازگارند در چارچوب فرهنگ عمومی و جامعه با گروه اجتماعی مسعود نقش‌سازنامه‌سازی کنند، بنابراین از توجه به خرده فرهنگ‌ها بسازمی‌مانند و با فرصت‌اندگی بسیاری آن

بخش می‌شد. از یک جهت ممکن بود برای آن کارکردی منفی در نظر گرفته شود و آن تضعیف نیروی پلیس بود که علی‌رغم مشخص شدن متخلف با آن برخورد قانونی نمی‌کند، ولی از جهتی می‌توانست مانع حرفی شدن و هنجاری شدن متخلف‌ها گردد و حتی پلیس می‌توانست از این امکان جدید رادیو در جهت تقویت خود و مبارزه با گسترش تخلف استفاده کند و مردم را به توان خود معطش سازد و متخلفان را از این قدرت بی‌مناک کند.

در طول چندین سال در برنامه اقتصادی این شبکه، نرخ ارز و طلا در خرید و فروش‌های بازار آزاد اعلام می‌شد. این خبر در آن دوران اهمیت فراوانی داشت، زیرا نوسان نرخ ارز و طلا بسیار زیاد بود. نحوه خبررسانی این رادیو به گونه‌ای بود که کاملاً بازار را تحت تأثیر قرار می‌داد. هر چند بازار تهران یک بازار ملی است ولی برای رادیو تهران یک بازار محلی مؤثرتر بر بازار ملی محسوب می‌شد. تأثیر این اخبار آن

مردم محل و منطقه تأثیر شگرفی برجای خواهد گذاشت. این موضوع با اهمیت عناصر خاص هویت اجتماعی مردم است. بسیاری مفهوم هویت اجتماعی تعاریف متفاوتی وجود دارد. ریچارد جن کیز معتقد است، این مفهوم به شیوه‌ای اطلاق می‌شود که افراد و جماعت‌ها در روابط اجتماعی را از افراد و جماعت‌های دیگر متمایز می‌کند. هویت اجتماعی اساس این مفهوم و معنی داری است بین افراد، بین جماعت‌ها و بین افراد و جماعت‌ها بر مبنای روابط شباهت و تمایز. پیتربگ بر این عقیده است که هویت، مجموعه‌ای از معانی است که برای خود در درون نقش اجتماعی یا موقعیت اجتماعی به کار گرفته می‌شود تا بیان کند چه کسی چه معنایی دارد. این مجموعه از معانی به عنوان معیار مابین رجوع برای چه کسی بودن خدمت می‌کنند. (اداره کل تحقیق و توسعه صدا، شماره ۱۲۴، ص ۶)

هویت اجتماعی، عبارت است از هویت فرد در جامعه. هویت فرد می‌تواند از طریق خیره‌هایی که شخص به آنها اعتماد دارد و عمل می‌کند، تعریف شود. حال باید دو موضوع را کاملا از هم جدا کنیم؛ اول آنکه این امر مراتب مختلف دارد یعنی از هویت فرد در داخل خانواده و تفاوت‌های جزئی که در نحوه رفتار او با دیگر اعضای خانواده وجود دارد، شروع می‌شود؛ چون هویتش در جامعه کل و کل جوامع، هرچه از محیط درونی و از مرکز به بیرون و حلقه‌های خارج می‌رود، تفاوت‌های جزئی محو می‌شوند و تفاوت‌های کلی‌تر خود را نشان می‌دهند و حتی فرد این تفاوت را در میان جامعه ملی خود و دیگر جوامع می‌تواند درک و ارزش گذاری کند.

بعضی از محققان مانند ماثول کاستلز هویت جمعی را تلاشی برای مقاومت در برابر تحمیل‌های محیطی می‌دانند. (عصر اطلاعات، ص ۲۳) بنابراین هرچه فشار فرهنگی بیرونی بیشتر باشد، زمینه هویت جمعی در درون بیشتر است؛ برای مثال نظریه که از هویت جهان سوم در دوره جنگ سرد وجود داشت عبارت بود از: تمایز قطعی از دو شبکه مترادف روابط

بین‌المللی، که مرکز آنها در واشنگتن و مسکو قرار دارد؛ یعنی کشورهایی که نسبتاً در حاشیه این دو جامعه امپرسی مرکزی قرار می‌گیرند. در نظریه‌ی که از هویت آنها بیان می‌شود، کشورهایی بی‌ثبات، فاقد حمایت عامه مردم، ظرفیت محدود در استخراج منابع، بسیج داخلی و بی‌خبری از آنچه در محدوده آنها می‌گذرد، بر اساس آنچه گفته شد، برخی از این کشورها به دنبال هویت جویسی جدیدی برای خود برآمدند تا به‌جای بی‌ثباتی، متصرف به ثبات شوند و به‌جای بی‌اعتمادی مردم مشهور به طرف اعتماد و اقبال عامه مردم حرکت کنند. (دیویس بی پاپرو، ص ۷۵)

رادیوهای محلی باید هویتی که فرد را با خصوصیات محلی‌اش از دیگر افراد با دیگر خصوصیات محلی و منطقه‌ای متمایز می‌کند، کشف کنند. ممکن است این عناصر و عوامل در مرحله اول آن‌قدر روشن

شود تا اداره جهان برای مدعیان این نظم به سهولت صورت گیرد.

دوم، عنصرها (عناصر) هویت‌ساز باید ظرفیت محلی و منطقه‌ای داشته باشد و در خارج از چارچوب فرهنگ مقبول و مشروع منطقه نباشد، در غیر این صورت همانند ورود عناصر فریبه‌ای به حوزه فرهنگ عمومی است که چون با شدت تلاش می‌کند از طریق رسانه نادر ساختار جامعه وارد شود، دو وضعیت پیش خواهد آمد؛ الف) جامعه از درک و پذیرش آن امتناع می‌کند. در واقع جامعه از پذیرش رادیوی محلی خودداری می‌کند و این ضرر و زیان سنگینی بر رسانه خواهد بود.

ب) جامعه آن را می‌پذیرد، ولی سبب می‌شود ساختار فرهنگی دچار تغییر شود. این تغییر در دیگر حوزه‌ها نیز مؤثر خواهد بود و معلوم نیست جامعه از این تغییر و تأثیر متعکس بگریزد، مگر این‌که ورود آن با

## رادیوهای محلی با تکیه بر عنصر پر ظرفیت اطلاعات می‌توانند تفاوتی جدی بین خود و دیگر رادیوها ایجاد و بر جذب هر چه بیشتر مخاطبان بیافزایند و انبوه مشتاقان را به‌خود جذب کنند.

آگاهی فلبی و برای ایجاد تغییرات مورد نظر محیطی صورت گرفته باشد.

طبعاً پذیرش مردم، معلوم ارزش‌ها و نیازهای مقبول و رایج خواهد بود و رد و انکار آن نیز بیشتر بر همین اساس است. سوم، همان‌طور که فرد به دنبال تمایز خود با دیگران است و ما نیز با این تمایزها افراد را تعریف می‌کنیم، این تمایز و تفاوت نیز میان جوامع وجود دارد. خود آنتی‌استان چارلز هورتون کولس می‌گوید: «جامعه چونان آینه‌ای است که ما می‌توانیم تمایز خود را با دیگران از نحوه رفتار آنها با خود بشناسیم» (سروس کولن، محسن تالاسی، ص ۱۳۷، ص ۶)

سورج هیرت می‌داند نیز کوشید تا از طریق تمایز گذاردن میسان مسن و خودم نظرهاش را روشن کند. (الیوس کوزر،

و آشکار باشد که از کاربرد کلمه کشف متعجب شود، اما این عوامل چندان ساده و آشکار نیستند که با نگاه اول آنها را بی‌نیوم برای استفاده از آنها برنامهریزی کنیم.

چرا کشف عوامل و عناصر هویت‌ساز مشکل است؟ در پاسخ به این سؤال باید گفت: اول، یکی از مهم‌ترین وظایف رسانه‌های محلی ایجاد و تحکیم پیوسته‌های وحدت‌ساز میان جامعه محلی با جامعه ملی است. یادآوری این نکته شاید ضروری باشد که امروزه برای تنظیم و تنسيق نظم مورد نظر جهانی، تلاش گسترده‌ای صورت می‌گیرد تا خسرده فرهنگ‌ها در رقابت تنازع‌آمیزی قرار گیرند و فرهنگ کل جامعه خاصیت عمومی و وحدت‌بخش خود را از دست بدهد و در هر کشور جزایر مختلفی تشکیل

بارسوس نیز این امر را در چهار مقوله سازگاری، دستیابی به هدف، یگانگی و حفظ الگوهای فرهنگی بیان کرده و آسیب‌هایی را که بر شخصیت و هویت اشخاص وارد می‌شود ناشی از بهم خوردن تعادل میان داده‌ها و ستاندها می‌داند که از مزاد یا نقصان یکی از آنها است. (کسی روشنه، عبدالحمین زرین‌کوب، ۱۳۷۶، ص ۱۸۸)

همچنان‌که هویت فرد در جامعه‌اش تعریف می‌شود، هویت جامعه نیز در مقایسه با دیگر جوامع و نمایزهای آن تبیین و تعریف می‌شود. بنابراین می‌توان چهار طبقه هویت‌جویی و شخصیت‌یابی برای فرد منظور کرد که فرد در این صورت خود را می‌تواند تعریف کند و بشناسد و بشناساند.

طبقه اول: فرد در میان گروه‌های پیرامونی، نظیر خانواده، گروه، همسالان و گروه‌های کار و سازمانی خود را تعریف می‌کند.

طبقه دوم: فرد در میان جامعه محلی. در این طبقه فرد تعریف و تمایز خود را در مقایسه با دیگر جوامع تبیین می‌کند؛ برای مثال، فرد ساکن یک شهر، در مقایسه یا حتی در مقابله با افراد دیگر شهرها از خود تعریفی به دست می‌آورد.

طبقه سوم: فرد در میان جامعه ملی. در این مرحله فرد تعریف و تمایز خود را براساس شاخص‌ها و پرونده‌هایی که در جامعه ملی دارد در مقایسه با دیگر جوامع بیان می‌کند؛ یعنی یک ایرانی در مقابل یک غیرایرانی. بنابراین ادراکی که فرد از خود دارد با ادراکی که از هویت افراد در دیگر جوامع دارد، به تقابل و مقایسه می‌پردازد و براساس معیارها و ارزش‌های پذیرفته شده، از خود تعریفی برتر یا فرودتر و با مساوی‌پایان می‌کند. به نظر این بخش هویت‌جویی از اساسی‌ترین و مسأله‌ترین مسأله در رقابت‌های ملی در شرایط جدید جهانی است.

طبقه چهارم: فرد در میان جامعه تمدنی است. ثلوری بر برخورد تمدن‌های ساموئل

هانتینگتون و گتنگوی تمدن‌ها در رویکرد متفاوت برای هویت‌جویی در این گستره است: «حتی مس‌توان تقسیم‌بندی‌های جغرافیایی در سطح جهان را نیز حوزه‌هایی برای بروز و تعیین هویت اجتماعی محسوب کرد؛ مثل تقسیم‌بندی جغرافیایی بر اساس قاره‌ها یا تقسیم‌بندی اقتصادی سیاسی شمال-جنوب و تقسیم‌بندی نژادی سیاه و سفید و نظایر آن.

البته هر چه حلقه‌های بیرونی به حلقه‌های مرکزی نزدیک‌تر می‌شود قدرت فرهنگی افزوده می‌گردد. قدرت فرهنگی

## در حال حاضر میان

### شبکه‌های رادیویی کمتر

### می‌توان بر تفاوت صدا

### تأکید کرد و با توجه به آن،

### تفاوت آشکار و روشنی

### میان شبکه‌ها ایجاد کرد.

### تشابه و تجانس صداها از

### جهت مختلف و آهنگ‌ها و

### شیوه‌های اجرای مشابه،

### فرصت چندانی برای

### تشخیص طلسمی و

### مزیت‌خواهی شبکه‌ها

### نسبت به یکدیگر به وجود

### نمی‌آورد.

عبارت است از: شدت تأثیر عناصر فرهنگی بر رفتار یک فرد که معلول عوامل مختلفی نظیر وسعت اشتراکات و روشن بودن اولویت‌ها است. به این دلیل جدا کردن عناصر هویتی در طبقاتی که برشعردیم، یک امر ذهنی است و فقط بیان مفهومی برای سهولت در درک اهمیت آن است و الا هویت فرد، ترکیبی از همه بازناب‌های طبقات و لایه‌های وجود اوست، در غیر این

صورت در مقابل جامعه و هر طبقه دچار آسیب‌های رفتاری خواهند شد که از شهادی محض تا افسردگی و از کنارگیری تا جامعه‌ستیزی می‌تواند ظهور پیدا کند.

در سپهر رسانه‌ای، رسانه‌های ملی آخرین حلقه را به عهده دارند و باید هویت ملی فرد را برای تعامل با نقلاب یا دیگر هویت‌ها تعریف و تقویت کنند. اما این تقویت تا حد زیادی مبتنی بر وجود عناصر مقوم در خرده فرهنگ‌هاست. هانتینگتون وقتی از جدال و تراج عناصر درون تمدنی صحبت می‌کند به‌معنی موضوع توجه دارد، بنابراین لازم است خرده‌فرهنگ‌ها را هر چه جدی‌تر در جهت قدرت و تعالی فرهنگ کل جامعه سازمان داد. از این جهت اهمیت رادیوهای محلی بیش از پیش است؛ یعنی باید به دو موضوع که ظاهراً متضاد است توجه کرد: تقویت فرهنگ ملی و تقویت هویت محلی. این تعارض مسأله تعارض نقش‌مادری است که از جهتی تقلید کامل و صحیح فرزند نوجوان و خود شیفته خویش را به عهده دارد و در عین حال تربیت و تعالی او را نیز باید در نظر بگیرد.

بنابراین اگر گفته می‌شود عناصر مقوم هویت‌های محلی در دنیای امروز باید کشف شود - طبق آنچه گفته شد - خلاف منطقی نیست. زبان، دین، ملیت، انقلاب اسلامی، عدالتخواهی، مبارزه با قدرتمندان جهانی، هوشمندی ایرانیان و چیزهایی نظیر آنه بیرونی‌ترین حلقه هویت‌سازی اجتماعی است؛ اما در هویت‌جویی‌ها و هویت‌یابی‌های محلی در واقع تبادل و بعضاً تقابل یک محل با منطقه یا دیگران موجب تشخیص‌ها و تمایزها و بعضاً تفاخرهاست. حال پایدار کردن عنصری که هم موجب تشخیص و تفاخر محلی شود و هم ابزار تقویت‌کننده فرهنگ ملی باشد و هم ابزار وجود و احراز هویت در مقابل فرهنگ‌های دیگر جوامع خارج از مرزهای ملی را موجب کرده، کاری ستودنی و البته سخت و پرزحمت است؛ برای مثال، در شهرستان کرج که به قول ساکنان، ۷۲ ملت است، عناصر درونی که مقوم شخصیت و هویت کرجی باشد بسیار نادر و کمیاب است؛ اما

مثلا در شهرستان یزد، اصفهان یا اردبیل این عناصر تا حد زیادی وجود دارد؛ مثلا تفاوت زبان و لهجه میان یزد و اصفهان و اردبیل از عناصر تمایز این مناطق با یکدیگر است، اما در کرج لهجه مسلمان وجود ندارد که افراد با آن لهجه یکدیگر را شناسایی کنند و یا به یک معنی تعیین هويت نمایند. البته باید دانست لهجه عامل تمایز است نه عامل تفاوت. ممکن است در یک منطقه و درون یک حوزه میان دو لهجه بر حسب عرف ارزش گذاری شده باشد؛ مثلا بین لهجه ترکی مردم تبریز و مراغه یا بین مردم نجف آباد و اصفهان ارزش گذاری معنی داری وجود داشته باشد، اما بین استان اصفهان و استان یزد لهجه نمی تواند ارزش خاصی را پدید آورد، مگر اینکه در فرهنگ ملی جامعه به دلایلی برای یکی از این لهجه ها ارزش خاص و فراگیری که مورد پذیرش عامه مردم باشد، وجود داشته باشد. یا در اصفهان و شیراز می تواند به بعضی از عوامل هويت تاریخی آن منطقه مانند سعدی و حافظ در شیراز، یا معماری های دوره صفویه در اصفهان شخص طلبی و هويت جویی کنند، ولی در کرج که شهری جدید است این عناصر وجود ندارد. یا در منطقه دیگری ممکن است عوامل تاریخی وجود داشته باشد که مردم هويت های تاریخی خود را در آن بیابند، اما این عوامل بیشتر محلی و منطقه ای باشد تا ملی و فراملی؛ یعنی بر اساس آن نمی تواند هويت خود را از دیگر هويت های ملی و فراملی متمایز و جدا کند. از این جهت ممکن است در صورتی که در شرایط خاصی قرار گیرد، دچار آسیب های رفتاری هويت جویی شود.

تقویت و آراستن مداوم هويت ملی، در گسری فعالیت های وسایلی ارتباط جمعی سراسری است؛ یعنی ارزش های عام و فراگیری در میان مردم و در محدوده جامعه ملی را باید شناسایی و

تقویت کند و مرزهای هويتي جامعه ملی را با دیگر جوامع پررنگ نماید. این پررنگی ناشی از هم رنگی آحاد مردم در پذیرش این عناصر فرهنگی است؛ درست مثل یک تصویر که از هزاران نقطه تشکیل شده باشد. اگر همه نقاط، یک رنگ باشند تصویر آمیخته از رنگی یک دست خواهد بود، ولی اگر دیگر رنگ ها را بپذیرفته باشند، یعنی ارزش های غیر را قبول کرده باشند، رنگ تصویر یک دست نخواهد بود و از فاصله دورتر کم رنگ دیده می شود. همان طور که قبلا گفته شد، شبکه های ملی موقوف به کشف عناصر و ارزش های مشترک باوزن و اهمیت بالایی هستند تا بتوانند بنسای هويت ملی را در مقابل هويت های دیگر ملیت ها پررنگ کنند تا افراد در دلبسته این شخصیت و هويت، احساس قدر و احترام کنند. اما شبکه های محلی می توانند به عناصر خاص منطقه خود تکیه کنند. این عناصر باید ویژگی های متمایز داشته باشند تا بتوانند قوام دهنده هويت منطقه ای باشند و همین طور وحدت ملی را تقویت کنند. از طرفی فرد بتواند شخصیت متمایز خود را در مقایسه یا استنباطی که از شخصیت های دیگر جوامع ملی دارد تعریف کند؛ شاید بتوان از تعریفی که بندیکت از شخصیت آلمانی دارد، در تبیین هويت ملی استفاده کرد. و وظیفه اصلی شبکه های سراسری را در این جهت تاحدی واضح تر بیان کرد. او مدعی بود که هر جامعه در میان زمینه های کلی استعداد های انسانی بخش محدودی از ویژگی ها را به عنوان آرم های فرهنگی برمیگزیند و مردم به تدریج آنها را مملکتی ذهن خود می کنند و در نتیجه این گزارش، همانندی های عامی در شیوه تفکر و رفتار هر جامعه ای پدید می آید و یا به عبارت دیگر هر جامعه دارای یک الگوی شخصیتی گروهی خاص خود می شود (دانیل پیتس، ص ۷۶) و از این جهت، شخصیت اساسی، ابزار و وسیله

موتری برای انسجام و وفای اجتماعی می شود. شبکه های محلی با تکیه بر این شخصیت اساسی و این هويت ملی باید نسبت به هويت جویی های منطقه ای که سبب تمایز منطق از یکدیگر می شوند، پاسخگو باشند و به برترین نیاز منطقه ای که در ناخود آگاه افراد وجود دارد و رفتار آنها را شدیداً تحت تاثیر قرار می دهد، رسیدگی کنند. بنسایر این بساید گفت؛ هويت جویی های محلی، آغازی بی پایان برای هر ادوایی محلی است.

### فهرست منابع :

- ۱- دانیل پیتس - فرد پلاگ - انسان شناسی فرهنگی - محسن تلای - انتشارات علمی - تهران، ۱۳۷۵.
  - ۲- دیوسی بی بابرو - استیوچن - عناصرین ساده و واقعیت های پیچیده امنیت ملی برای جهان سوم - برگرفته از مقالات کتاب امنیت ملی در جهان سوم - پژوهشگاه مطالعات راهبردی - ۱۳۷۹.
  - ۳- متوئل کسزف - عصر اطلاعات - احمد علی قلیان - آفتاب خاکیاز - نشر طرح نو - ۱۳.
  - ۴- تندرو کرایسل - بخش اخبار و وقایع روز از رادیو - معصومه عصام - اداره کل تحقیق و توسعه صدا - شماره پژوهش ۳۱۲ - شهریور ۱۳۸۰.
  - ۵- برس کوئل - درآمدی بر جامعه شناسی - محسن تلای - انتشارات فرهنگ معاصر - تهران، ۱۳۷۰.
  - ۶- لیدیس کوروز - زندگی اندیشه و بزرگان جامعه شناسی - محسن تلای - انتشارات علمی - تهران، ۱۳۷۰.
  - ۷- گسی روشه - نالکوت پارسوتز - عبدالعزیز زمین کوب - تهران - ۱۳۷۶.
  - ۸- لاشنرین ۱۲۲ - اداره کل تحقیق توسعه صدا - ۱۳۸۰.
- 9- <http://www.beaconschool.org/directs/history/socialidentity.html>

