

فصل اول :

کلیات تحقیق

۱-۱ - مقدمه

زندگی روزمره زندگی است که اکثر روزها، افراد درگیر آن هستند. بنابراین ویژگی آشکار آن یکنواختی و تکرار است. گاهی در زندگی وقایع خارق العاده، شگفت انگیز و ویژه‌ای رخ می‌دهند.

این وقایع ممکن است عادی باشد. اما برای کسانی که در زندگی هر روزه شان با آنها روبرو نمی‌شوند، شگفت انگیز به حساب می‌آیند. برای مثال عاشق شدن یا به دنیا آمدن بچه، ممکن است رویدادهایی کاملاً عادی به نظر برسند، اما از آنجایی که این رویدادها فاقد الگوی تکرار و یکنواختی هستند، شگفت انگیز به حساب می‌آیند.

زندگی روزمره چارچوبی برای ارضای نیازهایی مثل خوردن، خوابیدن و تاحدی ارضای آرزوها است. زندگی روزمره جایی است، که در آنجا ارتباطات انسانی شکل می‌گیرد. سوال اینجاست که چرا گاهی ادامه دادن زندگی روزمره مشکل می‌شود؟ در جواب باید گفت که چون هیچ پروژه یا تخیلی در زندگی روزمره کامل نیست. زندگی روزمره همواره تمایل دارد به کلی تبدیل شود، تا بر ما سلطه یابد. اما همواره انسانها در مقابل آن مقاومت می‌کنند و موقتاً از طریق فعالیت‌هایی مثل تعطیلات آخر هفته، مسافرت‌ها و..... از زیر سلطه‌ی آن می‌گریزند.

تکنیک در تعریف زندگی روزمره نقش بسیار مهمی دارد. همگی می‌توانیم تشخیص دهیم، که رواج یافتن امکاناتی مثل برق، لوله کشی آب و فاضلاب و نسل کالاهای خانگی مثل ماشین لباسشویی، یخچال، ظرف شویی، اتو بخار، رادیو و تلویزیون و... چقدر بر زندگی انسانها تاثیر

گذاشته است. فناوری حوزه‌ی زندگی روزمره را مرز بندی کرده، باعث به وجود آمدن رفتارها و تجارب خاصی می‌گردد.

در زندگی امروزی دقیقه و ثانیه جایگزین ساعت شده است. زمان در زندگی ما نقش بسیار تعیین کننده‌ای دارد و بر ما مسلط شده است. مثلاً در اینترنت شب و روز معنا ندارد. بلکه تنها دقیقه و ثانیه معنا دار است. به همین دلیل در زندگی امروزی ما تقسیم بندی‌های معمول گذشته (صبح، ظهر، عصر، شام) کاربرد چندانی ندارد. امروزه تجارب افراد نه بر اساس اختصاص زمان به خواب، غذا خوردن و کار، بلکه بر اساس جریان اطلاعات شکل می‌گیرد. این اطلاعات است که افراد را به سرعت از محلی به محل دیگر جابه‌جا می‌کند و مردم چنین سرعتی را در زندگی روزمره شان درک می‌کنند. به نظر می‌رسد ابزار و وسایل ارتباطی به زودی چنان به زندگی ما گره می‌خورد، که هرگز نمی‌توانیم از دست آنها رهایی یابیم. همین مسئله تغییرات زیادی در زندگی ما به وجود می‌آورد و این، تماشایی است. بعضی از برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی چنین وضعیت‌هایی را به تصویر کشیده‌اند، که در این جا مجال بررسی آنها نیست. بطور کلی واقعیت آن است که ارتباط و تعامل به سرعت در حال افزایش است و این بطور فزاینده‌ای بر زندگی اشخاص اثر می‌گذارد.

همه می‌دانند که جهان روستا از جهان شهری با طبیعت سازگاری بیشتری دارد. خانه‌های متمرکز که اطرافشان را مزارع، جنگل‌ها و کوه‌ها فراگرفته است. مزارعی که با مزارع دیگر مرز بندی شده‌اند ویژگی بارز روستاها است. از دور که به روستاها نگاه می‌کنیم، آنچه که بالاتر از سقف روستاها خود نمایی می‌کند، مناره‌ها و گنبد مساجد است. کرانمندی و استواری خاک، خیابان‌ها، جاده‌ها و مزارع، خط افقی زمین و مهمتر از همه خط عمودی زندگی و برگشت تدریجی آن به سوی مرگ، همگی تعریف شده‌اند. آسمان، روز، شب و اندازه‌ی ماه، زمان واقعی کشت و مهم‌تر از همه زندگی را نشان می‌دهند. مناظر، آسمان و روستا نیز بخشی از خانه‌ها هستند. با این همه، خانه‌ها دارای سقف و دیوارند و درون آنها نیازهای مادی و عاطفی زندگی برآورده می‌شود.

گوش دادن به رادیو نیز یکی دیگر از همین نیازهای مادی زندگی روزمره است که در دنیای کنونی ما برآورده شدن آن از ملزومات زندگی است.

۱-۲- طرح مسأله :

امروز به نقشی که ارتباطات و وسایل ارتباط جمعی در پیشرفت همه جانبه‌ی ملتها و جوامع انسانی ایفا می‌کند توجه فزاینده‌ای می‌شود تجارب نیز نشان داده که رادیو بعنوان یک وسیله ارتباط جمعی که به آسانی در دسترس همگان قرار می‌گیرد و نیز به عنوان یک کالای فرهنگی نقش موثری در توسعه روابط انسانی و فرهنگی می‌تواند داشته باشد.

مصرف کالای فرهنگی، بعدی است از حیات فرهنگی که عمدتاً با توسعه صنعت فرهنگ مرتبط است و در خصوص جوامع جدید بشر کاربرد دارد تا جوامع سنتی و بر استفاده از رسانه‌ها و وسایل فرهنگی متمرکز است.

انتقال فرهنگ از طریق رسانه‌ها در عصر حاضر، تأثیر رسانه‌ها بر رشد و توسعه صورتهای مشخصی از فرهنگ، عدم کفایت آنها در انتقال بعضی از صور فرهنگی، محدودیتهایی که اعمال می‌کنند و تأثیر پذیری خلاقیت فرهنگ در عصر توسعه صنعت فرهنگی از عوامل دست اندر کار آن وجوه دیگری از حیات فرهنگی جوامع است.

پژوهش حاضر در پی آن است که نقش رادیو را بعنوان یک کالای فرهنگی در زندگی روزمره روستاییان و عشایر مورد پژوهش نشان دهد.

در میان مردم مناطق روستایی و عشایری که دسترسی به تکنولوژی روز ارتباطی (اینترنت، روزنامه و ...) ندارند، رادیو منبعی اصلی و مهم در ارتباطات آنها به شمار می‌آید. چنانچه به گفته کارشناسان رادیو می‌تواند در ایجاد آگاهی و نیاز به تغییر وسیله مناسبی باشد.

تأثیر رادیو باکو به روستاییان مرز نشین و مقایسه آن با رادیو محلی مسئله دیگری است که اهمیت بررسی دارد.

۱-۳- ضرورت و اهمیت تحقیق :

تقریباً نیمی از جمعیت کشورمان در مناطق روستایی و عشایری زندگی می کنند که نقش موثری در پیشبرد اهداف و برنامه ریزیهای کلان کشورمان می توانند داشته باشند. زمینه های خاص فرهنگی و تأثیرات متقابل فرهنگی بین روستائیان و رادیو عامل دیگری است که ضرورت تحقیق را توجیه می کند و همچنین شناخت مخاطب روستایی برای برنامه سازان رادیویی و برنامه ریزان شبکه ها حائز اهمیت است.

با اینکه تا حدود نیمی از جمعیت کشور در روستاها زندگی می کنند، برنامه ملی مشخص و فراگیری برای توسعه ارتباطات در روستاها وجود ندارد. توسعه ارتباطات در روستاها دارای مزایای مختلفی می باشد که باعث شده بسیاری از کشورهای جهان و سازمانهای بین المللی در برنامه ها و طرحهای مختلفی را در این زمینه به اجرا برسانند.

توسعه ارتباطات روستایی می تواند در پنج مرحله پیدایش، ارتقاء، تعامل، تراکنش و یکپارچه سازی انجام شود. در مرحله پیدایش باید به دنبال شناسائی امکانات موجود و تهیه سند راهبردی توسعه ارتباطات روستایی، تهیه چشم انداز، مأموریت و تهیه سیاستهای لازم برای توسعه ارتباطات روستایی باشیم. پس از مشخص شدن آنها می توان نسبت به طرحهای توسعه ارتباطات با برنامه ریزی مناسب اقدام کرد.

شناخت خصوصیات مخاطب روستایی و زمینه های فرهنگی خاص آنان و مصارف فرهنگی رسانه ای مانند رادیو و توسعه ارتباط روستایی اهمیت این پژوهش را مشخص می کند.

۱-۴- اهداف تحقیق

• هدف کلی:

هدف کلی این پژوهش بررسی مردم نگارانه مخاطبان رادیو اردبیل در جوامع روستایی و عشایر استان اردبیل است که به نوعی مشارکت در تجربه فرهنگی آنان نیز محسوب می شود.

• اهداف جزئی:

- ✓ شناسائی تجربه‌ی فرهنگی روستاییان مخاطب رادیو .
- ✓ شناسائی تأثیر رادیو اردبیل در آموزش روستاییان مورد بررسی.
- ✓ شناسائی تأثیر رادیو در پر کردن اوقات فراغت و سرگرمی روستاییان مورد بررسی.
- ✓ شناسائی تأثیر رادیو در اطلاع رسانی به روستاییان مورد بررسی.
- ✓ شناسائی ویژگیهای فردی مخاطبان رادیو در مناطق روستایی و عشایر.
- ✓ شناسائی زمان و مکان گوش دادن به رادیو در روستاها و عشایر.
- ✓ شناسائی برنامه های مورد علاقه‌ی روستاییان و عشایر.
- ✓ شناسائی انتظارات روستاییان و عشایر از رادیو.
- ✓ شناسائی تاثیر رادیوهای بیگانه بر روستاییان

۱-۵- پرسشهای تحقیق:

برای شناخت ویژگیهای مخاطبان رادیویی روستایی و عشایری و مشاهده تأثیر رادیو در زندگی روزمره آنها پرسشهای زیر مطرح است:

- ۱- ویژگیهای فردی مخاطبان روستایی و عشایری رادیو چیست؟
- ۲- دلایل گوش کردن روستائیان و عشایر به رادیو چیست؟
- ۳- روستائیان و عشایر چه اوقاتی را برای گوش کردن به رادیو اختصاص می دهند؟
- ۴- چه نوع برنامه هایی بیشتر مورد علاقه روستائیان و عشایر است؟
- ۵- روستائیان و عشایر چه مقایسه ای از رادیو و دیگر رسانه ها دارند؟
- ۶- تأثیر رادیو بر فرهنگ روستاییان و عشایر را چگونه ارزیابی می کنند؟
- ۷- روستاییان و عشایر چه تعاملی با رادیو دارند؟

۸- انتظارات روستاییان و عشایر از رادیو چیست؟

۹- روستاییان و عشایر چه خاطراتی از گذشته های رادیو دارند؟

۱۰- رادیوهای بیگانه به خصوص رادیو باکو چه تأثیری بر روستاییان مرز نشین دارد؟

۱-۶- تعریف مفاهیم

• رادیو :

بنا به تعریف مک لوهان رسانه ای گرم محسوب می شود چون مخاطب را وادار به تخیل و مشارکت می کند. رادیو به دلیل ویژگی ذاتی خود فقط با صوت سرو کار دارد و چهار عنصر کلام، موسیقی، صداها و محیطی (افکت) و سکوت از رادیو قابل ارائه هستند. در واقع رادیو وسیله شنیداری است و جزو وسایل ارتباط عمومی به شمار می آید به طوریکه با انجام کارهایی مثل رانندگی و مطالعه کارهای عمومی دیگر قابل شنیدن است. به همین دلیل رادیو را رسانه دوم نیز می گویند. ابزار بنیادینی که رادیو برای برقراری ارتباط با شنوندگان خود بکار می گیرد "صدا" است. صدا یا صوت آنگاه که با ویژگی تخیل آفرینی رادیو گره می خورد از مرحله بیان ساده و مستقیم مفاهیم می گذرد و به مرتبه ای بالاتر در سطح بیان هنری گام می نهد. این که رادیو تنها یک حس از حواس پنجگانه آدمی را به کار می گیرد این رسانه را از ویژگی های منحصر به فردی در امر خلق معنا برخوردار کرده است. شنیدن حسی عمیق و پیچیده است بر خلاف ادراک دیداری که ساده و یکپارچه است پیامهای شنیداری در مغز به دقت پردازش می شوند تا به مرحله ادراک برسند. این ویژگی یکی از علت های اصلی توان مندی رادیو در خلق مفاهیم و معانی است. بنابراین امتداد گفتار رادیویی را باید در حوزه اندیشه و تخیل شنوندگان پی گرفت.

• روستا :

محدوده ای از فضای جغرافیایی است که واحد اجتماعی کوچکی مرکب از تعدادی خانواده که نسبت بهم دارای نوعی احساس دل بستگی، عواطف و علائق مشترک هستند و اکثریت افراد آن به کار کشاورزی اشتغال دارند. در ایران روستا از قدیمی ترین زمان یک واحد اجتماعی و تشکیلاتی و جایی

بوده است که در آن گروههایی از مردم روستایی برای همکاری در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی گرد هم تجمع یافته‌اند.

روستا اساس زندگی اجتماعی ایران را تشکیل می‌دهد و اهمیت آن به اعتبار اینکه یک واحد تشکیلاتی در زندگی روستایی است، در سراسر قرون وسطی و از آن پس تا به امروز برقرار بوده است.

پلاسیدرامبد¹ جامعه شناس فرانسوی می‌گوید: روستا واحد اجتماعی ویژه‌ای است که با یک فضا در ارتباط متقابل است و این فضا به عنوان یک عنصر ضروری در نظام اجتماعی روستا نقش دارد و به این ترتیب روستا دارای بعد اجتماعی است که می‌تواند یکی از عوامل اساسی تشکیل دهنده آن به شمار رود. روستا محصول کنش‌های متقابل گروه‌های انسانی و فضا است، میان اعضای روستا رابطه‌ای محلی وجود دارد که نتیجه کنش‌های متقابل تاریخی است و موجب پیدا شدن حافظه جمعی و محلی است و در نتیجه نوعی وجدان یا شعور جمعی به وجود می‌آورد.

در قانون اصلاحات ارضی در ایران روستا چنین تعریف می‌شده است. روستا عبارت از یک مرکز جمعیت و محل سکونت و کار تعدادی خانواده که در اراضی آن روستا به کار کشاورزی اشتغال دارند و درآمد اکثریت آنان از طریق کشاورزی حاصل می‌شود.

رامبد می‌گوید: روستا برآیندی از عناصر طبیعی و عناصر ساخته شده است که به گونه‌ای زمینه سازگاری فرد را با جامعه فراهم می‌آورد و موجب جامعه پذیری می‌شود. در روستا بین گروه و فضای جغرافیایی محدود و بسته و ثابت نوعی روابط اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی وجود دارد و این روابط موجب پیدایش وحدت و یکپارچگی گروه می‌شود و آنرا از گروه دیگر متمایز می‌سازد. اجتماع روستا دارای نیروی معنوی مسلط بر اعضایش می‌باشد که بر رفتار افراد نظارت عالیه شدید دارد و آنها را به پیروی از هنجارهای اجتماعی وادار می‌کند و این نیروی معنوی همان سنت‌های روستایی و قوانین ثابتی است که بر جامعه روستا حاکم است.

¹ Placide Ramboud

• عشایر :

عشایر که مفرد آن عشیره است، واژه ای عربی است به معنی برادران قبیله، تبار، خویشاوندان، دودمان و اهل خانه .

به مردمانی گفته می شود که عموماً زندگی خود را از طریق دامداری اداره می کنند و به همین دلیل هر سال از بیلاق به قشلاق و بلعکس کوچ می کنند.

وجوه قابل ذکر برای عشایر عبارتند از:

الف - وابستگی ایلی، بدین معنی که فرد عشایر میدانند از چه ایل - طایفه - تیره و ... می باشد.
ب - داشتن قلمرو مشترک ایلی.

لازم به یادآوری است که کلمه عشایر دربرگیرنده دو مفهوم عشایر کوچنده و عشایر اسکان یافته نیز می باشد و هر یک از این دو مفهوم ویژگیهای خاص خود را دارند.

عشایر کوچنده :

"به جماعتی از عشایر اطلاق میگردد که اساس معیشت آنان مبتنی بر دامداری سنتی بوده و به منظور تعلیف دام و تامین معاش بین بیلاق و قشلاق حرکت منظم فصلی داشته و غالباً از سیاه چادر، آلاچیق و انواع سرپناه قابل حمل در تمام یا بخشی از سال استفاده می نمایند".

عشایر اسکان یافته:

"به جماعتی از عشایر اطلاق میگردد که به دلایل مختلف از کوچ دست کشیده و در محلی سکنی گزیده اند."

ایل :

"ایل در سازمان اجتماعی عشایر، اتحادیه ای سیاسی از چند طایفه است که غالباً دارای سرزمین مشترک هستند."

ایل را میتوان در نظام سلسله مراتب تقسیمات اجتماعی، عشایر بالاترین رده دانست که از اتحاد چند طایفه با فرهنگ و آداب و رسوم و تاریخ مشترک بوجود آمده است.

در شکل‌گیری ایل عواملی چون حفظ منافع مشترک - بقای قدرت - دفاع و گسترش و نفوذ طوایف نقش مؤثری دارند.

طایفه:

"طایفه متداول ترین رده‌ی سیاسی اجتماعی جامعه عشایری و متشکل از چند تیره میباشد". جماعتی از عشایر که غالباً با هم خویشاوندی دارند و در چند یا چندین نسل پیش نسبتاً و سبباً به نیای مشترکی می‌رسند و خود را به صورت حقیقی یا اساطیری منتسب به آن می‌دانند تشکیل طایفه را می‌دهند. اعضاء در دفاع و جلوگیری از تضييع حقوق طایفه سهیم هستند و طایفه نیز مسئولیت مشترکی برای حفظ حقوق اعضاء به عهده دارند. در ساختار ایلی گذشته سرپرستی طایفه بعهده کلانتر بوده که توسط ایلیخان (سرپرست ایل) منصوب می‌شد و هماهنگ کننده سیاست ایل در طایفه نیز بوده است.

ییلاق:

محدوده زیست و قلمرو جغرافیایی که عشایر، تمام یا قسمتی از فصول گرم سال را در آن می‌گذرانند "ییلاق" یا "سردسیر" می‌گویند.

قشلاق:

محدوده زیست و قلمرو جغرافیایی که عشایر، تمام یا قسمتی از فصول سرد سال را در آن می‌گذرانند، "قشلاق" یا "گرمسیر" می‌گویند. (طیبی، ۱۳۸۶، صص ۱۳۲-۱۵۰)

• مخاطب:

واژه مخاطب در فرایند ارتباطات جمعی برای اشاره به دریافت کنندگان در مدل ساده خطی که توسط پیشگامان حوزه رسانه پژوهی ارائه شده است به کار می‌رود.

مخاطب به طور ساده به خوانندگان، بینندگان و شنوندگان یکی از کانال های رسانه ای و یا هر محتوا اشاره دارد .

مخاطبان را می توان به شیوه های متفاوت و متداخل تعریف کرد :

با تکیه بر مکان (رسانه های محلی)

بر اساس مردم (هنگامی که رسانه ای به واسطه یک گروه سنی یا مقوله جنسی یا در آمدی تعریف می شود)

با توجه به نوع خاص رسانه یا کانال ارتباط مربوطه (سازمان ارتباطی)

با استفاده از نوع محتوا (ژانرها ، موضوعات ، سبکها)

بر اساس زمان (موقعی که از مخاطبان گذری در مقایسه با مخاطبان مستمر صحبت می شود)

پس واژه ساده مخاطب حاوی ابهام های بسیار است (دنیس مک کوایل ، ۱۳۸۵، صص ۴، ۵، ۶)

• زندگی روزمره :

از سه عنصر فضا ، زمان و بعد تشکیل می شود. زندگی روزمره رابطه پیچیده ای با تمایزات بین عرصه عمومی و خصوصی دارد که شامل فعالیتهای خانه و همچنین شکل های عادی کار، مسافرت و فراغت است.

در جامعه شناسی، تعریف مفهومی یک موضوع و تحدید واقعیت اجتماعی در قالب الفاظ، کار بی نهایت دشواری است و یکی از چالش های جدی جامعه شناسی به شمار می آید. اما وقتی تعریف به «زندگی روزمره» ارتباط پیدا کند مسلماً این کار دشوارتر می گردد؛ زیرا از یک سو «زندگی روزمره» مفهوم عامی است که همه مفهوم پردازی ها، تعاریف و روایت ها از آن ریشه می گیرند و از سوی دیگر، «زندگی روزمره» دارای ماهیت نسبتاً ناپایدار و سیالی است که به آسانی از زیر بار هرگونه تعریفی شانه خالی می کند. به همین دو دلیل، یعنی فراگیر بودن و سیالیت «زندگی روزمره»

که ویژگی هر امر فراگیری چند ساحتی بودن آن است و ویژگی اساسی هر پدیده سیالی فقدان روش مندی و تعمیم ناپذیر بودن آن، بسیاری از مفسران اجتماعی ورود به حوزه «زندگی روزمره» را مخاطره آمیز و پانهادن به چاه ظلماتِ غیرقابل درک دانسته، و به جای آن، به بررسی واقعیت های کلان اجتماعی نظیر ساخت ها، نظام ها و نهادها روی آورده اند. با این وجود، ابهام ذاتی «زندگی روزمره» و عدم وفاق برداشت جامعه شناسان از آن، موجب نمی شود که نسبت به آن غفلت ورزیده و آن را که اساس و پایه هر واقعیت اجتماعی است، نادیده انگاریم. درست است که نمی توان تعریف جامع و مانعی از «زندگی روزمره» ارائه داد، اما دست کم می توان برخی از ویژگی ها و نشانه هایی را شناسایی کرد که با «زندگی روزمره» ملازمت دارند:

۱) «زندگی روزمره» تمایل به یکنواختی و تکرار دارد. باورها تا جایی قاعده مند و دارای استحکامند که کمتر مورد شک و تردید قرار می گیرند.

۲) ساخته شدن واقعیت اجتماعی در بستر «زندگی روزمره» صورت می گیرد، و به عقیده کسانی همچون برگر و لاکمن، زندگی روزمره تار و پود اصلی جهان اجتماعی را تشکیل می دهد.

۳) «زندگی روزمره» به دلیل مبتنی بودن بر قاعده بدیهی و عادتواره ها، دارای خاصیت آنی غیرتأملی است.

۴) «زندگی روزمره» ظاهر غیر فردی دارد و حضور در فعالیت های روزمره، خود انگیخته، بیرونی، یا در قلمروهای نهادی صورت می گیرد.

۵) در مطالعات روزمره بر دانش زبانی تأکید می شود؛ کاربرد زبان در گفتگوهای روزمره، نشانه ها و تصاویر از اهمیت خاصی برخوردار است.

۶) بنیاد تفکر زندگی روزمره عقل سلیم است، از این رو، تفکر روزمره ترکیبی ناهمگن و التقاطی است، نه مانند تفکر علمی و فلسفی مبتنی بر تأملات علمی. به عبارت دیگر، معمولاً، منطق حاکم بر «زندگی روزمره» منطق عمل است، نه منطق قیاسی و استقرایی.

• فرهنگ :

از فرهنگ تعاریف متعددی ارائه شده است که متجاوز از ۱۶۰ تعریف می باشد که بعضی از این تعاریف مفهوم عام و برخی دیگر مفهوم خاصی از این واژه را به دست می دهند.

یکی از اولین تعاریف نسبتاً جامع از فرهنگ در سال ۱۸۷۱ توسط تایلور^۱ ارائه شده است. این مردم شناس انگلیسی اعتقاد داشت که فرهنگ عبارت است از مجموعه پیچیده ای از علوم، دانش ها، هنرها، افکار، اعتقادات، قوانین و مقررات، آداب و رسوم، سنت ها و به طور خلاصه کلیه آموخته ها و عاداتی که یک انسان به عنوان عضو جامعه اخذ می کند.

به اعتقاد «سمثر» جامعه شناس امریکایی، فرهنگ مجموعه آداب و رسوم و سنت ها و نهادهای اجتماعی است. اسپنسر در کتاب اصول جامعه شناسی خود از فرهنگ به عنوان محیط فوق جسمانی انسان یاد می کند و درصدد جدا ساختن فرهنگ از عوامل جسمانی و طبیعی است. وی اعتقاد داشت که محیط فوق جسمانی خاص انسان است در حالی که انسان از لحاظ دو محیط دیگر (طبیعی و جسمانی) با حیوان دارای وجه مشترک است (محسنی، ۱۳۷۵). شاید لازم باشد تعاریف گوناگونی را که از فرهنگ ارائه گردیده است عنوان کرد، تا مفهوم دقیق تری از این پدیده ذهنی و ناملموس به دست آید.

از تعاریف فوق یک وجه مشترک می توان یافت و آن وجود سلسله ای از باورها و اعتقادات عجین شده در انسان است که ضمیر ناخودآگاه او را هدایت می کند و به قول «ادگار شاین»^۲ لایه مصنوعات و ابداعات، ارزش ها و مفروضات اساسی وجود انسان را اشغال کرده است. (ادگار شاین، ۱۹۷۱) فرهنگ دارای کارکردهای ویژه ای است و آن را «اخلاق انسان» نامیده اند. فرهنگ مشخص می کند که خانواده چه ساختی باید داشته باشد، یک مرد چند زن می تواند بگیرد، و آیا رابطه قبل از ازدواج را باید به حساب یک مرحله آماده سازی در ازدواج تلقی کرد و یا عملی مخالف با اخلاق. فرهنگ ضابطه هایی در جهت اجتماعی کردن و مراقبت از فرزندان برقرار می کند: چه وقت کودکان را باید از شیر گرفت، چگونه باید آنها را پرورش داد و تا چه حد باید به آنها استقلال

^۱ E.B.Taylor

^۲ Edgar Shain

بخشید. فرهنگ به وجود آورنده نظام آموزشی است و مشخص می کند که کودک چه باید بداند و چه باید انجام بدهد. فرهنگ فراهم آورنده ارزش ها است تا کودک صحیح و غلط را تشخیص دهد و بتواند در آینده هدف هایی برای خود برگزیند.

فرهنگ چیزی است که:

۱- از نسلی به نسل دیگر انتقال می یابد.

۲- حالت انباشته دارد.

۳- از محلی به محل دیگر می رود.

۴- در پذیرش و نگهداری چیزها انتخاب می کند.

۵- ماهیتی پیچیده دارد.

فرهنگ دارای کارکردهای زیر است:

۱- اجتماعی کردن افراد

۲- آموزش و پرورش

۳- ارزش های درست و غلط

۴- نظارت اجتماعی

۵- هنجارها، آداب و رسوم

۶- اعتقادات و باورها

۷- نظام زندگی خانوادگی

فصل دوم:

مبانی نظری تحقیق

۲-۱- بررسی تحقیقات پیشین:

در میان تحقیقات و پژوهش‌های انجام گرفته در مراکز تحقیقاتی و دانشگاه‌ها جستجو‌هایی که کردم، نشان از این داشت که در مورد مخاطبان روستایی و عشایری رادیو، تحقیق کیفی انجام نشده است. فقط تحقیقاتی که صورت گرفته پژوهش‌هایی کمی بوده است که در زیر به آنها اشاره می‌شود.

۲-۱-۱- تحقیقات داخلی :

کتاب *رفتارهای فرهنگی ایرانیان* (طرح های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ، ۱۳۸۳) یافته های طرح پژوهشی فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی در مناطق روستایی استان اردبیل است که توسط سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به چاپ رسیده است. این کتاب حاوی ۱۹ فصل است که فصل چهارم آن به تحقیق کمی در مورد مخاطبان روستایی رادیو در استان اردبیل اشاره دارد که محتویات آن در ضمیمه‌ی «و» این مجموعه آورده شده است. این نوشته گزارش تحقیقی است در خصوص فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی خانوارهای روستایی که در آن فعالیت، کالاهای فرهنگی، تقاضا و مصرف آن، تسهیلات فرهنگی و زمان فراغت از مفاهیم اصلی هستند.

در کتاب رفتارهای فرهنگی ایرانیان دسترسی به رادیو، استفاده از رادیو، ویژگی های فردی مخاطبان رادیویی، انواع برنامه های رادیویی و گوش دادن به رادیو های خارجی مورد تحقیق قرار گرفته است.

در تحقیق حاضر شاخصهای استفاده از رادیو غیر از این تحقیق است. ولی ویژگی های فردی و گوش دادن به رادیو مانند این تحقیق بررسی شده است.

در این کتاب استقبال از شنیدن رادیو های خارجی با متغیر های فاصله روستا از شهر و جمعیت روستا تقاطع داده شده است ولی در تحقیق حاضر از مصاحبه عمیق برای دلیل گوش دادن به رادیو های خارجی در روستاهای مرزی استفاده شده است.

نوع برنامه های رادیویی مورد بررسی در این تحقیق متفاوت با این کتاب است.

۲-۱-۲- تحقیقات خارجی :

عنوان پایان نامه‌ی دکترای آقای "روزالی وینوکور"^۱ رادیو و زندگی روزمره است^۲ که طی سالهای ۱۹۹۶ تا ۱۹۹۸ به انجام رسانده است. این تحقیق، مدارک مردم نگاری، از هیجده خانواده از شهر مکزیکوسیتی است که از طریق مصاحبه‌ی عمیق با تقسیم بندی سه طبقه اجتماعی صورت گرفته است.

این پایان نامه بر اساس تحقیقی اجتماعی - مردم شناختی در مورد استفاده های روزانه از رادیو در مکزیکو سیتی نوشته شده است. بر اساس این تحقیق عوامل موثر در تشکیل افکار عمومی و معانی جدید شهروندی با زمینه‌ی زندگی روزمره جدایی ناپذیر است.

رادیو ضرورتاً یک رسانه خانگی و استفاده از آن شخصی است. نه به خاطر جایگاهی که در خانه بدست می آورد ، بلکه به این علت که این رسانه در پیچیدگی ساختارهای نمادین و فرهنگی که زندگی خانوادگی را تشکیل می دهد، نقش دارد.

در این پایان نامه شنیدن رادیو فعالیتی محسوب می شود که وابستگی عمیقی به کارها و برنامه های روزمره داشت.

^۱ Rosalia Winocur

^۲ Radio and everyday life (<http://tvn.sagepub.com/>)

طبق گفته‌ی این مؤلف رسانه توانایی پخش پیام‌هایی را که در محدوده‌ی زمان و مکان دارای قابلیت‌های ایدئولوژیکی هستند، دارد و می‌تواند این پیام‌ها را در گستره‌ی متنوعی از فضاها پخش کند. به طور کلی رسانه‌ها شرایطی را برای ورود پیام‌های ایدئولوژیکی در شرایط عادی زندگی هر روزه به وجود می‌آورند. از این نظر ایدئولوژی به هر نوع نیاز ایجاد شده از طرف گروه‌های مختلف اجتماعی بستگی خواهد داشت.

۲-۲- مبانی نظری تحقیق :

موقعیت‌های مختلف، مسوولیت‌ها، آرزوها، اهمیت‌ها، الزامات، منابع، ابعاد مختلف و گوناگونی در انسان پدید می‌آورد که او را به عنوان موجودی ناشناخته و مرموز معرفی می‌کند.

به همین دلیل انسانها از دیدگاه افراد مختلف و در موقعیت‌های گوناگون ممکن است متفاوت به نظر رسند.

رودنبولر آیین را تمهیدی پرتوان برای نظامی می‌داند که مردم از گوناگونی پیچیده‌ی زندگی روزمره‌ی اجتماعی بر می‌سازند. (رودنبولر، ۱۳۸۷، ص ۲۰۰)

بنا به نظر رودنبولر هم ارتباطات خصلت آیینی دارد و هم آیین دارای جنبه‌های ارتباطی است. آیین در بستر فرهنگ متولد می‌شود.

پیترسون می‌گوید: " فرهنگ در برگیرنده‌ی هزاران هنجار (انتظارات رفتاری)، ارزش (معیار تعیین مطلوب یا نامطلوب، بد یا خوب، زشت یا زیبا)، باور (تصویراتی در باره‌ی عالم و اجزای آن)، نهاد(اشیاء، کنشها یا اصولی که از لحاظ اجتماعی معنای خاص می‌یابند) و فن آوری و روابط مادی است." (گل محمدی، ۱۳۸۶، ص ۱۲۴)

در حقیقت آیین بخشی از فرهنگ محسوب می‌شود. مراسم و شعائر و جشن‌های مختلف در عین حال که آیین هستند، زیر مجموعه‌ی فرهنگ هم به شمار می‌آیند. از سوی دیگر آیینها، فرهنگ ساز هستند و در مجموعه‌ی فرهنگ اثر می‌گذارند و هنجارهای جدیدی در جامعه ایجاد می‌کنند. آشکار

است که آیین منبعی برای تغییر اجتماعی به شمار می آید. چرا که با نظمهای اجتماعی متفاوت همبسته است. (رودنبولر، ۱۳۸۷، ص ۱۰۶)

تولید آثار هنری برجسته و برنامه های موفق رسانه ای بدون شناخت فرهنگ عامه و ادبیات شفاهی میسر نخواهد بود و رسانه ها برای اثر گذاری بیشتر و جلب مشارکت مخاطبان نیازمند استفاده از آثار فولکلور هستند. " رسانه ها با برنامه ریزی علمی عمیق در این رهگذر معنوی، می توانند در تعاملی پویا و مفید با مخاطبان در ارتباط باشند و پرداختن به موارث علمی و دینی و مصادیق ارزشی و معنوی در مجموعه ادبیات شفاهی در دستور کار برنامه سازی قرار گیرد. " (مظاهری، ۱۳۸۷، ص ۵)

دکتر محمدعلی الستی می گوید: با توجه به اینکه در کشور ما فرهنگ شفاهی نسبت به سایر فرهنگها برتری دارد، رادیو در این زمینه می تواند کارکردهای ویژه داشته باشد. یعنی رادیو امتیازات ویژه ای نسبت به سایر رسانه ها از جمله مطبوعات می تواند داشته باشد. (الفت، ۱۳۸۳، ص ۳۷)

هویت دهی رادیو:

رادیو نقش غیر قابل انکاری در هویت بخشی به جوامع دارد. رادیو به دلیل ایجاد ارتباط جمعی بر هویت جمعی هم اثر مستقیم دارد. به نظر اندیشمندان رسانه، رابطه ای معنی داری بین هویت و ارتباط وجود دارد. به عقیده ای تاجفل هویت اجتماعی عبارت است از " آن بخش از برداشت یک فرد از خود که از آگاهی او نسبت به عضویت در گروه های اجتماعی همراه با اهمیت ارزشی و احساسی به این عضویت سرچشمه می گیرد. " (گل محمدی، ۱۳۸۰، ص ۱۵)

افراد پس از شناخت خود با دیگران ارتباط برقرار می کنند. بنا براین وقتی از ارتباطات سخن می گوئیم مباحث مربوط به هویت هم به دنبال آن می آید. سبکهای زندگی روزمره، عضویت در گروه های مختلف و دیگر مصادیق ارتباطی در هویت اثر می گذارند.

" پیچیدگی، کارایی، زیبایی شناسی، تقابل های نشانه شناختی استعاره در سبکی قابل شناسایی گرد هم آمده است تا عضویت گروهی را تعریف و هویت فردی را اجرا کند. وجود نشانه هایی چون

تکرار، تعریف جمعی، شکل نمادین و مشارکت در زندگی جدی آن را همچون امری آیین گرایانه مشخص میکند" (رودنبلر، ۱۳۸۷، ص ۲۰۶)

" هویت اجتماعی نه تنها ارتباط اجتماعی را امکان پذیر می سازد بلکه به زندگی افراد هم معنی می بخشد. " (گل محمدی، ۱۳۸۰، ص ۱۶)

" وسایل ارتباط جمعی موجبات مشارکت فعالانه تر در حیات جمعی را فراهم می کنند و افراد از این طریق هویت خود را باز می یابند. " (ساروخانی، ۱۳۷۷، ص ۹۲)

به نظر مک لوهان گوش دادن به رادیو نیاز به جمع کردن تمام حواس آدمی نیست و رادیو می تواند به عنوان آوایی جنبی در کنار سایر فعالیت های انسان حضور داشته باشد. از این رو یک نوجوان متفکر هنگام استفاده از رادیو احساس نمی کند زندگی خصوصی و خلوتش با شنیدن رادیو به هم می خورد. بدین ترتیب او رسانه ها را به دو دسته ی سرد و گرم تقسیم می کند .

رسانه های سرد، آنهایی هستند که مشارکت بیشتر را می طلبند و رسانه های گرم، آنهایی هستند که مشارکت کمتری را می طلبند. در این زمینه رادیو که مشارکت کمتری را می طلبد، رسانه ای گرم محسوب می شود.

رادیو در بحران:

رادیو در واکنش نسبت به وقایع غیر منتظره می تواند به اوج توانایی خود برسد زیرا اگر بلافاصله تمامی برنامه های خود را به تناسب آن وقایع تغییر دهد، به رسانه ای تبدیل می شود که اغلب مردم، حداقل در لحظات نخست به آن روی می آورد. این وقایع می تواند جنگ، حوادث طبیعی و یا مرگ یک شخصیت برجسته باشد. در همه ی این وقایع رادیو می تواند فوراً واکنش نشان دهد و نه تنها به شنوندگان خود اطلاعات دهد، بلکه با ایجاد این امکان برای آنها که بتوانند در واکنش های خود دیگران را هم سهیم کنند، به آنها آرامش هم بدهد.

به همین گونه می توان اخبار مربوط به شرایط بحرانی را به صورت فوری از طریق رادیو منتقل کرد. حتی افرادی که به طور عادی به ایستگاه محلی خود گوش نمی دهند در شرایط اضطراری این