

راديو جماعتى و انسجام اجتماعى

عبدالحسين كلانتارى*

محمد فرهادى**

چكیده

این مقاله به دنبال كاوش نسبت «راديو جماعتى» و «انسجام اجتماعى» در ايران است. پس از طرح مسئله، اجتماع را ایده‌اى مهم در تحولات اجتماعى دنيای امروز ارزيايى کرده و ضرورت آن را برای ايران معاصر تبیین می‌کند و بعد از آن راديو جماعتى، اوصاف، کارکردها، ویژگیها و نقش آن در این فرايند را شرح می‌دهد. چارچوب مفهومی مقاله، جایگاه راديو جماعتى در مناسبات عناصر و مؤلفه‌هاى مؤثر در ایجاد همبستگى اجتماعى در وضعیت ايران را نمايش می‌دهد. از این منظر استدلال می‌کند، انسجام اجتماعى در ايران ضعیف و با موانع و مشکلات بزرگى روبه‌روست. با این رویکرد و با نگاهی به شرایط اجتماعى، به نقش راديو جماعتى در ترمیم انسجام اجتماعى در ايران می‌پردازد. نتیجه‌گیرى مقاله قائم به این استدلال است که ايران به‌مثابه كشورى در حال توسعه، متکثر، با روابط خاص گرايانه شديد، برای انسجام و هم‌گرایی نیاز به تقويت اجتماعات میانی به‌منزله گروههاى واسط برای تعديل هویت خاص گرايانه و رواج عام‌گرایی دارد و راديو جماعتى به عنوان رسانه این اجتماعات می‌تواند نقش مؤثرى در تقويت هویت اجتماعى افراد و انسجام اجتماعى ایفا کند.

واژگان کلیدی: انسجام اجتماعى، راديو جماعتى، اجتماع، هویت، اجتماع جامعه‌اى.

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 به‌دنبال همراهی و همسازی با پدیده‌های نوین برآمده از جامعه‌شناسی جدید است. رادیو جماعتی از این دست رادیوهاست که بسته به شرایط اجتماعی فرهنگی کشورهای مختلف به روشهای متفاوت مورد توجه قرار گرفته است. در این مقاله کاوش نسبت رادیو جماعتی با انسجام و همبستگی اجتماعی در ایران مورد اهتمام 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^۱ 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 «جهانی شدن»^۲، 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»^۳ به شکل «مکانیکی»^۴ و «ارگانیکی»^۵ ببینیم، چه از نگاه «مارکس»^۶ مبتنی بر همسازی «روابط و نیروهای تولید»^۷ یا از نگاه پست‌مدرنیستها به صورت امری متکثر و پاره‌پاره ببینیم، مسئله‌ایست که نیازمند بررسی و کاوش هرچه بیشتر است.

رسانه‌های جمعی^۸ 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

1. construct
2. globalization
3. Durkheim
4. mechanical
5. organical
6. Marx
7. productive relation & forces
8. Mass Media

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»^۱، «محلی»^۲، «خارجی»^۳ و «جماعتی (محل‌های)»^۴ 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 است. از این رو این قالب رادیویی گرچه به دلایل متفاوت در گوشه و کنار جهان مورد توجه بسیاری قرار گرفته است. در برخی کشورها مانند انگلیس این رادیو ابزاری برای مقاومت در برابر جریان رسانه‌های فراگیر و در شکل رادیوی ممنوعه^۵ سربر آورد و در استرالیا، کانادا و آمریکا به‌مثابه رادیوهای غیرانتفاعی^۶ برای اهداف مدنی فعالیت خود را شروع کردند. رادیو جماعتی در افریقای 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 هریک از موارد، رسانه‌ای برای انسجام، همبستگی و جلب مشارکت مخاطبان گرچه برای اهداف متفاوت بوده است. این رادیو به‌مثابه رادیویی معطوف به مسایل 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؛ خانیکی، ۱۳۸۳؛ منتظر قائم، ۱۳۸۴؛ کجوییان، ۱۳۷۴؛ ستاری، ۱۳۸۰) دیده می‌شود، ایران امروز به واسطه عبور از گرانیگاه تحول و تکامل خود و سمت‌گیری توسعه‌ای با مسایلی روبه‌رو می‌شود که خیزش هویتها و جماعت‌های

1. national
2. local
3. external
4. community
5. Pirate Radio
6. Not-For-Profit

نوین، پراکندگی و نوعی سرگشتگی^۱ هویتی و ضعف پیوندهای اجتماعی از آن دست است. با عنایت به این تحولات رسانه‌ها نیز برای کارکردهای خود و ایفای نقشهای متوقع نیازمند تجدید نظر 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^۲ است. در ادعای اول رادیو جماعتی دارای تعاریف متعددی است که اختلاف نظرها 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»^۳ های یونان کلاسیک، روابط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را درون خود داشتند؛ از این رو برای ارسطو جامعه^۴ همان اجتماع است (دلنتی، ۲۰۰۳). از یونان باستان تا «عصر روشنگری»^۵ اجتماعات نماینده و جوهره جامعه بودند و نه ضد آن. «روسو» جامعه مدنی^۶ 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 بحث دراز دامنی است. «تونیس»^۷ 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

1. diaspora
2. community
3. police
4. society
5. Enlightenment
6. Civil Society
7. Tonnis

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 (دلنتی، ۲۰۰۳).

در مقابل «دورکیم» استدلال می‌کند فردگرایی فایده‌گرایانه^۱ 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 تکثر 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 موجد نوعی اخلاق حرفه‌ای هستند که موجب هنجارمندی اخلاقی می‌شوند و این‌همه از تقسیم کار برمی‌آید.

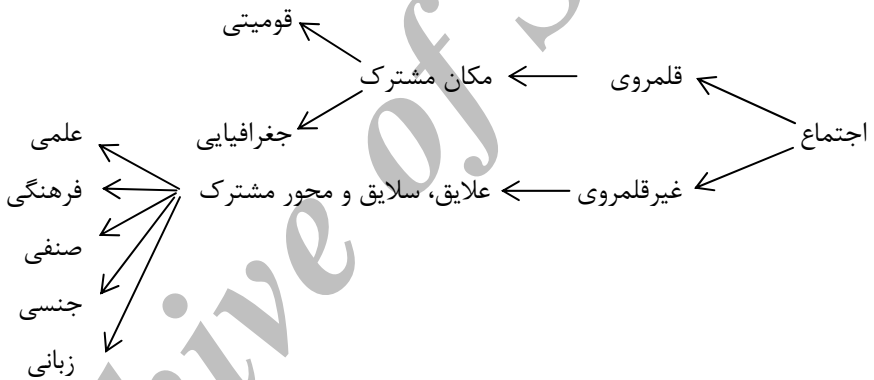
از نظر او همبستگی جوامع مدرن، همبستگی ارگانیک و طبیعی است که در متن تفاوت‌پذیری اجتماعی^۲ و شکل‌بندی چارچوب‌های بزرگتر به دست می‌آید. تفاوت‌پذیری وقتی می‌تواند منجر به انسجام شود که انواع متفاوت گروه‌بندیها اجازه ظهور یافته باشند تا افراد را دربرگیرند. این گروه‌بندیها هنجارهای جمعی و ارزشهای اجتماعی را فراهم می‌آورند. از این‌رو همبستگی ارگانیک مبنای اجتماعات نوینی است که در شکل انتزاعی بازنمایی جمعی بیان می‌شوند. در گذشته این اجتماعات مبتنی بر مذهب بود، اما امروزه بسته به نوع جامعه مبتنی بر اصول متکثری است.

از این منظر اجتماع برخلاف نظر تونیس نه تنها امری سنتی نیست، بلکه براساس مباحث دورکیم کاملاً مدرن است. از اینجا رویکرد آن دسته که اجتماع را امری سنتی، از دست رفته و نابود شده در مناسبات مدرنیته می‌دانند، نفی می‌شود. بر این اساس اجتماع هنوز امری پویا و زنده است که از قضا

1. Utilitarian Individualism
2. Social Differentiation

در واکنش شرایط مدرنیته متأخر^۱ حیات دوباره یافته است. افزایش فردگرایی در جامعه پاره پاره و از هم گسیخته مدرن میلی شدید برای جستجوی اجتماع به مثابه پدیده‌ای برای احساس تعلق، ریشه داشتن و کسب هویت را برانگیخته است (دلنتی، ۲۰۰۳).

اجتماعات نوین برخلاف اجتماعات کهن، تنها براساس مذهب یا محلیت نیستند. اجتماعات معاصر ذاتاً اجتماعات ارتباطی^۲ بر پایه تعلقات نوین‌اند؛ این تعلقات می‌تواند مبتنی بر مذهب، ملیت، قومیت، زبان، سبک زندگی، جنسیت، علایق و سلايق مشترک فرهنگی و اجتماعی باشند، این در حالیست که قلمرو یا محدوده جغرافیایی مشخص برای آنها متصور نیست. دو تلقی سرزمینی (قلمروی) و غیرسرزمینی از اجتماع وجود دارد.



شکل ۱. تلقیهای متفاوت از اجتماع^۳

آنچه که موجود دارد اینکه اجتماعات می‌توانند مخرب یا سازنده، محافظه کار 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 ریشه دار بودن در جامعه مدرن است.

اجتماع نوین بسیار متأثر از تکنولوژیهای ارتباطی امروزی است و آنچه که «اجتماع ارتباطی» نامیده شده ناظر بر همین ایده است، از این رو تعلق به اجتماعات از قیود سنتی مذهب و خانواده رها شده و روشها و انواع متفاوتی را پیش رو دارد. فرد در جامعه مدرن متعلق به یک اجتماع نیست، بلکه

1. Late Modernity
2. Communicative Community

در چندین نوع از آنها که احتمالاً در هم تداخل دارند، عضویت دارد و ورود و خروج به این اجتماعات بسیار راحت‌تر از گذشته است. در پایان 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 فردی شده 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 فرو رفتن در گرداب فراگیر اکثریت که هویت فردی و اجتماعی را درهم می‌شکند.

جماعت‌گرایان^۱ اجتماع را برای مقابله با زیاده‌روی لیبرالیسم و فردگرایی افراطی آن مورد تأکید قرار می‌دهند. مباحث این دسته بر مبانی مفهومی چند فرهنگ‌باوران^۲ متکی است که به رسمیت شناختن تفاوت، نفی هرگونه اعمال فشار برای همسان‌سازی، گشایش فرصت و امکان دستیابی به برابری سیاسی و فرهنگی برای اجتماعات، از آن دست است. چند فرهنگ‌گرایی در کشورهای مختلف در بسترهای متفاوتی مطرح می‌شود؛ در امریکا نسبت به تبعیض نژادی و رنگ پوست، در استرالیا و کانادا در رابطه با مسایل مهاجران و در ایران در مورد قومیتها موضوعیت می‌یابد (کریمی، ۱۳۸۵). به واسطه رویارویی جوامع متکثر با مسایل مرزبندی هویتی و تشتت فرهنگی، چند فرهنگ‌باوری و تکثرگرایی به‌مثابه راهکاری ناگزیر مورد توجه قرار گرفته است. در انتقاد به این رویکرد گفته‌اند که به‌واگرایی 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 تکنولوژی 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 فردا است 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 برجا می‌گذارد. از این رو 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 آنها است. تأمین عدالت اطلاعاتی جز از طریق تنوع کانالها و قالبهای رادیویی میسر نمی‌شود. این تنوع به گشایش فضای گفتگو، تعامل، گسترش و تحکیم فضای عمومی که ثمره آن دسترسی آزاد به اطلاعات و تربیت شهروندان است، منجر می‌شود (کیا، ۱۳۸۱). از این منظر تکثر به‌خودی خود عامل واگرایی نیست، بلکه بستر سیاسی، فرهنگی و در اصل سیاستهای فرهنگی و رویکردهای کلان اثر آن را مشخص می‌کنند. در این راستا به لحاظ تخصصی گسترش نفوذ رادیو و احیای آن به کشف حوزه‌های خاص رادیو و توجه به تکثر و تقسیم کار برنامه‌های رادیویی وابسته است. رادیو به منزله خرده نظام ارتباطی می‌تواند جایگاه و کارکرد اصیل خود را در جامعه بازیابی کند.

رادیو جماعتی

اگرچه 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، رادیوهایی در اندازه‌های کوچک برای جمعهای مشخص در شهر سیاتل ایالت واشنگتن (در سال ۱۹۶۲) معرفی شده‌اند (آرمسترنگ، ۲۰۰۴). اما برخی از صاحب‌نظران زادگاه آن را امریکای جنوبی و کشور بولیوی و کلمبیا می‌دانند. در سال ۱۹۴۷ یک کشیش، رادیویی کوچک برای محله‌ای کشاورزی و دهقانی در کلمبیا راه اندازی کرد که بعدها به عنوان سلف رادیوهای جماعتی از آن یاد شد. اگرچه جنبش رادیو جماعتی از امریکای لاتین آغاز شد اما در اروپا بود که به عاملی مهم و جایگزینی برای بنگاههای خبری دولتی و خصوصی بزرگ تبدیل شد (یونسکو، ۲۰۰۳).

از این رو رادیوهای جماعتی هم در کشورهای توسعه‌یافته و هم در کشورهای در حال توسعه مورد

توجه و اقبال بوده است. در کشورهای در حال توسعه طبعاً به عنوان ابزاری برای توسعه و تسهیل فرایند اجرای برنامه‌ها تلقی شده و در کشورهای پیشرفته معطوف به حفظ انسجام، سرگرمی، تعلق خاطر و هویت‌بخشی بوده است.

رادیو جماعتی در تلقی تکنولوژیک، رادیویی با برد محدود، تجهیزات ساده و کم‌قدرت است که برای یک منطقه جغرافیایی خاص برنامه پخش می‌کند (والبونا، ۱۹۹۳). تلقی تکنولوژیک از رادیو جماعتی نادیده گرفتن ابعاد با اهمیت و کارکردی آن است، از این‌رو چندان مورد توجه نیست.

در تلقی توسعه‌ای که گفتمانی پر قدرت در باب رادیو جماعتی است، رادیو جماعتی رسانه‌ای تطابق یافته 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 شنیده‌ها است، 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 نقشه‌هایی است که به 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 راه، رادیویی غیرانتفاعی^۱ در دنیای تجاری شده خبر می‌دانند که هدف آن حفظ استقلال و خدمت به اجتماع است، نه تبلیغات تجاری^۲ (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. اگرچه 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 می‌دانند که سابقه آن به بریتانیا باز می‌گردد. از این‌رو رادیو جماعتی در انگلیس معادل رادیوی مخفی و غیرقانونی است،

1. Not-For-Profit
2. advertising

اما در استرالیا، کانادا و امریکا، رادیوهای جماعتی غیرانتفاعی و غیرتجاری هستند که در باند FM پخش می‌شوند (والبونا، 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 به‌مثابه همراه رسانه ملی پذیرفته شده‌اند.

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

در این تلقی جماعتی ابزاری برای جلب مشارکت همه اعضای اجتماع است. رسانه‌ای برای گروههای حاشیه‌ای، صدای بی‌صداها^۱ و تریبونی برای گروههای اقلیت به منظور درگیری و ورود آنها به فرایند تصمیم‌گیری، اجرا و حل مسایل خودشان است (فریزر، ۲۰۰۱). تلقی یونسکو در اینجا مشارکت دادن مردمان محلی در امور مربوط به خودشان، بیرون آوردن آنها از انفعال و بی‌تفاوتی، برانگیختن و ایجاد انگیزه و دمیدن نشاط و هم‌دلی در جماعت‌های گرفتار فقر، حاشیه نشینی، 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. اگرچه این فعالیت ممکن است نسبت به شرایط و زمینه‌های اجتماعی متفاوت، اشکال مختلف به خود بگیرد (کیوستد، ۱۹۹۳).

رادیو جماعتی مرزهای مشخصی با سایر رادیوها مانند «رادیو محلی» و «رادیو ملی» 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 به‌ندرت 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.

1. Voice of Voiceless
2. World Association of Community Radio

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 مسایل محله و اجتماع مدنظر است و اولویتهای برنامه‌اش براساس مسایل 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 چهره‌به‌چهره داشته باشند، یا حتی همدیگر را نشناسند. از این رو اسامی متعددی برای رادیو
جماعتی باب شده است: از جمله رادیو «متفاوت^۱»، «جایگزین^۲»، «مشارکتی^۳»، «مستقل^۴» و «آزاد^۵».
البته این اسامی دور از دقت و ظرافت است. 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 شده‌اند. 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 توسعهٔ سیاسی‌شان یا نقشی سطحی در برانگیختن
مشارکت داشته‌اند - کلمبیا، دومینیکن، کنیا، هند و پاکستان - و یا اینکه توانسته‌اند مشارکت گسترده،
عمیق و وسیع مردمان اجتماع را برانگیزند، مانند رادیو سریلانکا و رادیو بومیان استرالیا (همان).

دو مدل در رادیو جماعتی قابل اجراست که مورد توجه واقع شده است؛ اول مدل تهیهٔ 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.
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

1. different
2. alternative
3. participative
4. independent
5. free

حرکتها و فعالیتهایی برای هم‌گرایی و وفاق در سطح اجتماع شده و تبدیل به جزیی 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 به حاشیه راندن اقلیتهاست.

شاخصه‌های اصلی رادیو جماعتی را می‌توان چنین خلاصه کرد:

- تلقی شنوندگان به‌مثابه شخصیت اول داستان
- تعهد به فرهنگ محله و اجتماع هدف
- احترام به دسترسی عمومی و مشارکت اعضای محله و اجتماع (فرصتهای برابر)
- استقلال اعضای هیئت‌مدیره، 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 براساس جامعه موردنظر، 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 دو طرفه و فرایندهای دموکراتیک
- ترغیب توسعه و تغییر اجتماعی
- کمک به تثبیت جامعه مدنی
- کمک به ارتقای حکمرانی، به سمت حکمرانی مطلوب
- 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 هیئت‌رئیس به نمایندگی از اجتماع و اصناف مختلف برای تعیین سیاستهای کلان انتخاب می‌شوند، اما اعمال روزانه رادیو از اجتماع گرفته می‌شود و به مدیریت ایستگاه منتقل می‌شود (فریزر، ۲۰۰۱).

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

انجمنهای واسط و میانی و روابط بین گروهها و سیاست‌گذاران عمل می‌کنند و در چارچوب سیاستهای فرهنگی کلان به‌منزله صدایی برای گروه خود تلقی می‌شوند. البته این مباحث می‌تواند 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 تکنولوژی رسانه‌ای اثرات و تبعات خاص خود را به همراه دارد که برای جلوگیری از افراط و تفریط در بازگویی آنها باید به‌دقت مورد واکاوی قرار گیرند. از جمله این مسایل 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 سؤال 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^۱ فرد خود را براساس معیارهای شخصی و محیط کوچکی که شامل خانواده و دوستان است درک می‌کند. هویت اجتماعی^۲ مبتنی بر شباهت درون‌گروهی جمعی از افراد و تمایز بین‌گروهی است؛ مانند هویت نژادی، مذهبی، قومی، شغلی، به‌طوری‌که 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^۳ هستند. هویت ملی برخلاف هویت اجتماعی، یکسان و منحصره‌فرد 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 این‌رو هویت‌های اجتماعی و هویت ملی یکدیگر را دفع نکرده و رابطه آنها یکسویه و هژمونیک نیست، بلکه رابطه تعاملی و تکمیل‌کننده با هم دارند.

1. personal identity
2. social identity
3. national identity

هویت اجتماعی از لحاظ جامعه‌شناختی مقدم بر هویت ملی است. هویت اجتماعی به‌مثابه حلقه‌های واسطه‌های کلان به‌منزلهٔ 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 عهدهٔ 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 اینست 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^۱ 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 بارز «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 عبارتست 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 من را 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.^۲ همبستگی اجتماعی اشاره به بعد نرم‌افزاری انسجام دارد و انسجام نظام‌مند با تلقی سخت‌افزاری ارتباط و وابستگی اجزای نظام

1. national community
2. systemic integration

اجتماعی در سطوح و ابعاد مختلف شامل ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را که می‌تواند در سطوح خرد و کلان مطرح باشد، دربرمی‌گیرد (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 به رسمیت شناختن آنها و میدان دادن 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 عدم توجه 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 همین رو است که هویت‌های خاص‌گرایانه ناخواسته تقویت شده و جامعه را به سمت واگرایی کشانده‌اند.

از این جهت رادیوهای جماعتی با مؤلفه‌هایی که اشاره شد، هم به‌مثابه نهادهای اجتماعی واسط و هم به‌منزلهٔ 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 معطوف 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 و اگرایی را تعدیل خواهند کرد، در خدمت انسجام‌بخشی و هم‌گرایی اجتماعی هستند.

رادیو جماعتی؛ تأثیرات و تبعات

رادیو جماعتی همچون هر رسانهٔ دیگر به ذات، اثری در خود نهفته ندارد که به هر کجا که وارد شد پیامدهای معینی داشته باشد. از انتقاداتی 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. واقعیت

اینست که کژکارکرد رسانه‌ها ناشی از نقص در مناسبات اجتماعی به‌مثابه عنصری از تکنولوژی اجتماعی است. از این‌رو 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 تکنولوژی. از این‌رو اگر اطلاعات بیشتر که به واسطه حضور تکنولوژی در اختیار اعضای جامعه قرار گرفته منجر به سرگستگی شود، مقصر تکنولوژی رسانه نیست؛ این همان چیز است که باید به‌مثابه تبعات یک تکنولوژی 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 مسایل فرهنگی برای استفاده از تکنولوژی رسانه رادیو جماعتی است. بدین وسیله این رادیو به تکرار دامن نمی‌زند، بلکه تکرار 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 جریان‌های 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 نارسانا خواهد بود. رسانه‌ها در بستر فرهنگی و اجتماعی جامعه فعالیت می‌کنند و اثرات و تبعات آنها به قامت نظام اجتماعی هر جامعه‌ای برآزنده خواهد بود. از این‌رو 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 به‌مثابه 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 تکنولوژی اجتماعی و نظام رسانه‌ایست. تکنولوژی اجتماعی ارزشها، هنجارها، نهادهای دانشگاه، خانواده، نظام خویشاوندی، اوقات فراغت و سایر نهادهای فرهنگی را دربرمی‌گیرد. 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 فره 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 واسطه اثر اجتماعات رسمی را تعدیل کند و همچنین اجتماعات غیررسمی پر قوت خاص گرایانه مانند خانواده، قوم، ایل و تبار را در نهادهای میانی ادغام کند. بسط این اجتماعات فرهنگی، سیاسی، اجتماعی به تعدیل خصلت هویتی شخصی و قومی می‌انجامد و هویت افراد را با عضویت آنها در اجتماعات واسطه تعدیل می‌کند. عضویت در اجتماعات متعددی از این دست به اجتماع جامعه‌ای عام^۱ 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 زیر نشان داد:



شکل ۲. نمایش نموداری چارچوب مفهومی جامعه

رادیو جماعتی و همبستگی اجتماعی با نگاهی به شرایط ایران

جامعه ایران به واسطه حرکت به سمت توسعه ناچار باید با اثرات و مسایل آن درگیر شود. در این مسیرگاه 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 به‌مثابه جامعه‌ای در حال گذار فاقد رویکرد هویتی کلان، سرشار از نزاعهای هویتی یک جامعه پسا انقلابی، فاقد انسجام حتی در سطوح دولتی و حکومتی (کچوییان، ۱۳۷۴) هرچه بیشتر نیازمند هویت‌بخشی و تأکید بر مبانی انسجام بخش است.

ایران امروزه در بعد انسجامی دچار مشکلات جدی و تناقضات آسیب‌زا است. به‌طوری‌که حتی این مسئله نیز در کلام صاحبان امر به‌وضوح 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 تعیین‌کننده خاص‌گراییهای اجتماعات هستند. از طرفی اجتماعات رسمی مانند سازمانها که غیرطبیعی با روابط سرد و عاطفی‌اند، تحت تأثیر تعلقات خاص‌گرایانه مورد تهدید می‌باشند. به این معنی که ضوابط و مناسبات آنها از طریق مناسبات خانوادگی و قومی تضعیف می‌شود. از سویی اجتماعات بینابینی و واسط بسیار ضعیف‌اند و همین ضعف حلقه واسط سر منشأ آنومی، کژکارکردها و آسیبهای بی‌شماری است که جامعه ایران درگیر آنهاست. راهکار برون رفت از وضع موجود همانا بسط و تحکیم اجتماعات میانی برای تثبیت اجتماع جامعه‌ای عام در وضعیت امروز ایران است (عبداللهی، ۱۳۸۲). تقویت نهادهای مدنی، NGO و گروههای هویتی به عنوان بستر توانمندسازی و به‌مثابه سدی در برابر آسیبهای جهانی‌سازی در ایران، راهکار برون رفت از وضعیت نابرابر و یکسویه است. توسعه اجتماعی مفهومی است که ذیل آن، کاهش اثرات جهانی‌سازی و مناسبات سرمایه‌داری بی‌مهار پی‌گیری می‌شود (پیران، ۱۳۸۲).

راهکار صاحب‌نظران با دیدگاههای مختلف برای برون رفت از وضعیت موجود به منظور حرکت به سوی وضعیت مطلوب و کاهش آسیبها، تقویت نهادهای واسط اجتماعی است که ایران

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 چند قومیتی و به لحاظ جغرافیایی پراکنده است. رسانه رادیو باید توجه خود را به سطح محلی و منطقه‌ای متمرکز کند. رسانه‌ها باید تنوعات 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، منطقه‌ای باشد. از این‌رو وظیفه رسانه‌های محلی در درازمدت پیوند بحث‌های سیاسی خرد و محلی به مباحث ملی و کلان است (ری ون، 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 براساس تشابه‌پذیری در احساس، اندیشه و عمل را نفی می‌کند، شدت روابط خاص‌گرایانه را تعدیل می‌کند، هویت‌های متکثر را پوشش می‌دهد، از این‌رو که تعارضات و تضادهای اجتماعی و سیاسی را پوشش و به نحو مسالمت‌آمیزی منعکس می‌کند، با تکنولوژی 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 این‌رو 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 پر رونق 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 مسایل کلان‌شهرها، بحران هویت، سازماندهی توده‌ای و آسیب‌های گریبان‌گیر آنها بازخوانی کرد.

منابع و مأخذ

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

• _____ (۱۳۸۴)، «مصاحبه در باب رادیو»، در: مجموعه رادیو؛ حال و آینده، تهران: تحقیق و توسعه 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, NewJersy: 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 Communication and Society.3(1)
- Worchel, s and et al (1998), Social Identity, London: Sage.