

رادیوپيام

ساخته‌ای دنوسازی شهری

این مقاله برگرفته از مقاله عرضه شده در همایش «نقش رادیو و جایگاه آن در نظام نوین ارتباطات» است که متن کامل آن به زودی در کتاب همایش منتشر خواهد شد.

● دکتر تقی آزادارمکی
رئیس دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

رادیو پیام چه تناسبی با توسعه فرهنگی و اجتماعی شهری دارد؟ و آیا این رسانه توانسته است در این ارتباط گام مثبتی بردارد؟

برای پاسخ به این سؤالات دو پیش فرض وجود دارد:

پیش فرض اول که اعتقاد اجتماعی و جامعه‌شناسانه (نه سیاسی و ایدئولوژیک) است، می‌گوید: در تاریخ ایران چیزی باعنوان «شهر» - جایی که محل حضور فئودال‌ها و زمین‌داران و کشاورزان باشد- وجود ندارد. همچنین شهر که منشأ شکل‌گیری صنعت است موجودیت نیافته است. البته شهرهایی مانند ری قدیم، اصفهان، تبریز و... در تاریخ ایران شناخته شده‌اند اما از نوع شهرهای غربی نیستند و بعد از تحولات معاصر منشأ شکل‌گیری صنعت که به یک معنا ذات نوسازی و سرمایه‌داری است، نمی‌توانستند قرار بگیرند.

پیش فرض دیگر این است که رسانه های جدید در دوره معاصر نقش بسیار اساسی و عمده ای در شکل دهی و شکل گیری شهر و مسائل شهری داشته اند که در یک جا توانسته اند و می توانند در تولید و ساماندهی شهر مؤثر واقع شوند و در جای دیگر با وجود شهر و مسائل شهری در جهت رفع آن مؤثر واقع می شوند که این دو در ادامه هم قرار می گیرند.

سؤال اینجاست که آیا **رادیو پیام** به عنوان یک رسانه نسبتاً مستقل که (مستقل نسبی است چون در یک مجموعه ای به نام صداوسیما و در فرهنگ جمهوری اسلامی ایران تعریف شده) در کنار سایر رادیوها، **رادیو تهران**، **رادیو قرآن**، **رادیو فرهنگ** و شبکه های یک، دو و سه و چهار و پنج سیما در حال فعالیت است، توانسته است به عنوان یک رسانه دارای هویت مستقل، نقش جدی

درست است که در کلیت فعالیت های رادیو پیام موسیقی، خبر، خبر ترافیک شهری و... وجود دارد اما به نظر می آید اثرات ایجاد شده بیشتر کلی باشد و تنها مسئله ای که بدان دقت نمی شود توسعه فرهنگ اجتماعی شهر تهران است.

در طرح و ساماندهی زندگی شهری و شکل گیری شهروندی داشته باشد؛ یا اینکه مانند بسیاری از رسانه ها به عنوان یک پدیده فرهنگی - اجتماعی، در دوره معاصر برهم زننده نظم سنتی بوده و موفقیت کافی در استقرار نظم جدید نداشته است؟ آیا **رادیو پیام** توانسته است در فرض دوم محقق شود و آیا در منزلت و جایگاه ساماندهی زندگی شهری قرار گرفته است؟

در بررسی رابطه بین کارکردهای رسانه و نتایج توسعه فرهنگی و اجتماعی مشخص می شود که اگر رسانه را به طور کل و **رادیو پیام** را به طور خاص در نظر بگیرید، مشاهده می شود که این رسانه در جهت طرح اطلاعات جدید و معرفی جهان های اجتماعی جدید و متعدد و متفاوت و همچنین اهمیت دادن یا ندادن به مسائل خاص، طراحی شده است که این اهمیت می تواند تأکید بر یک مسئله خاص داشته یا نداشته باشد. به نظر می رسد این کارکرد از نوع دسته دوم و یا دسته سوم یا باز تعریف شده ای از کارکردهای اصلی رسانه هستند که ما آن را می شناسیم و طبیعی است که این انتظار وجود دارد که رسانه ای به نام **رادیو پیام** اثراتی در توسعه فرهنگی داشته باشد و نتایج این اثر، اول تغییر نگرش ها و ارزش ها است که به

اصطلاح نتیجه توزیع فرهنگ است.

دومین اثر آن طرح طبقات و انتظارات جدید است که به عنوان یک مؤلفه دیگر توزیع و توسعه فرهنگ است و سومین اثر نیز یک فرهنگ زیستی - اجتماعی جدید را طراحی می کند؛ یعنی یک تستی، یا ذائقه ای و یک درکی از زندگی اجتماعی جدید را این رسانه تولید می کند که خود پیوسته، وابسته و زمینه و متقارن است و همدیگر را تقریباً تأمین می کنند و اقداماتی را در سطح کلان ضروری ساخته و شکل گیری سازمان های جدیدی را ضروری می نماید. همچنین ضوابط اجتماعی جدید را تعیین و سامان می دهد که بعد از آن چیزی تحت عنوان انسان جدید را می سازد که رابطه بین انسان و رسانه و خیلی از پدیده های اجتماعی دیگر را تحت عنوان توسعه فرهنگی و اجتماعی توضیح می دهد.

به محض اینکه اطلاعات جدیدی وارد جامعه می شود و جهان های جدیدی شناسایی و مورد معرفی قرار می گیرد، مسائل جدیدی مطرح می شود که به سرعت موجب تغییر نگرش ها و ارزش ها می شود. با ظهور طبقات و انتظارات جدید، فرهنگ جدیدی در باب زندگی و زیست عرضه می شود و نظام معنایی جدیدی نیز مطرح می گردد و در حوزه های اجتماعی بحث روابط، سازمان ها و ساختارهای اجتماعی مطرح می شود و آنجا ضرورت ها یا تغییراتی را با خود توأم خواهد داشت که ورود رسانه به طور قطع موجب توسعه فرهنگی خواهد شد؛ یعنی اول توسعه فرهنگ، بعد توسعه اجتماع و بعد رسانه را فراهم می کند و بعد از آن تغییرات، سازمان های اجتماعی و روابط اجتماعی ایجاد می گردد.

فعالیت های عمده و اساسی رادیو پیام

به طور کلی فعالیت های عمده و اساسی **رادیو پیام** عبارتند از:

- خبررسانی که اول در سطح شهر تهران، بعد در سطح کشور و بعد هم در سطح منطقه و جهان صورت می گیرد
- پخش موسیقی که شامل موسیقی سنتی ایرانی، موسیقی

مذهبی و موسیقی پاپ ایرانی

- پخش آگهی های بازرگانی و تبلیغات

- پخش اخبار ترافیک شهر تهران و کل کشور

- و تأکید به مسائل زندگی شهری (مشکلات و مسائل شهرداری ها، مسکن، فرهنگ، زیست شهری...).

باتوجه به این مطلب، برنامه های **رادیو پیام** با سایر شبکه ها متفاوت است و مشاهده می شود که در این رادیو برنامه هایی نظیر: **برنامه خانواده**، **برنامه ارتش** و... را نداریم.

به هر حال همراه مسائل جدید، شکل های جدیدی هم برای بیان مسائل و مطالب ایجاد می شود؛ مثلاً شکل برنامه های ۱۵ دقیقه ای **رادیو پیام** که کوتاه و سریع است و به اختصار مطالب را

بیان می‌کند، به طوری که این نوع از برنامه‌سازی به حوزه سیما هم منتقل شده است.

نقش رادیو پیام در توسعه فرهنگی - اجتماعی

در مقایسه میان محتوای برنامه‌های رادیو پیام و انتظاراتی که از این رادیو در بحث توسعه فرهنگی و اجتماعی وجود دارد می‌توان گفت که آیا این دغدغه‌هایی که برای پژوهشگران در تأثیر بخشی رادیو پیام در توسعه فرهنگی و اجتماعی هست، برای رادیو و تلویزیون هم وجود دارد یا نه؟ و آیا برنامه‌هایی که پیرامون مسائل شهری و زندگی شهری تهیه می‌شود، ساختن شهرها و انسان مدرن و زندگی

ایجاد شده بیشتر کلی باشد و تنها مسئله‌ای که بدان دقت نمی‌شود توسعه فرهنگ اجتماعی شهر تهران است. دلیل آن هم این است که رادیو پیام به سرعت یک جنبه پیام‌رسانی پیدا کرده و درگیر آن شده است و خبرهایی که در شبکه‌های دیگر و رادیوهای دیگر دارید از آن هم می‌شنوید. مخاطبانی که مخاطب رادیو پیام هم نیستند به آن گوش می‌دهند و این یکی از مشکلاتی است که رسانه‌ها از قبل تاکنون داشته‌اند و آن هم «مخاطبان مزاحم» است. شبکه چهار که ایجاد می‌شود، بیننده شبکه پنج می‌شود بیننده شبکه چهار. در مورد رادیو پیام هم همین‌طور است. رادیو پیام برای یک نوع انسان و



در موسیقی‌ای که از این رادیو پخش می‌شود معمولاً حس غربت بسیار درد آور نسبت به آینده زندگی مدرن و یک حسرت بسیار ویران‌کننده نسبت به گذشته وجود دارد و این حالت در موسیقی و خبر رادیو پیام مشاهده می‌شود و کسی که مخاطب این رادیو است حسی عجیب و غریب نسبت به آینده و گذشته را تجربه می‌کند.

مدرن را مدنظر دارد؟ انتظار بنده به عنوان فردی خارج از مجموعه رادیو و تلویزیون این است که رادیو پیام این دغدغه را برای خود ایجاد کند و مسئله توسعه اجتماعی شهر تهران را دنبال نماید و اگر غیر از این باشد با رادیوهای دیگر هیچ تفاوتی نمی‌کند و فقط مانند تلویزیون، کتاب‌ها و سینما، یا دانشگاه‌ها، تغییر ارزش‌ها و ذائقه و نگرش‌ها را ایجاد کرده و الزاماتی را برای حکومت جامعه و فرد به وجود می‌آورد. اما این‌گونه فعالیت‌ها صرفاً کلی هستند و نتایج آن چندان مشخص و معلوم نمی‌شود زیرا در حوزه کل نظام اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران تعریف نشده است.

درست است که در کلیت فعالیت‌های رادیو پیام موسیقی، خبر، خبر ترافیک شهری و... وجود دارد اما به نظر می‌آید اثرات

برای یک زندگی و برای رفع یک نیاز ساخته شده، اما در آشپزخانه برای خانم خانه‌دار روشن است. مخاطبان مزاحم فشارهایی را ایجاد می‌کنند که باعث می‌شوند رسانه به سمت دیگری برود و کسی را که رسانه را برای اهداف خاصی تولید کرده مجبور به رفتن در مسیر دیگر می‌کنند و اینجا مخاطبانی که می‌توانستند با رسانه زندگی کنند (مخاطبان اصلی) فراموش می‌شوند.

مشکلی که وجود دارد این است که ما چیزی به نام شهر نداریم و رسانه می‌تواند در تولید شهر و ساماندهی زندگی شهری نقش داشته باشد. اما رادیو پیام کار اساسی خود را نادیده می‌گیرد و آن دستیابی به یک مفهومی به نام مفهوم زندگی شهری و انسان مدرن در ارتباط با زندگی شهری است و مسئله اصلی انسان مدرن و



در رادیو پیام زندگی و انسان شهری، اهمیت یافته و ساختارها، سازمان‌های این زندگی سامان می‌یابد و این زمان می‌توان از دریچه ترافیک به نقد و حل مشکلات و ساماندهی رسید اما متأسفانه مشکلی که اکنون با آن روبه‌رو هستیم، «فقدان مرکزیت» است.

معنای انسان بی‌دین و سکولار، بلکه به معنای انسان مدرنی است که قادر است معیشت، اقتصاد، سیاست، دموکراسی و مشارکت دینی را به خوبی بفهمد و ساماندهی نماید. این فهم و درک برای انسان مدرن در جمهوری اسلامی می‌تواند شکل بگیرد نه در یک جامعه سکولار غربی، اصولاً در درک انسان مدرن بلا تکلیفی وجود دارد؛ مثلاً مشخص نیست وقتی می‌گوییم انسان مدرن، منظور دقیقاً انسان شهری است و یا انسان در شهر است یا انسانی که برایش دموکراسی، ترافیک، نظافت و... دارای اهمیت است و یا همه اینها توأمان بایکدیگر است. بنابراین به شکلی بلا تکلیفی در تعریف انسان مدرن را می‌توان دید و می‌توان در این رادیو همه چیز را مشخص کرد و به مردم شناساند.

نکته آخر در ارتباط با مشکل فقدان مرکزیت این است که به مسائل شهری خصوصاً شهر تهران کم و نارسا پرداخته می‌شود. اینکه چرا بحث توسعه شهر تهران اهمیت بیشتری دارد به این علت است که اساساً تحولات اجتماعی معاصر، در گرو تحولات شهر تهران است و چنانچه رسانه‌ای بتواند فقط و فقط در شهر تهران متمرکز شود، می‌تواند نیرو و موتور برای اصلاحات اجتماعی، فرهنگی و توسعه‌ای محسوب گردد. به نظر من به این مسئله که تهران به‌عنوان یک مجموعه در نظر گرفته شود، کم توجه شده است و در حال حاضر نیز به خاطر اخبار مزاحم ملی-جهانی و اخبار مزاحم شهرهای دیگر این توجه کم‌رنگ‌تر شده است. در مجموع رادیو پیام یک رسانه فراتر از خودش شده است و عوامل مزاحمی از قبیل مخاطب مزاحم، خبر مزاحم و... را فراهم کرده و پرداختن به مسائل تهران را فراموش کرده و نقش آن را در توسعه فرهنگی اجتماعی کم اهمیت نموده است.

شهری؛ خانه، مسکن، زمان، پول، سرمایه‌گذاری و بازار و خیلی چیزهای دیگر است و رسانه‌ای مثل رادیو پیام هم نمی‌تواند همه آنها را پوشش دهد.

مثلاً رادیو پیام، از طریق اخبار ترافیک که یکی از راه‌های ورودی به زندگی شهری است، وارد می‌شود کما اینکه دانشگاه از طریق علم یا روحانیان از طریق مذهب وارد می‌شوند و هر کسی می‌خواهد به طریقی وارد زندگی شهری شود و به‌همین دلیل می‌خواهد آن را سامان داده و امکان زندگی مناسب را برای انسان و مأنوس شدن با آن را فراهم نماید. پس طبیعی است که ابزار اساسی رادیو پیام؛ ترافیک، اخبار ترافیک، همراه با موسیقی اطلاعات و وقایع و حوادث و... است و اصل را بر ورود به زندگی شهری قرار می‌دهد. در رادیو پیام زندگی و انسان شهری اهمیت یافته و ساختارها، سازمان‌های این زندگی سامان می‌یابد و این زمان می‌توان از دریچه ترافیک به نقد و حل مشکلات و ساماندهی رسید اما متأسفانه مشکلی که اکنون با آن روبه‌رو هستیم، «فقدان مرکزیت» است.

از طرف دیگر با ارائه حسی دوگانه در ارتباط با زندگی اجتماعی از سوی رادیو پیام مواجه هستیم و به‌طور مثال در موسیقی‌ای که از این رادیو پخش می‌شود معمولاً حس غربت بسیار دردآور نسبت به آینده زندگی مدرن و یک حسرت بسیار ویران‌کننده نسبت به گذشته وجود دارد و این حالت در موسیقی و خبر رادیو پیام مشاهده می‌شود و کسی که مخاطب این رادیو است حسی عجیب و غریب نسبت به آینده و گذشته را تجربه می‌کند.

آنچه برای اصحاب علوم اجتماعی مهم است بلا تکلیفی پدیده‌ای به‌عنوان انسان مدرن است. انسان مدرن مدنظر من نه به