

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# رادیو جامعه در آسیا و اقیانوسیه

مترجم: حمیدرضا نجفی

دفتر پژوهش‌های رادیو

۱۳۸۸

تهران

سرشناسه : سمینار پخش رادیو جامعه ( ۲۰۰۱ م = ۱۳۸۰ : کاتماندو ، نپال )  
seminar on Community Radio Broadcasting ( 2001 : Kathmandu, Nepal)

عنوان و نام پدیدآور : رادیو جامعه در آسیا و اقیانوسیه / [ویراستار سوچاریتا ایشوار]؛ مترجم حمیدرضا نجفی؛ [برای] دفتر پژوهش‌های رادیو.

مشخصات نشر : تهران: طرح آینده، ۱۳۸۸.

مشخصات ظاهری : ق، ۱۲۳ ص.

شابک : ۹۷۸۹۶۶۴۸۸۲۸۸۱۸ : ریال: ۲۰۰۰۰

وضعیت فهرست نویسی : فیپا

یادداشت : عنوان اصلی: **Community radio in the Asia Pacific**

موضوع : رادیو محلی -- آسیا

موضوع : رادیو محلی -- اقیانوسیه

شناسه افزوده : سوچاریتا ایشوار

شناسه افزوده : **Sucharita Eashwar**

شناسه افزوده : نجفی، حمیدرضا، ۱۳۴۶ - ، مترجم

شناسه افزوده : صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پژوهش‌های رادیو. دفتر پژوهش‌های

رادیو

رده بندی کنگره : HE۱۳۸۰ ۸ س ۵۵ / ۸۶۹۷ / ۹۵

رده بندی دیویی : ۳۸۴ / ۵۴

شماره کتابشناسی ملی : ۱۹۳۱۴۰۵



**مترجم: حمیدرضا نجفی**

ویراستار: مرادمهدی نیا

حروف‌نگار: محبوبه یوسفی مقدم

طرح روی جلد: مهدی بخشایی

ناشر: طرح آینده

نوبت چاپ: اول

شماره پژوهش: ۵۵۰

تاریخ انتشار: ۱۳۸۸

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

بها: ۲۰۰۰۰ ریال

مرکز پخش: فروشگاه‌های سروش

تهران، خیابان ولیعصر، خیابان جام‌جم، صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.

ساختمان شهدای رادیو، تلفن: ۲۲۱۶۷۷۰۸ نمابر: ۲۲۶۵۲۴۸۶

هر گونه استفاده کلی منوط به اجازه کتبی از دفتر پژوهش‌های رادیو می‌باشد.

## فهرست مطالب

---

---

مقدمه مترجم.....	الف
یادداشت مؤلف.....	ج
پیش‌گفتار.....	هـ
سخنرانی W.Javaweera مشاور ارتباطات منطقه‌ای یونسکو در آسیا.....	ط
سخنرانی J.P Gupta وزیر اطلاعات و ارتباطات دولت سلطنتی نپال.....	ل
سخنرانی Shree Poudel Ram وابسته وزارت اطلاعات و ارتباطات پادشاهی نپال.....	ن
نشستی پیرامون پخش رادیو.....	ع
فصل اول: مفهوم رادیو جامعه.....	۱
فصل دوم: رادیو جامعه: دیدگاه استرالیایی.....	۱۳
فصل سوم: رادیو جامعه چه مواردی را در برمی‌گیرد؟.....	۱۹
فصل چهارم: آیا رادیو جامعه عامل فروپاشی است؟.....	۲۷
فصل پنجم: موردی برای رسانه پخش جامعه در نپال.....	۳۵
فصل ششم: مسائل مالی، اداری و حقوقی در آسیا و اقیانوسیه.....	۴۹
فصل هفتم: پخش رادیو جامعه در نپال: مسائل حقوقی.....	۵۱

- فصل هشتم: بررسی وضعیت رادیو جامعه در کشورهای مختلف ..... ۶۱
- فصل نهم: رادیو جامعه در سریلانکا ..... ۶۹
- فصل دهم: صدای تایلند: رادیو جامعه **Ubon Ratchathani** ..... ۷۵
- فصل یازدهم: رادیو جامعه **Betar** بنگلادش ..... ۷۷
- فصل دوازدهم: ایستگاه‌های رادیو جامعه **All India Radio** ..... ۸۳
- فصل سیزدهم: رادیو پاکستان ..... ۹۳
- فصل چهاردهم: رادیو پرونی ..... ۱۰۱
- فصل پانزدهم: پیشرفت‌های آتی در رادیو جامعه ..... ۱۰۵
- فصل شانزدهم: چشم‌انداز و توسعه برنامه‌های رادیو جامعه ..... ۱۱۱

### مقدمه مترجم

یکی از ویژگی‌هایی که برای رادیو در مقایسه به سایر رسانه‌ها برشمرده‌اند، ارتباط صمیمی و گرم آن با مخاطبانش است. این ویژگی باعث شده تا شنوندگان رادیو این رسانه را از آن خود دانسته و پیوندی عمیق و دوطرفه میان آنان برقرار گردد. در این راستا رادیو جامعه، که توسط مردم و برای مردم فعالیت می‌کند، این ویژگی را به بهترین شکل ممکن در خود حفظ کرده است. رادیو جامعه یک ایستگاه محلی است که اعضای یک گروه اجتماعی برای آن و در باره آن گروه برنامه‌های مختلف رادیویی تهیه و پخش می‌کنند. این گروه می‌تواند شامل مردمانی با قلمرو جغرافیایی و فرهنگ بومی مشترک مانند ساکنان یک روستا و یا در خدمت اعضای یک گروه صنفی مانند رانندگان، معلمان، کارگران و یا حتی در جهت حمایت از قشر خاصی از اجتماع مانند زنان باشد. از نظر سازمان ملل این رادیوها اساساً رادیوهای فرهنگی - اجتماعی هستند و در جهت جلب مشارکت‌های مردمی فعالیت می‌کنند. این رادیوها ابزاری برای سازماندهی اجتماعی‌اند که در حول و حوش جامعه‌ای با علایق مشترک و در یک منطقه با مقیاس جغرافیایی کوچک به وجود می‌آیند. آنچه رادیو جامعه را از دیگر ایستگاه‌های رادیویی

متمایز می‌سازد، سطح بالای مشارکت مردم در مدیریت و جنبه‌های گوناگون تولید برنامه است.

از لحاظ گسترش رادیو جامعه در کشورهای گوناگون باید گفت که در حال حاضر حدود سه هزار ایستگاه رادیو جامعه در ۱۰۶ کشور دنیا فعالیت می‌کنند. در خصوص وضعیت این رادیو در آسیا باید گفت که با وجود تکثر قومیت‌ها، تنوع نژادها و فرقه‌های گوناگون مذهبی و همچنین گروه‌های اجتماعی متفاوت تنها ۲۴ ایستگاه رادیو جامعه وجود دارد. یونسکو امیدوار است که با توجه به نقش و جایگاهی که رادیو جامعه در رشد و بالندگی جوامع دارد، زمینه گسترش این رادیوها از طریق توسعه دموکراسی و افزایش مشارکت‌های مردمی در آسیا فراهم شده و مردم این قاره نیز از ارتقاء سطح زندگی برخوردار شوند.

و اما کتاب حاضر حاوی مطالب مطرح‌شده در هم‌اندیشی رادیو جامعه است. این هم‌اندیشی با تلاش و فعالیت AIBD و همکاری یونسکو در نپال برگزار شد. مطالعه و بررسی نکاتی که در این هم‌اندیشی مطرح شد، می‌تواند رهنمودهایی مناسب جهت گسترش و توسعه رادیو جامعه در منطقه آسیا و اقیانوسیه به شمار آید. امیدوارم که مطالعه این کتاب به شناخت هر چه بهتر جایگاه رادیو جامعه در توسعه و ارتقاء سطح زندگی در جوامع منجر شود!

حمیدرضا نجفی



## یادداشت مؤلف

کتاب حاضر مجموعه‌ای از مطالب و مباحث مطرح‌شده در سمینار رادیو جامعه را دربرمی‌گیرد. این سمینار به همت AIBD و رادیو نپال و با حمایت یونسکو برگزار شد. در این سمینار بیش از ۳۵ نفر از برنامه‌سازان و فعالان رادیویی، متخصصان رسانه‌ها و سیاستگذاران و گروه‌های اجتماعی از کشورهای نپال، فیلیپین، سریلانکا، تایلند، بنگلادش، هند، پاکستان و بروئی از منطقه آسیا - اقیانوسیه شرکت کردند.

راهکارهایی که توسط شرکت‌کنندگان در این سمینار مطرح شد، در پایان کتاب آمده است. امیدوارم که مطالعه این کتاب مشوق خوبی باشد برای سیاستگذاران، قانونگذاران، طراحان و فعالان بخش توسعه و برنامه‌سازان و کلیه کسانی که در زمینه تقویت دموکراسی مردمی فعالیت می‌کنند تا بتوانند به کشف و شناسایی رادیو جامعه به‌عنوان طریقی برای شنیدن صدای جوامع نائل آیند و مردم بتوانند در تداوم حیات ملتشان مشارکت یابند و در تعیین سرنوشتشان شریک باشند. در انتظار ظهور رادیوهای جامعه بیشتری در کشورهای منطقه آسیا - اقیانوسیه در سال‌های آتی هستم.

**Sucharita Eashwar**



## پیش‌گفتار

راديو جامعه فرصت بی‌ظنیری را جهت مشارکت مستقیم مردم فراهم می‌کند. این راديو به دنبال تحقق یک دموکراسی مردمی خودجوش بوده و دروازه توسعه اجتماعی به حساب می‌آید؛ از سویی سبب ایجاد ارتباط میان مردم شده و درک موجود در جامعه را توسعه می‌دهد. منطقه آسیا - اقیانوسیه از هویت متفاوتی برخوردار است که از طریق زندگی جماعتی و مشارکت اجتماعی به‌عنوان یک روش زندگی، شکل گرفته است.

این ویژگی سبب تناسب راديو جامعه با فرهنگ و منش ما می‌گردد. تلاش برای توسعه راديو جامعه در چارچوب فلسفه وجودی AIBD از اهمیت زیادی برخوردار است.

AIBD همیشه از مفهوم پخش عمومی - به‌وسیله مردم، برای مردم و متعلق به مردم - حمایت کرده است؛ آنچنان که شورای حاکم بر AIBD نیز این موضوع را تصویب و الزامی کرده است. بنابراین طبیعی است که AIBD به‌عنوان بخشی از این حرکت به حساب آید. به‌علاوه، AIBD ملزم به فراهم‌آوردن صحنه‌ای برای بحث و گفت‌وگو پیرامون سیاست‌های رسانه‌ای شده است. طرح استراتژیک مؤسسه به‌طور آشکار مؤید این نکته است که

AIBD باید مشوق گفت‌وگوها و همکاری‌های منطقه‌ای پیرامون سیاست رسانه‌های الکترونیک در کشورهای منطقه آسیا و اقیانوسیه باشد. در راه تسهیل این فرایند، AIBD صحنه‌ای را جهت همکاری‌های بین‌المللی در راه توسعه رسانه‌های الکترونیک فراهم می‌کند.

AIBD برای عملی‌ساختن این الزام در چنین منطقه‌ی ناهمگونی، با چالش‌هایی روبه‌رو بوده و گام‌های مؤثری در راه تبیین جایگاه رادیو جامعه برداشته است. در ابتدا AIBD تحقیقی را پیرامون جایگاه رادیو جامعه در منطقه، هدایت کرد. نتایج این تحقیق بسیار جالب و ارزشمند است. بسیاری از کشورها همچنان پیرامون مفاهیم رادیو جامعه، استفاده‌ها و سوءاستفاده‌هایی از آن بحث می‌کنند. در ضمن، فعالان رادیو جامعه در کشورهای مختلف یک سری طرح‌های آزمایشی را در اماکنی که با این رادیوی مردمی سروکار دارند، اجرا کرده‌اند. جای امیدواری است که می‌بینیم بسیاری از سازمان‌های عضو وجود این رسانه را در راه تقویت پخش عمومی، ضروری دانسته‌اند.

AIBD در راه تشویق و ترغیب کشورهای عضو جهت گفت‌وگو با یکدیگر، توانسته است سمینار دو روزه پخش رادیو جامعه را در کاتماندو-نپال-پایتخت نپال- از تاریخ ۲۱ تا ۲۲ آگوست ۲۰۰۱ با همکاری یونسکو و رادیو نپال- RNE- برگزار کند. سمینار موردنظر توانست یک بحث سازنده پیرامون رادیو جامعه را مطرح کرده و تلاشی باشد در راه تدوین استراتژی تقویت حرکتی بزرگ‌تر. یک نکته بدیهی در این سمینار وجود داشت و آن، این که بسیاری از محققان رادیو جامعه از منطقه آسیا - اقیانوسیه و اروپا، از طریق مشارکت خود با سمینار، تجربیات فردی و مطالعات موردی خود را تشریح کردند.

در این سمینار شاهد طرح مباحث و گفت‌وگوهای انتقادی در تمامی حوزه‌های موردنظر از جمله مسائل حقوقی، مدیریتی، برنامه‌سازی و عوامل فنی بودیم.

AIBD به منظور تداوم بخشیدن به مباحث اندیشه‌های انتقادی پیرامون رادیو جامعه، اقدام به انتشار این کتاب تحت عنوان **رادیو جامعه در آسیا - اقیانوسیه** نمود که توسط **Sucharita Eashwar** تدوین شد. تمامی مقالات مطرح‌شده در سمینار، در این کتاب یافت می‌شود. لازم است که از تلاش‌های خستگی‌ناپذیر خانم **Sucharita Eashwar** هم برای تدوین این کتاب تشکر کنم.

از تمامی همکارانم در واحدهای پخش و برنامه‌سازی دعوت می‌کنم این کتاب را مطالعه کنند و در این مباحث با ما مشارکت کنند و تجربیاتشان را با ما در میان بگذارند؛ تجربیاتی که شاید با تجربیات ما متفاوت باشد. انتظار می‌رود که انتشار این کتاب سبب وقوع جرقه‌ای در راه تبادل تجربیاتی باشد که منعکس‌کننده تنوع و کثرت فرهنگ‌ها در منطقه آسیا - اقیانوسیه است! اگر این کتاب، بتواند به هر طریقی به ما کمک کند تا رادیو جامعه را بهتر درک کنیم، تلاش ما قطعاً موفقیت‌آمیز بوده است.

### جواد متقی

رئیس انجمن توسعه رادیو و تلویزیون‌های آسیا و اقیانوسیه



### سخنرانی W. Jaya Weera مشاور ارتباطات منطقه‌ای یونسکو در آسیا

به نمایندگی از مدیرکل یونسکو، خوشبختم که حضور شما در سمینار رادیو جامعه که از سوی AIBD تحت حمایت یونسکو برگزار می‌شود، را گرامی دارم.

یکی از برنامه‌های اصلی یونسکو که مربوط به ارتباطات و یک جامعه اطلاعاتی برای همه است و از سوی کشورهای عضو پذیرفته شده است، جایگاه خاصی را به رادیو جامعه اختصاص داده است. یکی از فعالیت‌های کلیدی این برنامه، حمایت و توسعه رسانه‌های جامعه، به‌ویژه در مناطق حاشیه‌ای و محروم است. این فعالیت امروزه بیش از هر زمان دیگری مطرح است.

امروزه بیش از ۱/۲ میلیارد نفر از مردم جهان با درآمدی کمتر از یک دلار و ۲/۸ میلیارد نفر با درآمدی کمتر از دو دلار در روز زندگی می‌کنند. بیشتر این انسان‌های کم‌درآمد در کشورهای در حال توسعه زندگی می‌کنند. نابرابری‌های جهانی به نحو فزاینده‌ای مشهود بوده و گسترش می‌یابند. فقر، حوادث و مناقشات خونین برای ثروتمندان و شیوه زندگی ثروتمندان برای فقرا پخش می‌شود.

در نشست هزارهٔ ملل متحد، رهبران کشورها پیمان بستند که تا سال ۲۰۱۵ آمار مردمی که در فقر زندگی می‌کنند به نصف کاهش یابد. ما باید افکارمان را روی هم بگذاریم تا بتوانیم راه‌هایی را بیابیم که به کمک آنها، نظام‌های رادیویی و تلویزیونی بتوانند در راه حمایت از این هدف، ساختارشان را تغییر دهند. در اینجا، ملاحظات مربوط به سیاست‌های وابسته به ساختارهای متفاوت نظام‌های رادیویی و تلویزیونی و ظرفیت آنها در به‌حرکت‌درآوردن جوامع جهت حصول هدف هزاره بسیار مفید و سودمند هستند.

تعدادی از کشورهای درحال توسعه نسبت به ضرورت کاهش فقر آگاه بوده و در واقع سیاست‌های فقرزدایی خاصی تدوین کرده‌اند. برخی نیز از ابزارهای حیاتی جهت اعمال اصلاحات لازم به‌ویژه به نفع بخش‌های حاشیه‌ای و محروم، استفاده می‌کنند. در تماس قراردادن هر چه بیشتر مردم این مناطق با توسعه، اصل اساسی این اصلاحات را شکل می‌دهد. بسیاری از اصلاحات متوجه تمرکزگرایی از برنامه‌های ملی بوده و قصد دارد تا آنها را استانی، منطقه‌ای و محلی سازد. در این راستا فعالان عرصهٔ توسعه، به ضرورت مشارکت مؤثر عوام در طراحی و اجرا و ارزیابی برنامه‌های توسعه توجه کرده‌اند. شفافیت و توجیه‌پذیری این برنامه‌های توسعه نیز مورد توجه و تأکید قرار گرفته است. وجود یک جامعهٔ مدنی پرتوان که قادر به ادارهٔ خود باشد و بتواند منافع خود را حفظ کند و در شکل‌دهی و اجرای برنامه‌ها و سیاست‌ها مشارکت کند، ضروری است.

شما تصدیق خواهید کرد که برای رسیدن به این هدف، وجود نظام‌های ارتباطی مقتضی، با امکان دسترسی عمومی که بتواند مشارکت آزاد و منصفانه در فرایند تصمیم‌گیری را تسهیل بخشد، بسیار ضروری می‌نماید. این نکته نیز



از اهمیت زیادی برخوردار است که چنین نظام‌هایی خاص اجتماع خواهند بود، زیرا اجتماع، واحد اساسی برای توسعه غیرمتمرکز است. همچنین این نظام‌ها باید ظرفیت و اعتبار لازم جهت به حرکت درآوردن منابع فکری و فیزیکی اجتماعات در سطح عمومی را داشته باشند. وجود کانال‌های دائمی ارتباطی که مناسب عوام باشد، ضرورتی است که به منظور اطمینان از استمرار اصلاحات و آغاز توسعه، باید پدید آید.

تجربه ثابت کرده است که وسایل ارتباطی مشارکت‌جو، به‌ویژه ایستگاه‌های کوچک رادیویی که در اجتماع کوچکی حضور دارند، پتانسیل زیادی در راه رسیدن به تلاش‌های توسعه‌بخش در اجتماعات دارند. رادیو رسانه‌ای فراگیر با حداکثر پوشش است. رادیوی کم‌هزینه جامعه، دارای فعالیتی ارزان‌قیمت و منع‌باظرفیتی در هر اجتماع است.

به‌علاوه، رادیو جامعه، ابزار ارزشمندی در راه حفظ سطح بالای شفافیت و توجیه‌پذیری در امور غیرمتمرکز است. اخیراً، رادیو جامعه به‌خاطر قابلیت خود در فعالیت به‌عنوان رابطی که می‌تواند منافع فناوری‌های ارتباطی را به اجتماعات کوچک ربط دهد، مورد توجه قرار گرفته است و از سویی این واقعیت را آشکار می‌سازد که می‌توان به طرق و ابزار مختلف، بخش‌هایی از جامعه که از «جامعه آگاه» عقب مانده‌اند را نیز به آن پیوند داد، حتی اگر دسترسی فردی به رایانه در آن بخش‌ها میسر نباشد.

هدف اصلی این سمینار برانگیختن این آگاهی میان سیاستگذاران رسانه‌ای است که قابلیت رادیو جامعه و راه‌هایی را که می‌تواند از آن طریق به‌کار گرفته شود تا به حمایت از توسعه جامعه بپردازد، مورد توجه قرار دهد.

از همه مهم‌تر آنکه این سمینار، رسانه‌های بخش عمومی و جامعه را با یکدیگر دخیل می‌داند و اینکه هر گروه به این آگاهی برسد که آنها با یکدیگر

در رقابت نیستند، بلکه نقش‌های متفاوت و مکملی در راه تنویر افکار مخاطب به‌عنوان یک شهروند آگاه و همین‌طور آگاه‌سازی اعضای فعال اجتماع را به عهده دارند.

ما خوشنود هستیم که این سمینار در نپال برگزار می‌شود. نپال از اولین کشورهایی است که رادیو جامعه را به‌عنوان ابزار مهمی در راه توسعه شناخته است.

وزیر محترم، اجازه دهید پیشاپیش مراتب قدردانی خود را نسبت به نقش پیشنازانه کشور شما در شناسایی رادیو مستقل جامعه به‌عنوان ابزار حیاتی سیاست رادیو تلویزیونی در این کشور، اعلام کنم.

به نمایندگی از یونسکو آرزو می‌کنم که شاهد سمینار پربراری باشیم!

\*\*\*

### **سخنرانی J. P. Gupta وزیر اطلاعات و ارتباطات دولت سلطنتی نپال**

بسیار خوشبختم که از طرف دولت پادشاهی نپال به همه شما خوش آمد بگویم. این برای من افتخار بزرگی است که در این اجتماع بسیار مهم در میان شما هستم.

درواقع، آنگاه که افرادی از سراسر دنیا گرد هم می‌آیند تا راجع به آینده رادیو به گفت‌وگو بپردازند حضور خودشان را با شور و شوق بیشتری اعلام می‌کنند. رادیو امروزه نیز مانند گذشته از ویژگی مردمی خاصی برخوردار است؛ به‌ویژه با وجود اختراعات فنی اخیر و تجانس و مقررات‌زدایی رسانه‌ای.

خوشبختانه نپال در منطقه جنوب آسیا با التزامش به آزادی بیان و عقیده، مشعلدار است. قانون اساسی پادشاهی نپال حق دسترسی شهروندان به اطلاعات را تضمین می‌کند.

بحث و مذاکره سازنده راجع به این موضوع، باعث تثبیت کارکرد دموکراسی می‌گردد و رادیو از طریق انسجام و وحدت فرهنگی، اجتماعی و زبانی نقش کلیدی در تقویت دموکراسی ایفا می‌کند.

در پنج سال گذشته شاهد تحول و تغییر بی‌نظیری در قضیهٔ پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی بوده‌ایم. حتی از زمان تأسیس اولین شبکه FM توسط رادیو نیپال در سال ۱۹۹۵، شاهد رشد چشمگیر ایستگاه‌های رادیویی AM خصوصی در پایتخت و دیگر شهرهای نیپال هستیم. پادشاهی نیپال، مشارکت بخش خصوصی را در زمینهٔ پخش رادیویی و تلویزیونی، پذیرفته است. این یک گام بزرگ رو به جلوست که مشارکت فعال جامعه در فرایند رشد و تحول برنامه‌های اطلاع‌رسانی و سرگرمی و فرهنگی با تأکید بر مسائل و موضوعات محلی را تضمین می‌کند. رادیو خصوصی تبدیل به ابزاری شده است که به کمک آن مردمی را که اشتراک منافع زیادی در راه توسعهٔ زندگی مشترک دارند، به هم نزدیک می‌کند. هرچند این ایستگاه‌ها از طریق قوانین حاکم بر نظام‌های پخش برنامه محدود شده‌اند، اما از خودمختاری و استقلال خوبی - که برای هر ایستگاه رادیویی حیاتی است - بهره می‌برند.

البته، مفهوم رادیو جامعه در شکلی محدود در نیپال توسعه یافته است. همچنان تمهیدات قانونی مستقلی برای ادارهٔ رادیو جامعه در نیپال به وجود نیامده است. در اینجا، هر رادیویی پیش از آنکه به دنبال تمهیدات قانونی یا سیاستگذاری باشد، باید تصمیمات را اجرا کند. از طرفی موقعیت و کارکرد ایستگاه‌های رادیویی باید در زمینهٔ زبانی و اجتماعی - فرهنگی خاص معین گردد و از سویی باید به درک درستی از مسائل امنیتی و سیاست انسجام و وحدت نائل شد.

ما از اینکه کشورها و کارشناسان زیادی در زمینه رادیو جامعه مشارکت دارند، احساس خوشبختی می‌کنیم. هرچند مشارکت‌کنندگان می‌توانند چیزهایی راجع به موقعیت‌های گوناگون در کشورهای مختلف یاد بگیرند، از سویی می‌توانند از تجربیات ارزشمند و پربار کارشناسان و منابع انسانی بهره‌مند شوند. هرچند، گام‌های اولیه را در این مسیر برداشته‌ایم، اما دیدگاه‌ها و نتایج مطالعات شما بدون تردید می‌تواند ما را به سوی آینده‌ای روشن هدایت کند.

امیدوارم که این سمینار در دسترسی به اهدافش موفق بوده و مشارکت‌کنندگان اقامت خوشی را در پایتخت پادشاهی هیمالیا، تجربه کنند!

\*\*\*

## سخنرانی Shree Poudel Ram وابسته وزارت اطلاعات و ارتباطات

### پادشاهی نپال

درواقع میزبانی سمینار مهم رادیو جامعه در کاتماندو باعث غرور و افتخار است. من می‌گویم مهم؛ علت این امر وجود چالش‌های حیرت‌آوری است که ما در زمینه‌های ذیل با آن مواجه هستیم:

- وجود فناوری‌های جدید که دیر یا زود باید آنها را بپذیریم.
- ضرورت تهیه و تدارک تمهیدات قانونی معین جهت اداره رادیو جامعه.
- ضرورت ایجاد شرایط مطلوب جهت ترویج رادیو جامعه و خدمت‌ش به جامعه در محیط‌های رقابتی شدید کنونی.

تردید ندارم که به مدد تجربه و توانایی برنامه‌سازان و متخصصان رسانه‌ای که در اینجا گرد آمده‌اند، این مسائل مورد توجه قرار خواهد گرفت. نپال در منطقه آسیا - اقیانوسیه یکی از پیشگامان فعالیت ایستگاه‌های رادیویی خصوصی است. پنج سال گذشته شاهد کسب تجربیات زیادی از

سوی دولت و ایستگاه‌های رادیویی جدیدالتأسیس بودیم. وجود ایستگاه‌های رادیویی با ماهیت رادیو جامعه نیز باعث خشنودی ما می‌شود.

البته، ضرورت یافتن راه‌ها و ابزاری جهت تداوم طولانی‌مدت چنین ایستگاه‌هایی احساس شده است. ما همه می‌دانیم که ایستگاه‌های رادیویی برای مدت زیادی نمی‌توانند به بخش‌ها و مساعدت‌های سخاوتمندان متکی باشند. برای آنکه ایستگاه‌ها کاملاً متعلق به جامعه باشند، باید توسط جامعه اداره شوند. کسانی که کار مشورت برای این رادیوها را انجام می‌دهند، باید آن را به‌خوبی درک کنند و از سویی تمهیدات لازم جهت اطمینان از تداوم و فعالیت طولانی‌مدت این رادیوها باید فراهم گردد.

در نپال، یک سری تمهیدات اساسی برای مالکیت ایستگاه‌های رادیویی وجود دارد. این ایستگاه‌های رادیویی مورد حمایت سیاست ارتباطی و قانون پخش ملی و سایر قوانین پخش ما قرار دارند. البته، این قوانین، ایستگاه‌های تجاری و ایستگاه‌های رادیو جامعه را از یکدیگر تفکیک نمی‌کنند. فقدان قوانین مجزای حاکم بر ایستگاه‌های جامعه، می‌تواند در درازمدت بر کارکرد چنین ایستگاه‌های رادیویی تأثیر بگذارد. امیدوارم که این سمینار، نشست ارزشمندی جهت مشارکت در تجربیات دیگران و آموختن از آنها باشد!

به همه شما خوش‌آمد می‌گویم و آرزو می‌کنم که اقامت خوش و خاطره‌انگیزی در نپال داشته باشید.

## نشستی پیرامون پخش رادیو جامعه

نشست RNe / Unesco / AIBD پیرامون رادیو جامعه، ۲۰ و ۲۱ آگوست ۲۰۰۱ در کاتماندو - پایتخت نپال - برگزار شد. این نشست توسط مؤسسه توسعه پخش آسیا - اقیانوسیه (AIBD) با همکاری رادیو نپال و حمایت فعالانۀ Unesco سازماندهی شد. این نشست با حضور ۴۵ نماینده شامل نمایندگان پخش خصوصی، قانونگذاران، سیاستگذاران، روزنامه‌نگاران، کارشناسان حقوقی و مربیان بزرگ از کشورهای اروپایی، استرالیا، برونزی، بنگلادش، هند، نپال، فیلیپین، پاکستان، سریلانکا و تایلند، برگزار شد. برخی از سازمان‌های رسانه‌ای و توسعه‌ای مانند یونسکو و AMARC نیز، در این نشست دو روزه شرکت کردند.

این نشست به بررسی موضوعات و مسائل و مشکلات و چالش‌ها و پتانسیل مربوط به جنبه‌های حقوقی، اداری و مالی رادیو جامعه پرداخت. این نشست یک بار دیگر بر اهمیت مشارکت جامعه در پخش برنامه‌ها با توجه به شکاف دیجیتالی و تجاری‌سازی پخش برنامه‌ها، تأکید کرد.

اهداف این نشست ادامه بحثی عمیق پیرامون تجربیات و چالش‌های پیش روی رادیو جامعه در حوزه صدور مجوز و فعالیت آن عنوان شده است و پیشنهاداتی ارائه شده که تعریف رادیو جامعه و پیشنهادهایی برای وضع

مقررات ساده ارائه نموده و ساختار مدیریت و فرایند سرمایه‌گذاری آن را بیان می‌کند.

### **پیشنهادهای**

**تعریف:** رادیو جامعه براساس معیارهای زیر تعریف می‌شود:

- غیرانتفاعی
- خدمت به جامعه‌ای خاص
- تشویق به مشارکت جامعه
- سرمایه‌گذاری از طرق مختلف مثل کمک بلاعوض، پشتیبانی مالی، آگهی و حق اشتراک اعضا

### **وضع اصول و قواعد**

- طبقه‌بندی جداگانه‌ای لازم است تا رادیو جامعه تحت مقررات و قوانین پخش برنامه‌ای قرار گیرد.
- وضع یک قانون پخش مستقل ضرورت دارد تا مجوز لازم را صادر و پخش برنامه را در کشور قاعده‌مند سازد.
- باید طرحی برای اختصاص تمامی فرکانس‌ها تدوین گردد و تعدادی فرکانس در منطقه و حوزه خاص برای پخش جامعه اختصاص یابد.
- در تخصیص مجوزها باید به دیدگاه‌های عمومی و نظریات گروه‌های جامعه توجه شود. فرایند انتخاب باید آشکار بوده و براساس معیار معین از سوی قانونگذار صورت گیرد نه براساس تعهدات مالی.
- برای هزینه‌های اداری صدور مجوز رادیو جامعه نباید از حق اشتراک واقعی یا صوری بهره گرفت. دریافت هزینه اشتراک سالانه برای مجوز فعالیت، غیرقانونی است.

- مدت اعتبار مجوز فعالیت ایستگاه حداقل باید پنج سال باشد و در صورت دریافت شکایت از ایستگاه، مقام مسئول قضایی می‌تواند در خصوص ادامه اعتبار آن تجدیدنظر کند.

- متقاضیانی که مجوز دریافت می‌کنند، باید حداکثر تا یک سال پس از دریافت مجوز، پخش برنامه‌های خود را آغاز کنند.

- مدت زمان اختصاص داده‌شده به پخش آگهی و معرفی پشتیبان مالی در هر ساعت، باید در برگ درخواست اولیه برای صدور مجوز تعیین شده باشد.

- ایستگاه‌های رادیو جامعه باید در مالکیت باشگاه‌ها، انجمن‌ها و مؤسسات نماینده جامعه قرار داشته باشند. هیچیک از این سازمان‌ها نمی‌توانند بیش از یک مجوز را در یک منطقه اخذ کنند.

- چارچوب کلی مربوط به قوانین فعالیت ایستگاه‌ها را مقام قضایی ذیصلاح با مشورت گروه‌های رادیو جامعه تدوین و توسعه می‌بخشد. هر ایستگاه رادیو جامعه ملزومات فعالیت خود را در برگ درخواست صدور مجوز تعیین می‌کند و در ارزیابی این درخواست توانایی اجرایی آن ایستگاه در مقایسه با موارد مشابه ارزیابی می‌شود.

- با توجه به ماهیت غیرانتفاعی رادیوهای جامعه، لازم است قوانین خاص جهت گردش سرمایه برای کمک به دریافت‌کنندگان مجوز فعالیت تصویب شود.

#### **مدیریت**

- درخصوص پروژه‌های در حال توسعه رادیو جامعه آن هم در مراحل اولیه، تدوین ساختار مدیریتی مناسب که تضمین‌کننده استحکام و استمرار این رادیو باشد، ضرورت دارد.



- آموزش پرسنل در زمینه طراحی و مدیریت از جمله مدیریت کارکنان، مدیریت امور مالی، افزایش سرمایه و توسعه سازمانی ضرورت دارد.

### **امور مالی**

- دولت‌ها باید از لحاظ قانون و مقررات میان رادیوهای تجاری و جامعه تفاوت قائل شوند و رادیوهای جامعه نیز باید از پرداخت هزینه مجوز معاف شوند.

- دولت‌ها باید از رادیوهای جامعه پشتیبانی مالی کنند؛ مثلاً به کمک بنیاد توسعه که از درآمدهای صدور مجوز و درآمدهای مشابه بهره می‌برد.

- دولت‌ها باید درصدی از بودجه مربوط به ارتباطاتشان را به‌عنوان کمک مالی به ایستگاه‌های رادیو جامعه اختصاص دهند.

### **آموزش**

- سازمان‌های رسانه‌ای عمومی باید از طریق آموزش چگونگی تولید برنامه‌های عالی رادیویی، از رادیو جامعه حمایت کنند.

- دولت‌ها و خیرین باید از تأسیس مؤسسات آموزشی حمایت کنند، تا از این طریق زمینه‌های آموزشی برای فعالیت‌های مختلف رادیو جامعه فراهم شود.

- مؤسسات آموزشی موجود باید از رادیو جامعه حمایت کنند.

- AIBD و یونسکو باید از پروژه‌های آزمایشی در کشورهای که پتانسیل لازم برای راه‌اندازی رادیو جامعه را دارند، حمایت کنند تا مدل‌هایی برای توسعه آتی فراهم شود.



---

## مفهوم رادیو جامعه

---

**Steve Buckley**

AMARC یک NGO (سازمان غیردولتی) بین‌المللی است که حدود ۵۰۰۰ پخش‌کننده رادیو جامعه را از سراسر جهان گرد آورده است. دفاتر اصلی ما در مونترال کانادا است و بخش‌های فعال منطقه‌ای در امریکای لاتین، اروپا و آفریقا داریم. اخیراً ما شاهد توسعه رادیوهای جامعه جدید در چندین کشور آسیایی بوده‌ایم که در این میان نپال اهمیت خاصی یافته است.

### جهانی در تحول

ابتدا می‌خواهم بحث را با بردن شما به دنیایی دیگر آغاز کنم و آن دنیای جهانی شدن است؛ دنیایی در بحبوحه و انقلاب. قدرت پردازش رایانه‌ای، برقراری ارتباط با سرعت نور و دیجیتالی‌سازی کلیه اشکال کسب اطلاعات باعث جایگزینی عصر اطلاعات به‌جای عصر صنعت می‌شود. کالاهای سمبولیک جایگزین کالاهای مادی در تبادلات جهانی می‌گردد و آگاهی و اطلاعات، به‌عنوان پول رایج مطرح می‌شوند. از میان پنج شرکت بزرگ در

بازار مبادلات جهانی، چهار تای آنها در زمینه اطلاعات فعالیت دارند که عبارتند از:

Ciscosystems-Vodaphone و Mannesmann، AOL-Time Warner،  
Microsoft.

همچنان که الگوهای ارتباطی تغییر می‌یابند، ما شاهد تغییر در روابط سیاسی و اجتماعی هستیم. مطبوعات سبب بروز انقلاب در انتشار اندیشه‌ها، اطلاعات و سازمان سیاسی در طول پانصد سال گذشته شده است. اما درخصوص کسانی که قادر به خواندن یا نوشتن نیستند نیز اشکالی از استثنائات اقتصادی و اجتماعی را مطرح کرده که امروزه نیز بر آن پافشاری می‌شود.

آخرین تحول در زمینه ارتباطات در اواخر قرن گذشته با ظهور الکترونیسته و تجربیات اولیه در به‌کارگیری ابزار الکترونیکی ارتباطی، به‌وقوع پیوست. امروزه ارتباطات الکترونیک از سویی جهانی و از سوی دیگر آنی و فوری است. هرچند تحول جزء ذاتی فناوری‌های جدید است، اما از نظر بیشتر مردم این امر دور از واقعیت است. کامپیوترها و اینترنت برای اکثریت مردم قابل دسترسی نیستند و حتی در کشورهای فقیر، مانند نپال، عده زیادی از مردم حتی به برق نیز دسترسی ندارند.

انقلاب اطلاعات سبب انسجام و یکپارچگی خدمات بانکی، بازار کالاها و سیستم‌های داده‌ها و جریان سرمایه در جهان شده است، اما از طرفی هم باعث جدایی و ایجاد فاصله میان کسانی شده که به اطلاعات دسترسی دارند و آنهایی که چنین امکانی را ندارند.

در طول ۱۰۰ سال گذشته، تنها یک رسانه الکترونیکی توانسته است به‌طور هم‌زمان در دنیای پیشرفته و دورترین نقاط کشورهای فقیر حضوری

صمیمی داشته باشد؛ البته این رسانه، رادیوست و به این دلیل است که ما می‌خواهیم راجع به پتانسیل بسیار زیاد رادیو صحبت کنیم.

### آزادی بیان

در این راستا، من اعتقاد دارم که یادآوری این نکته برایمان اهمیت زیادی دارد که آزادی بیان به‌عنوان یک حق انسانی و حیاتی در ماده ۱۹ منشور جهانی حقوق بشر، مطرح شده است. آزادی ارسال و دریافت اطلاعات زیربنای بسیاری از حقوق انسانی است.

این حق در واقع ابزاری است که به کمک آن سایر حقوق انسانی مورد حمایت و توسعه قرار می‌گیرد.

در عصر اطلاعات، آزادی بیان، اهمیت تازه‌ای می‌یابد؛ همچنین توانایی ارسال و دریافت اطلاعات بر زندگی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ما حاکمیت فزاینده می‌یابد؛ دستورالعمل جدیدی که بیانگر حق برقراری ارتباط است؛ دستورالعملی که در آن دسترسی به رسانه‌ها و فناوری‌های جدید ارتباطی به‌عنوان بخش اساسی زندگی عمومی و فرهنگ دموکراتیک در نظر گرفته می‌شود.

من اعتقاد دارم که رسانه‌های جامعه شکل‌دهنده جلوه‌های صوتی و تصویری این دستورالعمل هستند. به سه اصل اساسی رسانه‌های عمومی، آموزشی و اطلاع‌رسانی و سرگرمی، می‌توان اصل چهارم دسترسی و مشارکت را اضافه کرد.

در چارچوب یک سیاست درست می‌توان به این نتیجه رسید که رسانه‌های جامعه می‌توانند نقش و سهم بسزایی در توسعه برابری و ظرفیت‌های اجتماعی و همچنین توسعه مدل‌های بادوام پیشرفت و دموکراسی و مشارکت محلی در فرایندهای تصمیم‌گیری، داشته باشند. علاوه

بر آن من اعتقاد دارم که رسانه‌های جامعه می‌توانند به‌عنوان یک پل ارتباطی میان جوامع جداافتاده و گفت‌وگوی جهانی که دنیای ما را شکل می‌دهند، عمل کنند.

مرکز رسانه‌ای جامعه، از طریق دسترسی به رادیویی که با ماهواره و اینترنت پیوند دارد، می‌تواند به‌عنوان یک مرکز اطلاع‌رسانی مطرح باشد که در آن آگاهی جهانی با زمینه‌ها و موضوعات محلی متناسب می‌شود و تلاش‌ها جنبه جهانی می‌یابند. رادیو جامعه می‌تواند اولین و آخرین حلقه ارتباطی در زنجیره اطلاعاتی باشد.

### تاریخچه رادیو جامعه

من قصد دارم تا به تشریح رادیو جامعه، نه به‌عنوان یک مفهوم بلکه به‌عنوان یک فعل پردازم. در راستای انجام این کار، ابتدا به بررسی تاریخ رسانه‌های پخش می‌پردازم و سپس سفری به دور دنیا خواهم داشت تا سرانجام به کاتماندو برسم.

آقایان Peter Lewis و Jerry Booth (۱۹۸۹) در کتاب **رسانه نامرئی** به سه رهیافت پیرامون رادیو دست می‌یابند که هرکدام از دیگری متفاوت بوده و با یکدیگر در تعارض قرار دارند: مدل بازار آزاد، پخش عمومی و رادیو جامعه.

براساس دیدگاه آنان هدف نظام تجاری، تسخیر بازارهای جدیدتر و توسعه مرزهای جدید بوده و قصد رقابت و حتی سلطه بر حوزه سرویس عمومی مدنظر است. هدف سرویس پخش عمومی، دفاع از قلمرو، صنایع و هویت ملی در مقابل چنین تهاجمی است. رادیو جامعه بخش سوم را تشکیل می‌دهد که هدف آن دفاع از حقوق بشر در مقابل تعدی دولت و سرمایه‌داری است. براساس این تفسیر و تعبیر، رادیو جامعه از سیستم پخش عمومی

متفاوت است و ضرورتاً در رقابت با آن قرار ندارد. در واقع، همچنان که سیستم‌های پخش سنتی و دولتی خودشان را اصلاح می‌کنند تا بر مدل‌های هدف منطبق شوند و سرویس عمومی را در قلب مأموریت خود قرار دهند، می‌توانیم رادیو جامعه را به‌عنوان شکل بومی و مکمل پخش عمومی در نظر بگیریم.

تاریخ اولیه پخش عمومی از مستندات خوبی برخوردار است، به‌ویژه در زمینه ظهور مدل اصلی که در خدمت دولت - ملت بوده است. سرویس پخش عمومی در موفق‌ترین حالت خود، در خدمت اتحاد دولت - ملت‌ها و خلق و پرورش هویت ملی بوده است. این رادیوها سبب افزایش دسترسی شهروندان به اطلاعات شده و آموزش آنها را تسهیل بخشیده است و از سویی سبب دسترسی گسترده آنها به هنرها و سرگرمی‌ها شده است.

اما شاهد یک بخش تاریک در پخش دولت - ملت‌ها هستیم، زیرا این رسانه‌ها، به‌عنوان ابزار تبلیغات و سخنان نفرت‌آمیز مطرح شده‌اند. این رسانه‌ها در دهه ۱۹۳۰ در آلمان توانستند هیتلر را به قدرت برسانند و در دهه ۱۹۹۰ در آنگولا، رواندا و یوگسلاوی سابق سبب ایجاد تنفر نژادی و جنگ تحت عنوان دفاع از هویت ملی شده‌اند.

## اروپا

مدل اروپایی سیستم پخش دولتی در سراسر مستعمرات سابق اروپا از جمله آسیا، آفریقا و حوزه کارائیب و اقیانوسیه، گسترش یافته است. در خود اروپا، انحصارطلبی نظام پخش دولتی حداقل تا دهه ۱۹۷۰ حاکم بوده است. اتریش آخرین دولت اروپایی بود که به دنبال رأی دادگاه حقوق بشر اروپایی مبنی بر اینکه انحصار دولتی نقض ماده ۱۰ کنوانسیون اروپایی حقوق بشر را به دنبال دارد، انتشار امواج را آزاد کرد.

حال، با گذشت بیش از سی سال در اروپا، تعداد ایستگاه‌های رادیویی جامعه خصوصی از تعداد انگشت‌شمار موجود در اواخر دهه ۱۹۶۰ و ۷۰ امروز، به هزاران مورد رسیده است. به‌عنوان مثال در هلند - که نصف جمعیت نپال را دارد - حدود ۳۰۰ ایستگاه رادیو جامعه (یعنی در هر شهر و روستایی یک ایستگاه رادیو جامعه) وجود دارد. فرانسه دارای ۶۰۰ ایستگاه رادیو جامعه است. این ایستگاه‌ها به اتکاء آگهی‌ها ایجاد شده‌اند اما از سوی دیگر به درآمدهای تجاری رادیو متکی هستند.

### ایالات متحده آمریکا

در ایالات متحده آمریکا ایستگاه‌های رادیویی تجاری خصوصی از همان روزهای نخست در کنار پخش عمومی قرار داشته‌اند؛ البته نه در امتداد پخش دولت - ملت، بلکه از مدل رادیوهای جامعه بهره گرفته‌اند. در ایالات متحده آمریکا، سرویس رادیوهای عمومی، اساساً محلی و بومی هستند و به دنبال کسب سود نیستند، بلکه مبتنی بر کمک شنوندگانشان قرار دارند. رادیو جامعه در آمریکا از تاریخی غنی برخوردار است و تاریخچه آن به سال ۱۹۴۹ - یعنی زمان نصب و راه‌اندازی KPFA در کالیفرنیا - برمی‌گردد. امروزه نیز این روند از طریق توسعه ایستگاه‌های رادیویی کوچک ادامه یافته است.

### آمریکای لاتین

از ایالات متحده که بگذریم، تردیدی نیست که آمریکای لاتین توانسته است شاهد توسعه و پیشرفت‌هایی در عرصه رادیو باشد. بیشتر این پیشرفت‌ها پس



از انقلاب یا به دنبال جابه‌جایی رژیم‌های نظامی با دولت‌های مردمی صورت گرفته است.

رادیوهای معدن‌چیان بولیوی اولین نمونه مستند از این رادیوهاست که به‌عنوان رسانه ارتباطی مردمی مطرح شده‌اند. رادیوهای معدن‌چیان در سال ۱۹۴۸ با تولد رادیو **Sucre** در مناطق «Cancaniri» و رادیو **Nuevos** در شهر «توپاز» در جنوب بولیوی، شروع به کار کردند. تا دهه ۱۹۶۰ حدود ۲۳ ایستگاه رادیویی، عملاً در مناطق دارای معدن فعالیت می‌کنند که سبب ارتباط کارگران و خانواده‌هایشان و همچنین جوامع شده‌اند. معدن‌چیان نیز با پرداخت مبلغی از حقوق خود به بقاء این رادیوها کمک می‌کنند.

این ایستگاه‌ها منبع ارزشمندی جهت کسب اطلاعات و محرک بزرگی برای مباحث محلی هستند. در طول ۲۰ سال گذشته در سراسر منطقه آمریکای لاتین شاهد رشد رادیوهای مردمی و جامعه بوده‌ایم. رادیوهای آموزشی زیادی را نیز شاهد هستیم اما این رادیوها خارج از ساختار آموزش رسمی قرار دارند. همچنین در این منطقه ایستگاه‌های رادیویی مردمی بومی وجود دارند که زبان و سنت‌های بومی را مورد توجه قرار می‌دهند. برخی ایستگاه‌های رادیویی توسط سازمان‌های متعلق به کشاورزان و گروه‌های زنان و برخی نیز توسط کلیسای کاتولیک، دانشگاه‌ها و اتحادیه‌های بازرگانی اداره می‌شوند. مشابه این وضعیت را در بولیوی شاهد هستیم.

## آفریقا

در آفریقا رادیوهای غیردولتی در سال‌های اخیر توسعه یافته‌اند. در سال ۱۹۸۵ در سراسر این قاره تنها ۱۰ ایستگاه رادیویی مستقل وجود داشت. در دهه اخیر شاهد تغییرات اجتماعی و سیاسی زیادی در منطقه بوده‌ایم که حاصل ترکیب نیروهای خارجی و به‌ویژه پایان جنگ سرد و تأثیر صندوق

جهانی پول و بانک جهانی بوده است. از سویی هم شاهد موقعیت اقتصادی نامناسب بوده‌ایم. به همراه آزادی اقتصادی و دموکراتیزه‌شدن تدریجی دولت، امروزه شاهد ایجاد صدها ایستگاه رادیویی جامعه هستیم.

پشتتاز این پیشرفت‌ها، کشورهای مالی و آفریقای جنوبی بوده‌اند. در مالی، فرایند بالفعل مقررات‌زدایی سبب گشوده‌شدن درها به روی طیف وسیعی از سرویس‌های رادیویی از جمله ایستگاه‌های رادیویی کوچک گردید که سبب جلب کمک‌ها و حمایت‌های قابل توجه عمومی و سیاسی شد.

سایر کشورهای غرب آفریقا نیز از این الگو پیروی کردند؛ کشورهایمانند سنگال، بنین و **Coted'ivoire**. در آفریقای جنوبی پس از آپارتاید، رادیو جامعه به‌عنوان ابزاری برای تقویت اکثریتی به حساب می‌آید که در گذشته از امواج رادیویی محروم بودند. رادیو جامعه در آفریقای جنوبی به‌عنوان ردیف سوم در کنار رادیو دولتی و تجاری، از موقعیت مجزایی برخوردار است و حدود ۸۰ ایستگاه رادیویی مجوز پخش دریافت کرده‌اند. مدل آفریقای جنوبی در سایر کشورها مانند مالای، نامیبیا و اتیوپی مورد پذیرش واقع شده است.

## آسیا

در آسیا حضور فراگیر گیرنده‌های رادیویی با رادیوهای جامعه تناسب ندارد، هرچند نشانه‌هایی از امید وجود دارد. در جنوب آسیا، نپال و سریلانکا، پشتتاز بوده‌اند. در واقع، رادیو **Sagarmatha** سبب شهرت نپال در زمینه رادیو جامعه و حرکت مربوط به آن گردیده است و کنفرانس جهانی سال ۲۰۰۲ پیرامون رادیو جامعه نیز در نپال برگزار می‌گردد.

اما در هندوستان وضعیت برعکس است؛ پروژه‌های رادیو جامعه در Pashtapur و Bangalore از استودیوهایی برخوردار بوده و آماده فعالیت

هستند، اما به علت عدم دریافت مجوز، عقب‌نشینی کرده‌اند. در بنگلادش یک شبکه از سازمان‌های غیردولتی می‌کوشد تا رادیو جامعه را راه‌اندازی کند و احتمالاً موفق نیز خواهد بود. پاکستان نیز بدون شک باید انتظار بکشد، زیرا رادیو جامعه به‌ندرت از دموکراسی پیشی می‌گیرد.

در آسیای جنوب شرقی، پروژه رادیو جامعه Tambull پیشقدم شده است. در تیمور شرقی دو ایستگاه رادیویی جامعه از زمان استقلال راه‌اندازی شده‌اند و انتظار می‌رود این تعداد به‌زودی افزایش یابد. در تایلند، به موجب قانون مصوب سال گذشته راه‌اندازی رادیو جامعه تصویب شد، اما تمهیدات این کار به‌کندی صورت می‌گیرد. در ویتنام و لائوس شاهد پیشرفت‌هایی هستیم. در اندونزی هرچند رادیو خصوصی تقویت شده است، اما رادیو جامعه از عمومیت زیادی برخوردار نشده است. در سایر مناطق آسیای جنوب شرقی رادیو جامعه به‌ندرت یافت می‌شود.

### رسانه‌های پخش حامی دموکراسی

چارچوب قانونی به‌عنوان ضروری‌ترین عنصر در زمینه توسعه رادیو جامعه از قدرت دولت ناشی می‌شود و به‌کارگیری فرکانس رادیو به‌طورکلی و صدور مجوز پخش به‌طور خاص را اجازه می‌دهد. مقررات‌زدایی رسمی و صوری در آسیا، استثنایی بر قوانین و مقررات به حساب می‌آید و مدل سیاست عمومی که در اروپا و آفریقا پدید آمد، به‌نحو گسترده‌ای پذیرفته نشده است. اعتقاد من این است که این امر از ارتباط نزدیک با مدل‌های حاکمیت دموکراتیک ناشی می‌شود. توانایی مردم به مشارکت در رسانه‌ها، به وجود یک محیط دموکراتیک وابسته است.

می‌توان گفت که کیفیت دموکراسی یک جامعه به عملکرد ارتباطات آن جامعه برمی‌گردد. در یک دموکراسی ارتباطی، مشارکت شهروندان، جامع و

مشارکتی تعاملی خواهد بود. در این نظام قدرت و تعقل انعکاس می‌یابد، مشاوره به‌عنوان یک هنجار مطرح می‌گردد و انتقاد مورد تشویق قرار می‌گیرد. به تغییرات اجتماعی از طریق درک آزادی‌ها و دستاوردهای اجتماعی، بهای زیادی داده می‌شود.

### دموکراسی محدود

در محیط‌های دموکراتیک محدود، فشارهایی بر ارتباطات وارد می‌آید که باعث افت پیشرفت رادیو جامعه و دیگر رسانه‌های ارتباطی می‌گردد. نشان دموکراسی محدود، توجه زیاد به قانونگذاری و وضع مقررات و ارزش کم قائل شدن برای تغییرات اجتماعی است. مشارکت شهروندان به فعالیت‌های دوره‌ای و کلیشه‌ای مانند شرکت در انتخابات محدود می‌شود. دانش و آگاهی بر عهده متخصصان، کارشناسان و نخبگان قرار می‌گیرد و قدرت نیز ناشی از دولت است و حقوق و آزادی‌ها برعکس تعریف می‌شوند. در دموکراسی محدود تنها یک نظام پخش جهت اطلاع‌رسانی به شهروندان و آگاهی‌شان نسبت به انتخاب‌های دموکراتیک محدودشان وجود دارد.

حتی در یک محیط رسانه‌ای جهانی، هیچ الزامی جهت توسعه مشارکت شهروندان در فرایند ارتباطات وجود ندارد. تردیدی نیست که چنین دیدگاهی نسبت به دموکراسی، در بخش‌های زیادی از جهان محفوظ خواهد ماند. بدون تردید، مفهوم دموکراسی ارتباطی نقش محوری در به‌کارگیری رادیو جامعه به‌عنوان رسانه ارتباطی مردمی دارد. اگر ساده‌تر بگوییم، ایستگاه‌های رادیو جامعه، به دنبال سود و منفعت نیستند، بلکه به دنبال ارائه خدمات به جامعه مدنی‌اند؛ خدماتی که مستقل از دخالت دولت است و درعین حال تلاش می‌کند تا بر افکار عمومی تأثیر گذاشته و اجماع ایجاد کرده و

دموکراسی را تقویت نموده و بیش از همه، احساس تعلق به جامعه را ایجاد کند.

در مقابل، کسانی که روند توسعه رادیو جامعه را کند می‌کنند، کسانی هستند که عمداً سعی می‌کنند تا دموکراسی را محدود کرده و مشارکت شهروندان را در فرایند سیاسی جامعه محدود سازند و وضعیت حاکم را حفظ کنند. چنین گرایشاتی غیرمعمول نیست و تلاش زیادی صورت می‌گیرد تا راه‌های حاکمیت دولت در تمام بخش‌های جهان گسترش یابد. وضعیت رسانه‌ها به‌طور کلی و بود یا نبود رادیو جامعه به‌طور خاص، یکی از مؤلفه‌های حاکمیت مطلوب بوده و علت اهمیت این مسئله مشخص است.

### **رادیو جامعه: زمان آن فرارسیده است**

از سوی دیگر نه تنها دولت‌های دموکراتیک، بلکه سازمان‌های بزرگ چندوجهی مانند یونسکو، UNDP و حتی بانک جهانی نیز اعتقاد دارند که رادیو جامعه ایده‌ای است که زمان آن فرارسیده است و اینکه این رادیو سهم اجتماعی زیادی داشته و توسعه آن باید مورد حمایت قرار گیرد. از سویی دیگر لازم است برای توسعه جنبه‌های مختلف آن موارد زیادی سنجیده شود:

- سیاست‌گذاران، قانونگذاران، NGOها و CSOها، باید درباره ظرفیت‌های آموزشی و توسعه رادیو جامعه آگاهی یابند.

- به منظور در نظر گرفتن ویژگی‌های خاص رادیو جامعه اصلاحات قانونی باید انجام گیرد و تمهیدات لازم جهت حمایت از این رادیو در چارچوب سیاست و قانونگذاری مربوطه فراهم گردد.

- باید به رادیوهای جامعه موجود کمک کرد تا بتوانند با فناوری‌های دیجیتالی تولید انطباق یابند و دسترسی‌شان به اینترنت افزایش یابد.

- ارتباطات موجود میان رادیو جامعه و مراکز ارتباطات از راه دور مانند سایر فرصت‌ها باید مورد تشویق قرار گیرد تا سبب دسته‌بندی منابع ارتباطی در سطح جامعه گردد.

- از سویی در سطح ملی و منطقه‌ای نیز باید مؤسسات و شبکه‌های ثانویه‌ای تأسیس گردد تا وظیفه آموزش، هدایت، حمایت و مشاوره را برعهده گیرد.

در هنگام بحث راجع به سیاست جهانی ارتباطات این سؤال پیش می‌آید که آیا رسانه‌ها و ارتباطات در بخش منافع عمومی با هدف خدمت عمومی بهتر فعالیت می‌کند یا اینکه بهتر است در بخش خصوصی و براساس قاعده رقابت و بازار فعالیت کنند؟

از این دیدگاه، تصور می‌شود که دولت‌های پیشرفته و پخش‌کنندگان روشنفکر سرویس عمومی، بدون تردید با رادیو جامعه همسو هستند. ما همه با هم متحد هستیم و لازم است در موضوع تمرکز رسانه‌های جهانی به تعادلی برسیم و لازم است درخصوص این مسئله نیز به توافق برسیم که همه صداها در جهان، حتی صدای مردم مستمند، باید بیان شده و شنیده شوند.

---

## رادیو جامعه: دیدگاه استرالیایی

---

Ian MC Garrity

با نگاهی به تجربه استرالیا، می‌توانم ویژگی‌های ذیل را برای رادیو جامعه برشمارم:

- این ایستگاه‌ها، ورودی‌های خود را از جامعه دریافت می‌کنند و چنانچه در مالکیت جامعه نباشد، حداقل از سوی جامعه یا یک گروه اجتماعی، کنترل می‌شوند.

- این رادیوها به دنبال کسب سود نیستند. به عبارتی آنها درآمدهایی را که کسب می‌کنند برای جبران هزینه‌هاست یا به منظور توسعه ایستگاه صورت می‌گیرد.

- آنها غالباً نوعی یارانه از سوی حکومت محلی و یا دولت دریافت می‌کنند.

- ایستگاه به کمک عده‌ای از داوطلبان که از کارکنان حرفه‌ای رسانه نیستند، اداره می‌شود.

مخاطب برنامه‌ها غالباً از لحاظ تعداد یا پوشش جغرافیایی حجم کوچکی را دربرمی‌گیرد. این رادیو در مقایسه با رادیوهای ملی یا تجاری منافع گروه اندکی را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. ایستگاه، منابع درآمد را در یکدیگر ادغام کرده است؛ منابعی که به‌طور انحصاری ناشی از فروش فرصت‌های پخش آگهی نبوده است.

### چرا وجود رادیو جامعه ضرورت دارد؟

در کشورهایی که سیستم پخش آنها توسعه یافته است - مانند استرالیا، ایالات متحده و اروپا - رادیوهای تجاری شبکه‌های زیادی را در برمی‌گیرند و در واقع ایستگاه‌های متعددی تحت یک مالکیت واحد قرار دارند و از برنامه‌ها و شخصیت‌های شبکه‌ای بر اساس اقتصاد معیار بهره می‌برند. در این ایستگاه‌ها، برنامه‌ها به منظور جذب مخاطب گسترده تولید و پخش می‌شود، زیرا هدف اولیه کسب سود بیشتر برای مالکان آنهاست. بنابراین، این ایستگاه‌ها چندان تمایلی ندارند که مطابق میل اقلیت باشند.

در این سناریو، رادیو جامعه، یک سرویس جایگزین است که غالباً به عنوان یک صنعت خانگی مطرح بوده و به کمک عده‌ای داوطلب که در واقع فعالان و دانشجویان طبقه متوسط هستند، اداره می‌شود.

در کشورهایی که سیستم‌های پخش آنها پیشرفته نیست، ممکن است برخی جوامع و یا اقلیت‌ها - به‌ویژه در مناطق روستایی - تحت پوشش سرویس‌های رادیویی قرار نگیرند. در چنین شرایطی، ممکن است رادیو جامعه نخستین سرویس به حساب آید. رادیو جامعه این فرصت را برای ساکنان مناطق دوردست و اقلیت‌های نژادی و مذهبی فراهم می‌کند تا به سرویس‌های رادیویی دسترسی داشته باشند. داوطلبان در چنین شرایطی



ممکن است به راحتی در اختیار نباشند و جامعه مورد نظر نیز ممکن است سرویس رادیو را به عنوان یک فرصت در زندگی در نظر بگیرد.

### ساختار رادیو جامعه

براساس نیازهای محلی و منابع انسانی، مالی و فنی موجود، ساختار ایستگاه می تواند یکی از این موارد یا ترکیبی از اینها باشد:

- ایستگاه مستقل محلی با ورودی های تولید شده محلی
- ایستگاه های محلی انتقال دهنده برنامه های شبکه ای به همراه برنامه هایی با محتوای محلی در میان آنها

- ارائه برنامه به سرویس های ملی و منطقه ای که پخش محلی دارند هر یک از این ساختارها می توانند یک یا ترکیبی از مدل های ارسال برنامه (ماهوره ای، FM، AM موج کوتاه یا کابلی) را به کار گیرند.

### سیستم پخش استرالیا

سیستم موجود پخش برنامه های رادیویی در استرالیا شامل سه حالت ملی، تجاری و جامعه است. رادیو جامعه غالباً به عنوان یک سیستم جایگزین در شهرها مطرح است، اما برای جوامع بومی به عنوان یک سیستم نخستین و به عبارتی انتخاب اول ایفای نقش می کند.

ایستگاه های رادیو جامعه، جهت برنامه سازی، ارائه و تبادل و پخش برنامه ها از طیف وسیعی از فناوری های موجود بهره می برند. حدود ۳۰۰ ایستگاه رادیویی جامعه با مجوز فعالیت در استرالیا مشغول پخش برنامه هستند که از این میان ۸۰ ایستگاه در نواحی دوردست فعالیت می کنند.

## صدور مجوز

مجوزهای رادیو جامعه توسط beauty contest اعطا می‌شود، البته نه به بالاترین پیشنهاددهنده، یعنی پیشنهاددهنده‌ای که بیشترین سود را برای جامعه‌ای که برایش برنامه می‌سازد، لحاظ کند. سایر شرایط لازم برای مقاضیان عبارتند از:

- دارای ساختار منفعت طلب نباشند.
  - آگهی‌پذیر نباشند، بلکه تنها از پشتیبان مالی برخوردار باشند.
  - در هر یک ساعت برنامه، حدود پنج دقیقه به پشتیبان مالی اختصاص یابد که این زمان باید میان برنامه‌ها و یا فواصل طبیعی در یک برنامه باشد.
  - هیچ هزینه یا آبونمانی از شنوندگان اخذ نشود.
  - باید در خدمت جامعه‌ای باشد که نامش را معرفی کرده است.
- در استرالیا حدود ۱۵۰۰۰ نفر در ایستگاه‌های رادیو جامعه کار می‌کنند که ۳۰۰ نفر از آنان کارکنان تمام وقت هستند. میانگین هزینه سالانه هر ایستگاه ۱۷۵۰۰۰ دلار استرالیاست و برخی از ایستگاه‌های مناطق دوردست سالیانه ۵۰/۰۰۰ دلار استرالیا هزینه در بردارند. الگوی درآمدی این ایستگاه‌ها به این شرح است:

- پشتیبانی مالی و فروش زمان پخش ۵۵٪
- حق اشتراک ۱۲٪
- سرمایه دولتی ۱۴٪
- فعالیت‌های تجاری ۶٪
- سرمایه‌گذاری محلی ۱۳٪

جدا از سرمایه‌گذاری ۱۲ میلیون دلاری مسئولان محلی

توزیع، انتقال، تبادل و پخش از طریق AM، FM و HF انجام می‌شود. توزیع از طریق ماهواره، پخش زمینی و جابه‌جایی نوار صورت می‌گیرد. شبکه‌هایی که برنامه‌ها را ردوبدل کرده و پخش می‌کنند عبارتند از: کانال موسیقی استرالیایی (از طریق ماهواره)، اخبار رادیو ملی (از طریق ماهواره)، سرویس رادیو محلی و ملی (از طریق ماهواره)، سرویس اخبار بومی - ملی (از طریق ماهواره) و تبادل منطقه‌ای (از طریق نوار).

### مدل‌های شبکه

مدل **out back digital network**: این شبکه با به‌کارگیری فناوری دیجیتالی، چهار جامعه بومی در مناطق دورافتاده را از طریق تلفن، رایانه و نوارهای ویدئویی تولیدی محلی، ویدئو کنفرانس و پخش معمولی به یکدیگر مرتبط می‌سازد. این شبکه‌ها همچنین فرصتی برای فروش صنایع هنری بومی، ملاقات زندانیان و همچنین وحدت دوباره خانواده‌ها فراهم می‌کنند.

مدل **BRACS (پخش برای جوامع بومی دورافتاده)**: این شبکه اقدام به پخش برنامه‌های رادیو و تلویزیون استرالیا (ABC) می‌کند که از طریق فرستنده کم‌قدرت UHF و FM ارسال شده‌اند. استودیوهای رادیویی و تجهیزات تولید تلویزیونی برای ۱۰۱ ایستگاه BRACS آماده شده‌اند. چه کسانی می‌توانند مواد و برنامه‌های محلی را جایگزین برنامه‌های تولیدی ABC سازند؟

### هزینه‌های راه‌اندازی رادیو جامعه

برای راه‌اندازی یک رادیو جامعه FM مونو، که ۵۰٪ برنامه‌هایش را موسیقی و ۵۰٪ را بحث و گفت‌وگو و نمایش تشکیل می‌دهد و پنج تا ۱۰ کیلومتر مربع را پوشش می‌دهد، این هزینه‌ها ضروری است:

**امکانات فرستنده:**

۴۳۰۰ دلار	- فرستنده‌های ۱۰۰ وات
۲۹۰۰ دلار	- آنتن 2 bay
۳۹۰۰ دلار	- دکل ۱۷/۵ متری
۲۵۰۰ دلار	- پردازشگر صدا
۱۲۰۰ دلار	- نصب
۳۰۰ دلار	- متفرقه
۱۵۰۰۰ دلار	جمع کل

**امکانات استودیو:**

۲۰۰۰۰ دلار	Schedule _
۱۵۰۰۰ دلار	Presentation Panel _
۱۵۰۰۰ دلار	- رایانه تولید و تدوین
۱۰۰۰۰ دلار	- میکروفون و CD و MD و متفرقه
۶۰۰۰۰ دلار	جمع کل

(تمام این ارقام براساس دلار استرالیا محاسبه شده است. هزینه ساختمان و سایت محاسبه نشده است.)

---

## رادیو جامعه چه مواردی را در برمی گیرد؟

---

Sucharita Eashwar

مارشال مک لوهان در دههٔ ۷۰ رادیو را «رسانه گرم» نامید. وی جهان را یک دهکدهٔ جهانی قلمداد می‌کرد. وی به گرمی و صمیمیت و بی‌واسطه‌بودن به‌عنوان ویژگی‌های این رسانهٔ ارتباطی اشاره کرد. رادیو مانند یک دوست صمیمی ما را آگاه کرده و راهنمایی می‌کند و ما را سرگرم می‌سازد و با احتیاط در کنار ما می‌ماند و در تلاش روزانه در خانه و در محل کار و یا زمان خرید و رانندگی با ما همراه است.

به‌علاوه، رادیو از دو مزیت دیگر نیز بهره‌مند است: یکی هزینهٔ اندک تولید و انتشار پیام و دریافت برنامه‌هایش و دوم دسترسی گسترده. این دو ویژگی سبب شده است که رادیو در کشورهای درحال توسعه و کشورهایی که از جوامع کوچکی در مناطق دور از دسترس برخوردارند، رسانه‌ای مناسب برای برقراری ارتباط به‌حساب آید. اینها جاهایی هستند که سایر رسانه‌ها از پوشش آنها ناتوان‌اند. در واقع، در بیشتر کشورهای آسیایی که از درصد زیادی

بیسواد به ویژه در مناطق روستایی برخوردارند، رادیو رسانه اصلی مردم (پنجره‌ای رو به دنیا) است.

در بیشتر کشورهای آسیایی امروزه شاهد حضور دو نوع رادیو هستیم:

- رادیوهای دولتی با هدف خدمت عمومی

- رادیوهای تجاری خصوصی با هدف افزایش سود و سرمایه‌گذاری

گاهی شاهد کم‌رنگ‌شدن خط فاصله میان این دو هستیم، آنگونه که شبکه‌های رادیویی، وقت و زمان برنامه را برای آگهی‌های تجاری به فروش می‌رسانند و یا اینکه از پشتیبان مالی برخوردار می‌شوند تا بتوانند به فعالیت خود ادامه دهند.

### **رادیو جامعه - با مردم، برای مردم، از آن مردم**

در برخی کشورها شکل سومی از رسانه رادیو وجود دارد که انحصاراً برای جامعه‌ای خدمت می‌کند که در آنجا قرار دارد و اعضای جامعه خودشان ایستگاه رادیویی را اداره می‌کنند تا بتوانند برای خودشان ابزار اطلاع‌رسانی، آموزش و سرگرمی فراهم کنند و رادیو برایشان رسانه‌ای باشد تا به کمک آن با دیگر اجتماعات و دولتشان و در حجم وسیع‌تر، دنیا ارتباط برقرار کند.

این چیزی است که به‌عنوان رادیو جامعه یا سایر عناوین، براساس تمرکز روی ایستگاه خاص، نامیده می‌شود: رادیو دسترس، رادیو تعاونی، رادیو آزاد، رادیو خرد و رادیو آموزشی.

### **رادیو جامعه برای توسعه**

طراحان سیاست عمومی، رادیو جامعه را رسانه‌ای جهت پیشرفت مردم می‌دانند. از نظر مردم محروم تجربه شنیدن صدایشان از طریق امواج و یا کارکردن با تجهیزات رادیویی و مدیریت ایستگاه‌فی‌الواقع تجربه خوبی

است، به ویژه برای زنان و جوانان. برای مثال می توان به ایستگاه های رادیویی **Tambuli** اشاره کرد. در خصوص این ایستگاه ها، مثال های زیادی وجود دارد که نشان می دهد زنان و جوانان بیسواد در روستاهای دورافتاده فیلیپین به خاطر عضویت در ایستگاه های رادیو جامعه، با سایر افراد جامعه شان تفاوت هایی دارند. به علاوه، رادیو یک رسانه ایده آل برای آموزش های رسمی و غیررسمی و ایجاد آگاهی در زمینه مسائل بهداشتی و روش های کشاورزی، و خلق و تبادل اطلاعات در زمینه برنامه های توسعه به شمار می آید. بنابراین، برخی دولت ها (مانند تایلند، نپال، فیلیپین، هند و اندونزی) قصد توسعه رادیو جامعه را به منظور دستیابی به این اهداف داشته و سعی در تصویب قوانینی در جهت توسعه این رادیو دارند.

### حاکمیت آشکار و دسترسی به اطلاعات

رادیو جامعه می تواند به عنوان یک جایگاه آزاد جهت مشارکت ایده ها و اطلاعات و همین طور به عنوان رسانه ای برای اعمال حاکمیت آشکار و قابل توجه، مطرح شود. در این رادیو به طرح مسائلی پرداخته می شود که تمامی جامعه را تحت تأثیر قرار می دهد و از نمایندگان دولت جهت مشارکت دعوت می کند و اجماع حاصل می گردد و در صورت ضرورت، اصلاحات به نحوی آشکار و جامع و مشارکتی انجام می گیرد.

رادیو و تلویزیون سریلانکا، در دهه هفتاد، رادیو «جامعه ماهاولی» را به منظور کمک به جوامع جابه جاشده جهت ایفای نقش مشارکت با نمایندگی های دولت در توسعه جوامع، راه اندازی کرد. رادیو جامعه **Kothmak** سریلانکا، در این راه گام را فراتر نهاده است و جامعه **Kothmak** را در دسترسی آنها به فناوری های جدید مانند رایانه و اینترنت به منظور توسعه زندگی روزانه شان یاری کرده است.

### رادیو جامعه یک تأثیر مخرب

برخی از سیاستگذاران، پخش کنندگان و فعالان دولتی چنین استدلال می‌کنند که اگر گروه‌های جوامع مستقل محلی، مجاز به ایجاد و راه‌اندازی ایستگاه‌های رادیویی شوند، این امر منجر به استفاده تروریست‌ها، جدایی‌طلبان و گروه‌های محلی از رادیو جامعه جهت پخش تبلیغات و بروز شورش و طغیان می‌شود. تجربه کشورهای صادرکننده مجوز براساس قوانین خاص نشان داد که این دیدگاه بی‌اساس است.

نمونه منفی مورد اشاره، تجربه رواندا است که در آنجا ایستگاه‌های رادیویی محلی توسط یک گروه جهت تحریک به کشتار دسته‌جمعی گروه نژادی دیگر، به‌کار گرفته شد و نتایج تأسف‌باری به‌دنبال داشت. البته، برای روشن‌شدن قضیه باید گفت که اینها ایستگاه‌های رادیویی تحت حاکمیت و اداره خاصی نیستند، لذا بررسی و ایجاد توازن لازم جهت یکنواختی محلی در اینجا به خوبی امکان‌پذیر نیست.

### قانونگذاری و تدوین مقررات

البته، تجربه رواندا سبب شد تا نیاز به ایجاد یک شبکه قانونگذاری مؤثر و تشکیل یک نهاد قانونگذار مستقل و صلاحیت‌دار محلی احساس شود. آفریقای جنوبی مستقل یکی از اولین کشورهای بود که در زمینه فعالیت رادیو جامعه قوانینی تصویب کرد. قانون پخش مستقل ۱۹۹۳ کشور آفریقای جنوبی ایستگاه رادیو جامعه را چنین توصیف می‌کند: «ایستگاهی است که توسط نهادی غیرانتقاعی کنترل شده و به منظور رسیدن به اهداف غیرانتقاعی فعالیت می‌کند. اهدافی چون: خدمت به یک جامعه خاص، تشویق اعضای جامعه به مشارکت در انتخابات و تهیه برنامه‌هایی برای پخش از این ایستگاه.



منابع مالی این ایستگاه‌ها از طریق کمک‌ها و هدایا و پشتیبانی مالی و یا پخش آگهی و حق اشتراک تأمین می‌شود.»

در آسیا، نپال، اولین کشوری بود که قوانینی را در خصوص فعالیت رادیو جامعه تصویب کرد، اما اولین ایستگاه رادیویی جامعه، یعنی رادیو **Sagarmatha** دو سال بعد تأسیس شد. در هندوستان، از زمان صدور رأی دادگاه عالی در سال ۱۹۹۵ مبنی بر آنکه امواج جزء اموال عمومی به حساب می‌آیند و می‌بایست برای عموم بکار گرفته شوند، مشاوران رسانه و طراحان توسعه، فعالیت‌هایی را در راه معرفی رادیو جامعه انجام داده‌اند. در سال ۱۹۹۷ لایحه‌ای جهت صدور مجوز برای فعالیت رادیو جامعه ارائه شد، اما متأسفانه، این قانون کنار گذاشته شد. اخیراً، یک قانون جدید که «لایحه تجانس» نامیده می‌شود، به منظور شناسایی رادیو جامعه به‌عنوان یک طبقه‌بندی مجزا مطرح شده است.

مشکل اصلی پخش رادیو جامعه آن است که سیاستگذاران و قانونگذاران این رادیو را یک رادیوی جدا و مستقل نمی‌شناسند، بلکه آن را در طبقه رادیوهای خصوصی قرار داده و یا بخشی از شبکه پخش دولتی و عمومی می‌دانند. در حالت اول، ایستگاه‌های رادیو جامعه باید هزینه زیادی جهت دریافت مجوز پرداخت کرده و با شبکه‌های تجاری رقابت کنند. در حالت دوم این ایستگاه‌ها نمی‌توانند از طریق آگهی و حمایت مالی به کسب درآمد بپردازند و بنابراین انتظار ادامه حیات وجود ندارد. به‌عنوان مثال، در نپال یک ایستگاه رادیو جامعه باید مبلغی حدود ۵۰۰۰۰۰ روپیه بپردازد که ایستگاه‌های رادیو جامعه توانایی پرداخت آن را ندارند (برعکس کانادا که این مبلغ ۸ دلار کانادا است).

قانونگذاران و سیاستگذاران باید حق صدور مجوز برای فعالیت شبکه را در نظر گرفته و ایستگاه‌های رادیویی را قادر سازند تا از طریق جذب آگهی و پشتیبانی مالی در چارچوب خاص بتوانند ادامه حیات دهند، آنچنان که ایستگاه‌های رادیو جامعه بتوانند از طریق خدمت به جوامع خود به رشد خوبی برسند.

### مقررات ضروری

وجود یک ساختار قانونگذاری در زمینه چگونگی پدید آمدن و فعالیت و بقاء سیستم‌های ارتباطی ضرورت دارد. این ساختار قانونگذاری باید:

- مستقل از منافع سازمان‌های پخش دولتی و خصوصی و سایر سازمان‌های پخش موجود باشد.
- غیرمتمرکز باشد. این نکته از اهمیت زیادی برخوردار است که ساختار قانونگذاری باید تابع سازوکاری باشد که بتواند عکس‌العمل‌ها را از نواحی و مناطق سریعاً دریافت کند و به آنها پاسخ گوید.
- نماینده منافع تمامی گروه‌ها باشد. منافع مختلف را در نظر گرفته و مورد حمایت قرار دهد.

### مسائل مربوط به قانونگذاری

ساختار قضایی باید مؤلفه‌هایی برای موارد ذیل تدوین کند:

- معیار صدور مجوز و اختصاص فرکانس
- تعیین استانداردهای فنی و خدماتی
- حمایت و آموزش فنی
- نظارت و مراقبت اجتماعی و اداری و ارائه خط‌مشی‌های لازم برای فعالیت

- حمایت مالی

- نظارت بر کارکردهای عمومی مثل پخش اخبار و موارد اضطراری

### نظارت و ارزیابی

قوانین و مقررات باید چارچوب نظارت و ارزیابی را شکل دهد، زیرا در این چارچوب به دنبال اطمینان از فعالیت ایستگاه‌های رادیو جامعه در روش مسئولیت‌پذیر هستیم.

قوانین و مقررات باید این اطمینان را ایجاد کنند که ساختار مالکیت، نشانگر جامعه‌ای است که رادیو جامعه ادعای نمایندگی آن را دارد و لازم است دارای عملکرد دموکراتیک باشد و به اعضای جامعه اجازه مشارکت در مدیریت و برنامه‌سازی را بدهد.

هر ایستگاه باید مجموعه قواعد خاص خود را تهیه نماید و آن را توسعه دهد؛ قواعدی که براساس خط‌مشی‌های قانونگذار تدوین می‌شود که این مجموعه قواعد باید مبنای مسئولیت ایستگاه قرار گیرد.

### پذیرش، انطباق، تکامل

در طول دهه‌های گذشته، مدل‌های رادیو جامعه در سراسر دنیا و حتی آسیا شاهد پیشرفت فراوانی بوده است. البته، زیبایی رادیو جامعه در آن است که یک مدل ایده‌آل برای آن وجود ندارد. ما می‌توانیم ایستگاه رادیویی خود را براساس نیازهای جوامع گوناگون در کشور خودمان توسعه دهیم که در این راه باید به عوامل اجتماعی - اقتصادی، فرهنگی و سیاسی غالب در محیط خودمان توجه داشته باشیم.

مهاتما گاندی - پیام‌آور آزادی هند - در قرن بیستم (۱۹۳۷) می‌گوید: «رادیو قدرت است. در قرن بیست و یکم امیدواریم که مردم به کمک رادیو

جامعه بتوانند از فقر و بیسوادی رها شوند و تحت حاکمیت فرهنگ قرار گیرند.»

## آیا رادیو جامعه عامل فروپاشی است؟

**W. Jayaweera**

برخی عقیده دارند در صورتی که رادیو جامعه توسط اعضای جامعه اداره و به کار گرفته شود، امکان سوءاستفاده وجود دارد. نگرانی آنها از این بابت است که ایستگاه‌های رادیو جامعه می‌تواند سبب فروپاشی و اضمحلال تمامیت ملی کشور شود. باید گفت اکثر کسانی که چنین دیدگاهی دارند، آنهايي هستند که نسبت به رادیو جامعه، یا «اطلاعات» کافی ندارند و یا اینکه «اصلاً» نسبت به آن آگاهی ندارند. چنین استدلالی اصلاً ارزش و اعتبار تجربی ندارد و تنها براساس فرضیاتی غلط استوار است. اما برخلاف این دیدگاه، رادیو جامعه از ظرفیت زیادی به‌عنوان ابزار انسجام و وحدت برخوردار است.

من در حمایت از این دیدگاه به چند نکته کلیدی اشاره می‌کنم:

- دولت ملت‌ها، غالباً از یک جامعه بزرگ‌تر و یک یا چند جامعه کوچک‌تر تشکیل می‌شوند. غالباً میان وضعیت اکثریت و خواسته‌های اقلیت تعارض وجود دارد، به‌ویژه در صورتی که اقلیت احساس کنند که اکثریت

سعی می‌کنند تا وحدت ملی را در زمینه‌های پیشرفت و توسعه و دغدغه‌های فرهنگی و مشارکت در امور اداره کشور اعمال کنند.

- در یک نظام استبدادی، انسجام ملی از طریق نیروهای فشار و فریبنده، اعمال می‌شود، مانند شوروی سابق و یوگسلاوی. البته، در یک نظام دموکراتیک، انسجام ملی از طریق اجماع، تقسیم قدرت، مشارکت برابر در اقتصاد و بیش از همه جریان آزاد اطلاعات میان جوامع مختلف یک ملت شکل می‌گیرد.

### ملیت واحد

به‌علاوه، هنگامی که نظام یک کشور از استبدادی به دموکراسی تغییر می‌کند، این امکان وجود دارد که کسانی که در گذشته تحت ظلم و ستم بوده و از امتیازات لازم محروم بوده‌اند، قصد جدایی از جریان اصلی کشور را داشته باشند. این رخداد سبب بروز یک موقعیت دشوار می‌شود، چگونه می‌توان یک ملیت واحد خلق کرد که در آن همه اقلیت‌ها و گروه‌های حاشیه‌ای جامعه احساس کنند که بقا در یک ملت واحد برایشان سودمندتر و امن‌تر است. این نکته در جایی که نظام استبدادی سابقه بی‌اعتمادی و ظلم و اغتشاش را در میان اقلیت‌ها رواج داده باشد، از اهمیت بیشتری برخوردار است.

بنابراین، ایجاد و حفظ اعتماد میان اقلیت‌ها از اهمیت زیادی برخوردار می‌شود. موفقیت در این زمینه تا حد زیادی به توسعه و کارکرد دموکراسی در میان طبقات حاشیه‌ای جامعه بستگی دارد. گروه‌های اقلیت در صورتی احساس امنیت می‌کنند که ملت از حقوق انسانی و دموکراتیک آنها حمایت کرده و امکان گفت‌وگو برای تقسیم عادلانه قدرت و منابع برایشان وجود داشته باشد.

بسیاری از کشورها از طریق ارائه طرح‌هایی برای تمرکززدایی و تقسیم قدرت گام‌هایی بسیار درست در این مسیر برداشته‌اند. اما تمرکززدایی در امور به تنهایی سبب حصول نتایج دلخواه نمی‌گردد، مگر آنکه امکان مشارکت هر جامعه‌ای در فرایند تصمیم‌گیری غیرمتمرکز وجود داشته باشد. در اینجا است که رادیو جامعه از ظرفیت بسیار زیادی برخوردار است، زیرا سبب مشارکت تمامی جوامع و قومیت‌ها در تصمیم‌گیری شده و از این طریق فرایند ملت‌سازی دموکراتیک و واقعی را تسهیل می‌بخشد.

### رادیو جامعه و ملت‌سازی

بنابراین، این استدلال که رادیو جامعه می‌تواند سبب جدایی جوامع گردد، از اعتبار اندکی برخوردار است. در این زمینه اجازه دهید عناصر ذیل را بررسی کنیم:

- رادیو جامعه به یک حوزه جغرافیایی کوچک اختصاص دارد. این ایستگاه به یک فرستنده کم‌قدرت با برد ۲۰ تا ۳۰ کیلومتر متکی است. این رادیو در خدمت جامعه‌ای قرار دارد که از منابع حیاتی مشترک بهره برده و با مسائل توسعه‌ای و دغدغه‌های مشترک محلی سروکار دارند، و این اهداف، هرگز با اهداف توسعه‌ای استانی و ملی ارتباطی ندارند.

- رادیو جامعه به نحو ایده‌آل باید از مالکیت گسترده‌ای برخوردار بوده و برای هر عضوی از جامعه قابل دسترسی باشد. اگر رادیو جامعه براساس خط‌مشی‌های مناسبی بنا شده باشد، دیگر امکان سلطه و انحصار یک گروه خاص بر رادیو جامعه وجود ندارد. به هر حال، در صورت وجود چنین سلطه‌ای در رادیو جامعه، این رادیو از مخاطب گسترده‌ای برخوردار نخواهد بود، زیرا بیشتر مردم یکدیگر را می‌شناسند و به راحتی اهداف، وفاداری‌ها و گرایش‌های حزبی را تشخیص می‌دهند.

- از اینجاست که اهمیت این نکته آشکار می‌شود که چرا رادیو جامعه باید مباحث دموکراتیک را از طریق فراهم‌آوردن امکان تبادل دیدگاه‌های مختلف، مطرح کند.

مقررات اخلاقی تدوین‌شده از سوی بسیاری از ایستگاه‌های رادیو جامعه بر این نکته تأکید دارد که: «برنامه‌سازی در این رادیوها باید از آنچنان تعادلی برخوردار باشد که منافع گروه‌های اقلیت و اکثریت جامعه را منعکس کند.»

- جوامع در واقع واحدهایی یکپارچه نیستند، بلکه از افرادی با وضعیت‌ها، اولویت‌ها و دیدگاه‌های خاص تشکیل می‌شوند. رادیو جامعه جایگاهی فراهم می‌سازد که در آن تمامی قشرهای جامعه راجع به مسائل مشترک از دیدگاه‌های متفاوت در یک فضای قابل تحمل به بحث و گفت‌وگو پردازند. هرکسی که در برنامه‌های رادیو جامعه شرکت کرده و یا اینکه رادیو را اداره می‌کند، موظف است تابع نظم و مقررات خاصی باشد. این افراد باید از کدهای تدوین‌شده برای ایستگاه رادیویی تبعیت کنند. در عمل، رادیو جامعه در یک شیوه عملی، رفتار دموکراتیک را به اعضای جامعه آموزش می‌دهد. فرصت مشارکت در پروژه و یا بحث پیرامون مسائل مشترک، احساس تعلق به جامعه را در میان اعضای آن پدید می‌آورد و از سویی سبب تقویت نقش و سهم اجتماعی افراد جامعه می‌شود.

- رادیو جامعه زمینه‌سازی لازم برای برنامه‌های توسعه ملی در جامعه مورد نظر را تسهیل می‌بخشد و اهداف توسعه ملی را به افراد ذینفع مورد نظر نزدیک‌تر می‌سازد. از طریق رادیو جامعه، اعضای جامعه به سوی مسائل توسعه محلی گرایش پیدا کرده و فرصتی برای نمایندگان و مسئولان توسعه پیش می‌آید تا در گفت‌وگوی سازنده پیرامون اولویت‌های توسعه در سطح محلی مشارکت کنند.



از سوی دیگر رادیو جامعه فرصت‌هایی را برای جامعه پدید می‌آورد که ارزیابی لازم را نسبت به اجرای برنامه انجام دهند که این امر می‌تواند موارد ورودی توسعه را متناسب‌تر و کارا تر سازد.

این فرایند آشکار، جامعه را به نظام ملی یکپارچه‌ای متکی می‌سازد که در آن میزان تقسیم قدرت میان مرکز و نواحی از سوی دو طرف قابل درک می‌شود. توانایی جوامع به مشارکت در اجرای برنامه‌ها در سطح بومی به خوبی قابل اعتماد است.

گفت‌وگوی دائمی جامعه و انعکاس آن می‌تواند سبب توسعه و پیشرفت در دریافت برنامه‌ها شده، دولت را به نحو بهتری پاسخگو سازد. اینجاست که جامعه احساس می‌کند دغدغه‌هایش مورد توجه قرار می‌گیرد.

### رادیو جامعه برای خوداتکایی

- رادیو جامعه از طریق تجهیز و بسیج منابع موجود در سطح جامعه، به خوداتکایی جامعه کمک می‌کند. مالکیت جامعه بر این رادیو می‌تواند به جامعه در ارزیابی موقعیت موجود و ارائه راه‌حل‌هایش کمک کند. این اعتماد و اطمینان، به آنان این قدرت را می‌بخشد که خودشان را به‌عنوان بخشی از نظام مسئول در نظر بگیرند که از دولت مربوطه‌شان جدا و بیگانه نیستند.

تصدیق این نکته که آنان امکان تأثیرگذاری بر سیاست ملی در سطح محلی را دارند، این احساس را به آنان می‌بخشد که بخشی از یک ملت واحد و یکپارچه هستند.

- رادیو جامعه به‌عنوان یکی از عناصر اصلی رسانه‌ها مطرح است. رسانه‌های ملی و جهانی زیادی هستند که بدون دسترسی و مشارکت جامعه، می‌توانند جوامع را پوشش دهند. در این حالت، رسانه‌های جامعه فرصت تغییر محتوای رسانه‌های ملی را به کمک ذائقه بومی، فراهم می‌کنند.

رادیو جامعه می‌تواند برنامه‌هایی را ارائه کند که بر مبنای برنامه‌های پخش شده رسانه‌های ملی، قرار دارند. این امر سبب می‌شود که کسانی که به روزنامه‌ها و یا رسانه‌های ملی دسترسی ندارند، بتوانند کسب اطلاع و خبر کنند. به این ترتیب تمام اعضای جامعه از مسائل جهانی و ملی آگاه می‌شوند. این قابلیت سبب می‌شود که آنها در مقابل مسائل ملی احساس مسئولیت کرده و خود را به یک جامعه بزرگ‌تر وابسته و پیوسته بدانند، درحالی‌که در جامعه خود زندگی می‌کنند.

- هیچ دلیل و مدرک تجربی وجود ندارد که گروه‌های مسلح به‌نحو مؤثری از رادیو جامعه جهت توسعه اهداف جدایی‌طلب خود استفاده کرده باشند. هیچ گروه مسلحی جرئت ندارد که رادیو جامعه‌ای را که متعلق به جامعه است، در اختیار گیرد و با خطر خشم و غضب مردم مواجه گردد. این خشم آنجایی فزونی می‌یابد که چنین تلاشی ماهیت استبدادی گروه مسلح را آشکار می‌سازد. تفسیر و دیدگاه جامعه درباره چنین عملی آن است که این یک فعل استبدادی از سوی گروهی است که هیچ علاقه‌ای به مسائل و مشکلات جامعه ندارد، بلکه در پی سلطه بر جامعه است. به‌هرحال، هیچ شنونده‌ای با چنین دیدگاه یکجانبه‌گرایانه‌ای که توسط این رادیو تبلیغ می‌شود، همراه نخواهد شد.

- از سوی دیگر هیچ ارزش استراتژیک نظامی در ایستگاه کوچک رادیو جامعه وجود ندارد که تنها یک منطقه جغرافیایی محدود را پوشش دهد. به‌علاوه، هرگونه تصرف نظامی رادیو جامعه، آن گروه را در معرض انتقاد قرار می‌دهد. در کشورهایی که تعارض‌ها و خشونت‌هایی را تجربه کرده‌اند، مانند سریلانکا، آفریقای جنوبی و نپال، رادیوهای جامعه بدون تهدید به کنترل و اشغال از سوی گروه‌های مسلح، فعالیت کرده‌اند.

- رادیوهایی که از پوشش جغرافیایی وسیعی برخوردارند - مانند رادیوی ملی - بیشتر مورد توجه گروه‌های مسلح قرار دارند، زیرا مالکیت رادیوهای ملی با قدرت دولت همراه است. اما رادیوهای جامعه به‌عنوان سمبل قدرت مطرح نیستند، لذا جذابیت زیادی برای گروه‌های مسلح تشنه قدرت ندارند.

- تمرکزگرایی در سطح منطقه‌ای تنها زمانی مؤثر است که کانال‌های ارتباطی دموکراتیک برای کسانی که در ناحیه خودمختار محلی زندگی می‌کنند، وجود داشته باشد. رادیو جامعه این امکان را برای مقامات محلی فراهم می‌کند تا نسبت به افراد و جوامع از مسئولیت بیشتری برخوردار باشند. از طرفی مانع از استبداد در امور غیرمتمرکز گردیده، آنها را موظف به برقراری تعادل در کارکرد دموکراتیک می‌نماید.

- با نگاهی مقایسه‌ای به نوع مأموریت و خدمات رادیوهای تجاری و دولتی و جامعه متوجه می‌شویم که رادیو جامعه از ماهیتی متفاوت برخوردار است. رادیو جامعه با رادیوهای تجاری و عمومی رقابت نمی‌کند، بلکه نقشی مکمل دارد. رادیو جامعه برای / به وسیله جامعه فعالیت می‌کند و در مالکیت جامعه قرار دارد. ملتی که از جوامع کوچک و قدرتمند تشکیل می‌شود، ایمن‌تر است و می‌تواند سهم برابری در ملیت‌سازی داشته باشد.



---

## موردی برای رسانه پخش جامعه در نپال

---

**Bharat D. Koirala**

یکی از پیشرفت‌های تاریخی در رسانه‌های جمعی نپال، تصمیم دولت مبنی بر اعطای مجوز به بخش خصوصی برای راه‌اندازی ایستگاه‌های رادیویی بر روی موج FM بوده است. اولین ایستگاه رادیویی از این دست رادیو **Sagarmatha** است که پخش برنامه‌هایش را از سال ۱۹۹۷ آغاز کرد. تأسیس رادیو **Sagarmatha** عصر جدیدی در پخش دولتی در نپال بوده و راه را برای تأسیس ایستگاه‌های کوچک رادیو جامعه در نواحی روستایی هموار کرد.

اخیراً شاهد حضور سه شبکه رادیویی به‌عنوان ایستگاه رادیویی جامعه هستیم که یکی در کاتماندو و دو ایستگاه دیگر در نپال غربی قرار دارند. اما شبکه‌های تجاری که برنامه‌های آموزشی پخش کرده و انگیزه خدمت به عموم

مردم را دارند نیز، قابل مشاهده هستند. البته بیشتر ایستگاه‌های تأسیس شده، تجاری‌اند.

### چرا رادیو؟

بیش از ۱۵۳۶ روزنامه از دولت مجوز فعالیت گرفته‌اند، اما بیش از دوسوم آنها منتشر نمی‌شوند. براساس گزارش سال ۲۰۰۰ شورای مطبوعات، تنها حدود ۱۸۵ روزنامه به‌طور مرتب منتشر می‌شوند. شمارگان این روزنامه‌ها در قیاس با جمعیت ۲۳ میلیونی کشور بسیار اندک است. دلایل این امر، بسیار روشن هستند؛ میانگین سواد در کشور ۴۵٪ است، فقر شایع است و اکثریت مردم نپال قادر به خرید روزنامه نیستند. انتشار و توزیع روزنامه در یک کشور کوهستانی مانند نپال، که زیرساخت‌های حمل‌ونقل و ارتباطات در آن توسعه نیافته است، بسیار دشوار است. حرکت جامعه از فرهنگ شفاهی که خواندن را پدیده‌ای نادر ساخته است، اندکی دشوار است. لذا تمامی این عوامل در کنار یکدیگر نقش رسانه‌های مکتوب را به‌عنوان ابزار تغییر در جامعه‌ای که از فقر و بیسوادی و نبود زیرساخت‌ها رنج می‌برد، محدود می‌سازد. اگر محتوای برخی روزنامه‌های سیاسی را بررسی کنیم، متوجه می‌شویم که مخاطب آنها نخبگان شهری هستند که از زبان پیچیده سانسکریت بهره می‌برند و این روزنامه‌ها از محتوای آموزشی قابل استفاده از سوی اکثریت مردم برخوردار نیستند، لذا ارتباط اندکی با اکثریت مردم دارند.

تلویزیون نیز که در دسامبر ۱۹۸۵ وارد نپال شد، از وضعیت مشابهی برخوردار است. در این ۱۶ سال، تلویزیون نپال توانسته است پوشش خود را دره کاتماندو به حدود ۲۸٪ کشور گسترش دهد. اما این گسترش بیشتر در جنوب، یعنی در دسترس‌ترین بخش‌های کشور، قابل مشاهده است. بیشتر نواحی کوهستانی مانند نواحی دوردست غرب هنوز تحت تأثیر توسعه شبکه

زمینی تلویزیون نپال قرار نگرفته است. تلویزیون نپال اخیراً از ماهواره جهت پخش برنامه‌هایش بهره برده است که این امر سبب دسترسی تمامی کشور به برنامه‌هایش شده است. اما واقعیت این است که گیرنده‌های تلویزیونی گران‌قیمت‌اند و از سویی تنها ۱۵٪ مردم از نیروی برق بهره‌مند هستند. برای آنکه در این وضعیت تغییری حاصل گردد، زمان زیادی لازم است.

از اینجاست که متوجه می‌شویم، رادیو در کشوری مثل نپال بهترین رسانه به حساب می‌آید. برای به‌کارگیری رادیو نیازی به سواد نیست. سیگنال‌های رادیو از طریق گیرنده‌های ارزان‌قیمت برای همه مردم قابل دسترسی است. مردم در دورترین نقاط نیز می‌توانند به رادیو دسترسی داشته باشند. رادیو می‌تواند به زبان منتخب مردم، برنامه پخش کند و راجع به آنچه مردم نسبت به شنیدن آنها علاقه دارند، صحبت کند. رادیو بهترین و ساده‌ترین فناوری موجود برای برقراری ارتباط و انتقال اطلاعات عمومی به حساب می‌آید. روش‌ها و پیشرفت‌های تازه آزموده می‌شود و طرق به‌کارگیری مؤثر رادیو در امر توسعه به‌طور مستمر کشف می‌شوند.

گیرنده‌های رادیویی ارزان‌قیمت ساخته می‌شوند. علاوه بر رادیوهایی که با باتری کار می‌کنند، شاهد حضور یک سری از گیرنده‌های FM هستیم که با نیروی خورشیدی کار می‌کنند و نمونه‌هایی نیز وجود دارند که مانند ساعت‌های رومیزی صرفاً از طریق کوک‌کردن کار می‌کنند.

به‌علت سرازیر شدن گیرنده‌های ارزان‌قیمت چینی به بازار نپال، تعداد خانواده‌هایی که از گیرنده‌های رادیویی بهره می‌گیرند، در طی چند سال گذشته افزایش یافته است. تحقیقات انجام‌شده از سوی رادیو نپال در سال ۱۹۹۷ نشان داد که در حدود ۶۰٪ خانواده‌ها دارای گیرنده رادیویی هستند.

### پخش رادیویی در نپال

پخش برنامه‌های رادیویی به‌طور رسمی از سال ۱۹۵۱- اندکی پس از سقوط رژیم Rana و برقراری دموکراسی - آغاز شد. برای مدتی بیش از ۴۵ سال یعنی تا ۱۹۹۷ رادیو نپال تنها بنگاه سخن‌پراکنی در نپال به حساب می‌آمد. از آن زمان که این رادیو از لحاظ زیرساخت‌ها و زمان پخش برنامه‌هایش گسترش یافت، به‌عنوان سازمان رسمی دولت و حزب حاکم به فعالیتش ادامه داد. بین سال‌های ۱۹۸۳ تا ۱۹۹۱ رادیو نپال به دنبال کمک‌های دولت ژاپن و نصب هشت ایستگاه تولید و پخش برنامه در نقاط مختلف کشور، توسعه یافت. به کمک این تجهیزات ۶۰٪ جمعیت به امواج رادیویی دسترسی دارند (قبلاً میزان مورد ادعا ۹۰٪ بود). مردمی که در مناطق کوهستانی کشور زندگی می‌کنند، به امواج کوتاه متکی‌اند که چندان قابل اعتماد نبوده و گیرنده‌هایش نیز به‌ویژه برای جمعیت روستایی کشور گران‌قیمت هستند.

۶۰٪ محتوای برنامه‌های رادیو ملی نپال را سرگرمی تشکیل می‌دهد و حال آنکه برنامه‌های آموزشی پیرامون بهداشت و سلامتی، کشاورزی، خانوادگی و برنامه‌های توسعه تنها ۲۴٪ از برنامه‌های رادیو را تشکیل می‌دهند. این رادیو در طول هفته روزانه ۱۵ ساعت و در روزهای پایان هفته ۱۸ ساعت برنامه پخش می‌کند. تحقیقات نشان داده است از آنجایی که این برنامه‌ها توسط نپالی‌های تحصیل‌کرده و به زبان سانسکریت پخش می‌شوند، عملاً تأثیر اندکی روی روستائیان دارند. تا سال ۱۹۹۲ در نپال هیچ مجوزی برای پخش خصوصی صادر نشده بود.

### یک رخداد تاریخی

برای کسانی که در توسعه رسانه کوچک و جایگزین مشارکت داشتند، اجبار دولت به دادن پیشنهاد سیاست ارتباطی جدید که با وضعیت سیاسی



تغییر یافته در کشور متناسب باشد، یک رخداد مهم است. در میان این وظایف پیشنهادی، یکی صدور مجوز برای راه اندازی ایستگاه‌های رادیویی در بخش خصوصی بر روی موج FM بود. در قانون اساسی اعلام شده در نوامبر ۱۹۹۱ آزادی بیان و حق مردم در دسترسی به اطلاعات پیرامون مسائل مهم عمومی، تضمین شد.

سیاست ارتباطی جدید راه رسیدن به نظام‌های پخش خصوصی را هموار کرد. در این سیاست آمده بود: «در چارچوب قانون پخش برنامه‌ها، سازمان‌های مجاز بخش خصوصی قادر به احداث شبکه رادیویی بر روی موج FM در منطقه‌ای معین بوده و می‌توانند برنامه‌های آموزشی و تفریحی پخش کنند.»

این تصمیم در سال ۱۹۹۲ به‌عنوان تصمیمی برای آینده مورد استقبال قرار گرفت و سیاست ارتباطی جدید به‌عنوان مستند اساسی و اصلی برای فعالیت بخش خصوصی در زمینه رادیو FM باقی ماند.

### قانون پخش سال ۱۹۹۳

هرچند سیاست ارتباطات ملی گام بزرگی در راه پخش برنامه توسط بخش خصوصی برداشت، اما قانون پخش خط‌مشی‌های خاصی را برای کسب مجوز پخش و رعایت اصول فعالیت شبکه، تدوین و اجرا کرد تا بدینوسیله این اطمینان خاطر حاصل آید که پخش برنامه‌ها براساس هنجارهای مصوب دولت صورت می‌گیرد. براساس بخش‌های ۴ و ۵ و ۶ این قانون پیشنهاد تأسیس شبکه رادیویی توسط بخش خصوصی باید به موقع به مقام مسئول ارائه شود تا توسط یک هیئت صالح بررسی شود. در صورت تأیید، مجوز لازم صادر می‌شود که در آن به نام فرد یا مؤسسه اشاره می‌شود. در بخش ۷ و ۸ ضمانت اجرایی سختی برای تخطی از این قانون مقرر شده است.

بخش ۱۰ مقرر می‌دارد که به همراه تقاضانامه باید مبلغی معین برای تأسیس رادیو FM پرداخت شود. میزان و مبلغ معین برای صدور هر مجوز در مقررات پخش ملی که در سال ۱۹۹۵ تصویب خواهد شد، تعیین می‌شود. در بخش ۱۱، نوع برنامه‌هایی که در ایستگاه‌های FM جدید قابل پخش هستند، معین می‌شود. فعالیت تمامی رسانه‌ها براساس ۱۰ قانون پخش باید در جهت منافع ملی، توسعه کشاورزی، آموزشی، صنعت، تجارت، علوم و فناوری، بهداشت و خانواده و حفظ جنگل و حفاظت از محیط، رشد و بیداری ملی و اخلاقی، بیداری و آگاهی اجتماعی، سیاست خارجی، فرهنگ مردم و امور مهم ملی و بین‌المللی باشد. این بخش تأکید دارد که برنامه‌های این رادیوها نباید بر روابط نپال با همسایگان یا کشورهای دوست تأثیر مخرب داشته باشد.

بخش ۱۶ با عنایت به خبر و اطلاع‌رسانی، عملکرد، وظایف و حقوق پخش‌کننده را در نظر گرفته و به‌ویژه به قابلیت رسیدگی و زمان خبرها توجه دارد. این بخش، پخش‌کننده را موظف می‌کند که هنگام تدوین و پخش اخبار از لحاظ موقعیت سیاسی، بی‌طرف باشد. این قانون به آگهی‌های بازرگانی نیز توجه دارد. بخش ۱۴ به آگهی‌هایی می‌پردازد که بر سلامت عمومی تأثیر می‌گذارند، مانند دخانیات و مشروبات الکلی.

این بخش، آگهی‌هایی را که برای احزاب سیاسی مضرند، مربوط به تصاویر مستهجن هستند، به دنبال سرنگونی دولت منتصب از طریق اعمال زور هستند و یا آگهی‌هایی که سبب بروز ترس و یا هرج‌ومرج میان مردم می‌شوند و یا در سیاست خارجی نپال خدشه وارد می‌کند، و به هر طریقی سبب ازهم‌پاشی و یا بروز نفرت و اهانت در میان یک جامعه یا زبان یا مذهب و فرهنگ گردد، ممنوع کرده است. البته همان بخش قواعدی را برای

پخش برنامه‌های سیاسی، بیانیه‌ها و برنامه‌ها یا فلسفه احزاب سیاسی به منظور رعایت عدالت و انصاف تعیین می‌کند.

### قوانین و مقررات پخش ملی

مقررات پخش ملی دو سال پس از اجرای قانون پخش ملی، اعلام شد. دلیل این تأخیر عمدتاً به خاطر عدم تصویب مجوز رادیو **Sagarmatha** و تکمیل و راه‌اندازی ایستگاه FM **رادیو نیال** بود. بنابراین رادیو نیال می‌تواند از انحصارش بر آگهی‌های موج FM بهره‌بردار، آنگونه که این انحصار را درخصوص موج MW حفظ کرده است.

مقررات پخش ملی شامل هزینه مجوز، فرایند درخواست مجوز، مالیات‌های دولتی، پرداخت جریمه و غیره می‌شود. هزینه صدور مجوز برای فرستنده با قدرت بیش از ۵۰۰ وات ۵۰۰/۰۰۰ روپیه و برای فرستنده با قدرت ۵۰۰ وات حدود ۲۰۰/۰۰۰ روپیه و تا ۲۵۰ وات ۱۰۰/۰۰۰ روپیه می‌باشد. یک رادیو جامعه باید از یک فرستنده ۱۰۰ وات و کمتر استفاده کند و ۵۰۰/۰۰۰ روپیه پردازد. از دیدگاه مقررات حاکم، میان رادیو تجاری و رادیو جامعه تفاوتی وجود ندارد. از آنجایی که رادیوهای جوامع روستایی نمی‌توانند هزینه مجوزهای گران‌قیمت را پردازند. لذا تصمیم می‌گیرند از فرستنده‌های کم‌قدرت استفاده کنند و کم‌هزینه‌ترین مورد موجود در ساختار جاری را انتخاب کنند.

در میان سایر تمهیدات، ایستگاه‌های تجاری و جامعه باید مبلغی را در زمان اخذ مجوز فعالیت پردازند که در زمان تمدید اعتبار مجوز ۱۰٪ نیز به آن مبلغ افزوده می‌شود. از سویی سالانه باید ۴٪ درآمد خود را به حساب دولت بریزند، خواه سود کرده باشند یا ضرر.

هرچند کارکنان و گردانندگان ایستگاه‌های FM متوجه اشکالاتی در مقررات پخش شده‌اند، اما مجبورند با مقررات موجود کنار بیایند؛ زیرا درخواست تغییر این مقررات مستلزم صرف وقت زیادی خواهد بود.

### صدور مجوز فعالیت برای رادیو Sagarmatha

زمانی که قانون ارتباطات ملی مسیر فعالیت بنگاه‌های سخن‌پراکنی خصوصی را گشود، مجمع ژورنالیست‌های محیط زیست نپال اولین سازمانی بود که درخواست صدور مجوز ارائه داد.

در همان زمان، دولت نیز به دنبال طرحی برای راه‌اندازی اولین ایستگاه رادیویی FM در کاتماندو تحت نظارت اداره رادیو نپال بود. این ایستگاه رادیویی به‌عنوان یک ایستگاه تجاری با بهره‌گیری از فرستنده ۱۰۰۰ وات راه‌اندازی شد و قصد آن کسب درآمد برای رادیو نپال بود که به‌طور سنتی از دولت یارانه‌ای را دریافت می‌کرد. مجمع ژورنالیست‌های محیط زیست نپال و دیگر شرکای آن، انجمن مطبوعاتی نپال، انجمن هیمال و Worldview نپال، به تلاش خود برای کسب مجوز ادامه دادند و از سویی مقدمات راه‌اندازی یک ایستگاه رادیویی را فراهم کردند. این فعالیت مجموعه‌ای از برنامه‌های آموزشی را دربرمی‌گرفت.

در ضمن، بخش IPDC (برنامه بین‌المللی برای توسعه ارتباطات) تصمیم گرفت تا امکانات آموزشی و فنی لازم به ارزش ۶۰/۰۰۰ دلار آمریکا را جهت راه‌اندازی ایستگاه رادیویی اختصاص دهد. حتی قبل از دریافت مجوز رسمی استودیو رادیو Sagarmatha و فرستنده ۵۰۰ وات آن راه‌اندازی شده و آنتن آن نیز در سال ۱۹۹۶ نصب گردید. در آزمایشات اولیه فعالیت فرستنده غیرقانونی اعلام شد و خطر ضبط ایستگاه و توقیف فرستنده آن وجود داشت.

البته همه اینها تنها وقایع تاریخی هستند و امروزه ایستگاه رادیویی **Sagarmatha** به پخش روتین برنامه مشغول است و از آغاز فعالیت آن چهار سال می‌گذرد. ترکیب مبتکرانه برنامه‌های آموزشی، اطلاع‌رسانی و سرگرمی و بهداشتی از سوی این ایستگاه رادیویی سبب جذب مخاطبان زیادی شده است.

موسیقی‌های ملایم، گفت‌وگوها، نمایش‌های رادیویی، انعکاس دیدگاه‌های مردم، پرداختن به امور جاری، بحث راجع به موضوعات حیاتی مانند جمعیت و بیماری ایدز (HIV) و حقوق بشر سبب جذب علاقه‌عده زیادی از شنوندگان در کاتماندو و نواحی اطراف شده است. اما، همانند هر مؤسسه دیگری، رادیو **Sagarmatha** نیز برای توسعه ساختارهای برنامه‌سازی و کارکنانش با مشکلات و بحران‌های اداری و مالی مواجه است.

### ظهور مدل‌های گوناگون رادیو جامعه

اکنون حدود ۲۲ ایستگاه رادیویی خصوصی در کشور وجود دارد که بیشتر این ایستگاه‌ها تجاری هستند و در مراکز مهم شهری قرار دارند. در کاتماندو شش ایستگاه رادیویی وجود دارد و در مورد شهر توریستی Pokhara نیز چنین است. ۲۵ مورد درخواست برای تأسیس شبکه رادیویی خصوصی در دست اقدام است. تعداد این درخواست‌ها در صورت تسریع دولت در صدور مجوز، افزایش می‌یابد. ایستگاه‌های رادیویی غیرتجاری و به عبارتی ایستگاه‌های جامعه، نشانگر ظهور مدل‌های گوناگون ایستگاه‌های رادیویی در نپال است. رادیو **Sagarmatha** به‌عنوان اولین رادیوی عمومی مستقل نه تنها در نپال بلکه در کل منطقه جنوب آسیا مطرح است. بازدیدکنندگان، تحت تأثیر اندازه کوچک ساختار ایستگاه و سطح بالای داوطلبی فعالیت در آن و برنامه‌سازی خوب آن قرار می‌گیرند. البته از دیدگاه حرفه‌ای، این

ایستگاه با سایر ایستگاه‌های موجود در کاتماندو رقابت می‌کند. اگر این رادیو در برنامه‌سازی از استانداردهای عالی پیروی نکند، مخاطبان خود را از دست خواهد داد. براین اساس، این رادیو به حمایت‌های لازم و توسعه امکانات و تجهیزات جدید، از جمله فرستنده پرقدرت نیاز دارد. در بیشتر مناطق کاتماندو، دیگر ایستگاه‌های پرقدرت می‌توانند امواجشان را ارسال کنند.

کمیته توسعه روستای **Madan Pokhara** از ناحیه **Palpa** اولین جامعه روستایی است که درخواست دریافت مجوز را ارائه کرده است. مالکیت این ایستگاه از آن **VDC** (حکومت منتخب محلی) است، اما توسط کمیته‌ای متشکل از نهادهای گوناگون از جمله گروه زنان، اداره می‌شود.

با گذشت یکسال از زمان آغاز پخش برنامه‌ها، این رادیو توانست دوسوم ناحیه **Palpa** و برخی از روستاهای نواحی همجوار را نیز پوشش دهد. این رادیو کمک‌های مالی و دیگر کمک‌های لازم را از جامعه‌ای که برایش خدمت می‌کند دریافت می‌دارد و طرح توسعه و گسترش آن را در دست دارد. اخیراً، این رادیو شش ساعت در روز برنامه پخش می‌کند؛ سه ساعت صبح و سه ساعت عصر و در این راه از ۱۶ نفر داوطلب بهره می‌گیرد.

رادیو **Lumbini FM** در **Manigram**، یک شهر کوچک در جنوب **Butwal** قرار دارد. این شهر یک مرکز تجاری و صنعتی در نیال غربی و شهر مرزی **Bhairawa** به حساب می‌آید. این ایستگاه که در مالکیت و اداره یک تعاونی قرار دارد، از موفقیت‌های زیادی برخوردار است. این رادیو کاملاً به خویشن متکی است و نواحی **Rupondchi** و مناطق روستایی در نواحی همجوار را پوشش می‌دهد. **Lumbini** روزانه شش ساعت برنامه به زبان محلی پخش می‌کند.

**Swargadwari** یک رادیوی FM است که در مرکز ناحیه **Ghorai** واقع شده است. این ایستگاه اخیراً در تلاش برای راه‌اندازی ایستگاه رادیو جامعه است. تجهیزات این رادیو به‌طور رایگان از سوی **danida** تأمین شده و کارکنانش از سوی رادیو **Sagarmatha** آموزش می‌بینند.

رادیو **Swargadwari** نیز مانند رادیو **Lumbini** در مالکیت یک تعاونی مستقل قرار دارد. به‌دنبال درک رادیوهای جامعه نسبت به این موضوع که ارتباطات بومی سبب مشارکت عمومی به‌عنوان عنصر اساسی دموکراسی و توسعه پایدار می‌شود، منافع رادیو جامعه نیز افزایش می‌یابد.

آنچه ضرورت دارد، وجود منافع پایدار میان توسعه‌دهندگان رادیو جامعه و جامعه بخشنده است که می‌تواند در زمان نیاز مالی، آن را تأمین کند. پروژه کمکی **Unesco** می‌تواند به جوامع کمک کند تا بتوانند اطلاعات و کمک‌های لازم برای دریافت مجوز فعالیت ایستگاه را کسب کنند.

این پروژه نه تنها بر فعالیت‌های ایستگاه رادیو جامعه نظارت دارد، بلکه به جوامع کمک می‌کند تا قدم پیش بگذارند و منابع خود را به تحرک وادارند و درخواست مجوز ارائه دهند.

به‌دنبال برگزاری نشست‌ها و کارگاه‌های آموزشی و برنامه‌های تعاملی، جوامع گوناگونی درخواست مجوز داده و سرمایه‌هایی را برای فعالیت ایستگاه‌های جامعه به جریان انداخته‌اند. مجمع ژورنالیست‌های محیط زیست، مرکز حمایتی رادیوهای جامعه را نیز راه‌اندازی کرده است که اطلاعات لازم را فراهم کرده و دوره‌های آموزشی لازم را ارائه می‌کند و در جست‌وجوی حمایت‌های مالی بلاعوض جهت تأسیس ایستگاه‌های رادیویی جامعه در بخش‌های مختلف کشور می‌باشد.

## مشکلات و چالش‌ها

- **صدور مجوز:** دولت هرگز سیاست ثابت و پایداری در زمینه صدور مجوز ندارد. به عبارتی سیاست پایداری در این زمینه وجود ندارد. برخی از رادیوهای جامعه که تحت قوانین و مقررات پخش ملی درخواست مجوز داده‌اند، هنوز مجوز خود را دریافت نکرده‌اند و حال آنکه بسیاری از گروه‌هایی که برای راه‌اندازی ایستگاه‌های رادیویی تجاری درخواست صدور مجوز داده‌اند، بدون تأخیر، آن را دریافت کرده‌اند.

- **هویت متفاوت:** رادیوهای جامعه به خاطر ماهیت خاص خود از هویت متفاوتی برخوردارند. این وضعیت باید در تعیین مبلغ پرداختی برای دریافت مجوز منعکس شود.

- **استمرار و بقا:** به علت ضرورت اطلاع‌رسانی در جوامع کوچک، تقاضای راه‌اندازی رادیوهای جامعه در حال افزایش است. سؤال مطرح غالباً این است که این ایستگاه‌ها به صورت دائمی چگونه قابل راه‌اندازی هستند؟  
- **آگهی:** یکی از منابع درآمد رادیوهای جامعه پخش آگهی است، اما جلب مشتری در جوامع روستایی بسیار اندک است. سؤال این است که چگونه می‌توان صنعت را قانع کرد که تبلیغ در ایستگاه‌های رادیویی جامعه باید حامی توسعه باشد نه صرفاً کسب سود بیشتر؟

- **حمایت دولتی:** دولت تمایل دارد که خودش ایستگاه‌های رادیویی را اداره و کنترل کند. سؤال این است که حمایت دولت چگونه می‌تواند بدون لطمه‌زدن به آزادی بیان سبب تحرک بیشتر شود؟

- **سرمایه‌گذاری از سوی سایر منابع:** سازمان‌های خیر و سازمان‌های غیردولتی، مؤسسات و غیره می‌توانند از رادیو جامعه بهره گرفته و بدین



طریق فعالیت‌های خود را مورد حمایت قرار دهند. سؤال این است که این نهادها از چه تمهیداتی برای استقلال رسانه‌ها برخوردارند؟

- **نیاز به آموزش:** همیشه نیاز به آموزش احساس می‌شود. سؤال این است که چه کسانی می‌توانند آموزش دهند و چه کسانی بودجه مالی آموزشی را تأمین می‌کنند؟

- **مالکیت:** یکی از مهم‌ترین سؤالات پیرامون استمرار و بقاء ایستگاه‌های جامعه مطرح است. چه کسی باید مالکیت این ایستگاه‌ها را در اختیار داشته باشد؟ ما می‌دانیم که ساکنان جامعه باید مالک این رادیوها باشند اما آیا آنها آمادگی این کار را دارند؟

- **فناوری جدید:** فناوری‌های جدید ارتباطی ساده، به سهولت در دسترس هستند. سؤال این است که چه کسی وظیفه جمع‌آوری اطلاعات پیرامون فناوری‌های جدید را به عهده خواهد داشت؟ و چه کسی می‌تواند مشاوره و راهنمایی‌های لازم را به ایستگاه جامعه ارائه کند؟

### **سیمای رادیو جامعه**

اکنون ما سیمای شبکه رادیوهای جامعه - که در سرتاسر نپال پراکنده هستند و برنامه‌های آموزشی و سرگرمی برای جوامع خود پخش می‌کنند - را پیش رو داریم. به کمک فناوری‌های ارتباطی و اطلاعات جدید، می‌توان آنها را به شبکه کاربردی متصل کرد و در ایده‌ها و برنامه‌های آنها بر اساس یک روند دائمی مشارکت نمود. بدین طریق، جوامع دورافتاده و سنتی نپال که با رسانه‌های جمعی سروکار نداشته‌اند، می‌توانند به اطلاعات مفیدی دسترسی یابند که قادر است مسیر زندگی آنان را تغییر دهد.



---

## مسائل مالی، اداری و حقوقی در آسیا و اقیانوسیه

### رادیو جامعه در تایلند: یک بررسی

---

**Dr. Boonlert Supadniloke**

در نتیجه اعلام قانون اساسی جدید تایلند در سال ۱۹۹۷، این کشور در آستانه نوسازی صنعت ارتباطات از راه دور و پخش رادیو و تلویزیون قرار دارد. اصل ۶۵ قانون اساسی با درک این نکته که فرکانس رادیویی، یک منبع ملی ارزشمند برای منفعت عمومی به حساب می‌آید، مقرر کرده است که یک نهاد مستقل باید بر فرکانس‌های رادیویی نظارت کند تا صنعت پخش و ارتباطات از راه دور به خوبی اداره شوند. بر این اساس دو نهاد باید ایجاد شوند: «کمیسیون پخش ملی» جهت نظارت بر پخش و «کمیسیون ملی ارتباطات از راه دور» جهت نظارت بر ارتباطات از راه دور. هر کمیسیون از هفت عضو تشکیل شده و برای مدت شش سال فعالیت خواهد کرد.

براساس قانون سازمانی تصویب‌شده مبنی بر قانون اساسی، ۲۰٪ فرکانس‌های موجود رادیویی در تایلند، به پخش رادیو جامعه اختصاص

می‌یابد، درحالی‌که بقیه فرکانس‌ها میان رادیو عمومی و رادیو تجاری تقسیم می‌شود. اخیراً در تایلند حدود ۵۰۰ فرکانس وجود دارد که از میان آنها ۳۰۰ مورد FM و ۲۰۰ مورد AM هستند.

از زمان اعلام قانون اساسی، مذاکرات زیادی میان بخش‌های عمومی پیرامون ساختار و کارکرد رادیوهای جامعه در تایلند و مدل‌های گوناگون رادیو جامعه صورت گرفته است.

قاعدتاً، رادیو جامعه باید برنامه‌هایش را به کمک یک فرستنده کم‌قدرت در حوزه‌ای محدود پخش کند، که هدف آن نیز باید خدمت به جامعه در سطح بومی باشد. یک رادیوی جامعه اساساً توسط مردم بومی منطقه راه‌اندازی و مدیریت شده و فعالیت می‌کند، درحالی‌که هیچ دخالت خارجی را در آن شاهد نیستیم. با در نظر گرفتن این تعریف باید گفت که هیچ رادیو جامعه واقعی در تایلند وجود ندارد. اما این اطمینان وجود دارد که برخی رادیوهای محلی که توسط گروه‌های ذینفع اداره می‌شوند - مانند راهب‌ها و مأموران دولتی - در تایلند وجود دارد. همچنین حدود ۳۰/۰۰۰ بلندگو در مناطق مختلف وجود دارند؛ اینها ایستگاه رادیویی نیستند، بلکه به‌عنوان «تقویت‌کننده» عمل می‌کنند و برنامه‌های رادیو ملی را از طریق بلندگوهای نصب‌شده در اماکن عمومی روستاها به گوش روستائینان می‌رسانند.

---

## پخش رادیو جامعه در نپال: مسائل حقوقی

---

Satish K. Kharel

اساساً در ماهیت «قدرت» هیچ اشکالی وجود ندارد؛ مشکل آنجاست که قدرت در آمریکا ناعادلانه تقسیم شده است. (مارتین لوتر کینگ)

### مقدمه

از آنجایی که هیچ مدل جهانی پیرامون رادیو جامعه وجود ندارد، ارائه یک تعریف دقیق از این رادیو دشوار است. می‌توانیم مدل‌های گوناگونی از رادیو جامعه را مشاهده کنیم، اما مدل ارتباطی که اساس پخش جامعه را شکل می‌دهد، از دو نوع رادیوی دیگر - یعنی دولتی و تجاری - متفاوت است. مهم‌ترین ویژگی‌های رادیو جامعه که آن را از دو نوع دیگر متمایز می‌سازد، عبارتند از: دسترسی ساده، مشارکت عمومی در تولید و تصمیم‌گیری و پشتیبانی مالی شنوندگان. هدف آن است که مدیریت رسانه در دست کسانی قرار گیرد که آن را به کار می‌گیرند و به برنامه‌هایش گوش می‌دهند. البته هدایت چنین ایستگاه‌هایی ساده نیست، اما ساختار این رادیو به

مخاطبان و کاربران رادیو اجازه مدیریت و کنترل رسانه را به نحوی می‌دهد که چنین امکانی در رادیوهای تجاری و دولتی وجود ندارد.

در یک بررسی جهانی متوجه می‌شویم که بخش دولتی برای عموم مردم قابل دسترسی نیست. سازمان‌هایی که در سطح جوامع کوچک فعالیت می‌کنند - خواه سنتی باشند یا مدرن - نشان داده‌اند که قابلیت بهره‌گیری از ابزار ارتباطی را دارند و درعین حال از ابزار فنی و مالی ضروری نیز بهره می‌برند. البته، علیرغم این واقعیت، تعداد چنین ایستگاه‌هایی در جهان سوم ناچیز است.

اگر به مطالعه منشأ رادیو جامعه در اروپا پردازیم، متوجه می‌شویم که این رادیو در قرن هفدهم به‌عنوان یک رادیوی غیرقانونی مطرح بوده است. رادیو جامعه بعداً مجوز قانونی دریافت کرد، هر چند غالباً از قوانین دولتی مناسب بی‌بهره بود و یا در مواردی دری برای پخش‌کنندگان تجاری گشوده شد.

در آمریکای شمالی، رادیو جامعه به‌عنوان یک سرویس مجاز توسعه یافت، هر چند بعداً شاهد رشد و گسترش رادیوهای جامعه فاقد مجوز بودیم و علت آن نیز نادیده‌گرفتن قوانین مربوط به کمیسیون ارتباطات فدرال (FCC) و کمبود فرکانس‌های موجود است. رادیوهای آزاد **Berkeley** و **Seattle** و میامی، نمونه‌هایی از این گروه هستند.

در سال ۱۹۸۲ مایکل رایس - رئیس انجمن ارتباطات و جامعه - کتاب **امیدها و ترس‌های انقلاب اطلاعاتی** را منتشر کرد. رایس در این کتاب اذعان می‌دارد که متخصصان اطلاعاتی، مأموران دولتی، مدیران شرکت‌ها و وکلا، ژورنالیست‌ها و محققان، نگرانی‌هایی را در ارتباط با عصر ارتباطات متکی بر اطلاعات شناسایی کرده‌اند. این دغدغه‌ها عبارتند از: فرصت‌های افراد جهت تحرک و ارتقا و منفعت جامعه در حفظ منابع گوناگون قدرت سنتی، به‌خاطر

گرایش به سوی اطلاعات ارزش‌گذاری شده، براساس میزان کاربرد آنها از بین می‌رود. ارزش این اطلاعات به عوامل بازار و اینکه چه اطلاعاتی باید تولید شود و چه کسانی از آنان بهره ببرند، بستگی دارد و حال آنکه سایر ضروریات غیرتجاری مورد توجه قرار نمی‌گیرد.

جریان‌ات دموکراتیک در جامعه مانند نهادها و احزاب سیاسی و مؤسسات پوشش‌دهنده رسانه‌ها، که نماینده مردم هستند، ممکن است جای خود را به جریان‌ات فناورانه مانند کنترل‌های آماری دهند که در پیچ‌وخم‌های اداری قرار دارند.

تنوع در حال رشد وسایل ارتباط جمعی و نظام‌های اطلاعاتی خصوصی می‌تواند جامعه را به سوی تجزیه و تخصصی‌سازی منافع و شایستگی‌ها سوق دهد. اگر اطلاعات به‌عنوان منبع انحصاری کنترل‌کنندگان آن - که بر جمع‌آوری و انتشارش نظارت دارند - مطرح شود کسانی از مردم که توانایی دسترسی به آن را نداشته باشند، در محرومیت شدید قرار خواهند گرفت.

عصر اطلاعات می‌تواند سبب ایجاد طبقات اجتماعی و بیکاری ساختاری و دیگر موانع در یک جامعه باثبات و متوازن گردد و حقوق و ارزش‌های فردی می‌تواند در معرض تهدید قرار گیرد.

هرچند این نگرانی‌ها به‌عنوان نتایج تنها رسانه‌های جمعی مانند رادیو و تلویزیون در نظر گرفته نمی‌شود، اما ارتباط آنها با نظام‌های پخش قابل توجه است.

قاعدتاً اطلاعات به معنای «بصیرت» تعریف شده است؛ پیامی که ارسال می‌شود. عبارت، معنا و آگاهی نسبت به آن از این طریق حاصل می‌شود. اما امروزه محققان سعی دارند تا به طریقی دیگر معنا کنند: Sandra Bramen در مقاله «اطلاعات و طبقه اقتصادی سیاسی در قانون اساسی آمریکا»،

منتشر شده در نشریه ارتباطات و شکاف اطلاعاتی شماره ۳۹۱۳ تابستان ۱۹۸۹ اذعان می‌دارد که هرچند راه‌های گوناگونی برای تعریف اطلاعات وجود دارد، در مهم‌ترین تعاریف، از اطلاعات به‌عنوان نیروی اصلی در جامعه یاد می‌شود. از این دیدگاه، تصمیم‌گیری راجع به سیاست‌های اطلاعاتی، تصمیم‌گیری راجع به روش‌های ساخت جامعه به حساب می‌آید و اینکه چگونه طبقات اقتصادی اجتماعی آگاهی می‌یابند و اینکه چگونه مردم در این ساختارها فعالیت می‌کنند.

آنچنان که Bramen نیز اذعان می‌دارد، اطلاعات شکلی از قدرت به حساب می‌آید. اطلاعات به‌عنوان نیروی تأثیرگذار و ترغیب‌کننده، کنترل‌کننده نتایج و پدیدآورنده افکار عمومی تأثیرگذار بر انتخابات و تصمیمات، عمل می‌کند. اطلاعات به‌عنوان یک قدرت، ابزار و کلید اصلی یک رقابت موفقیت‌آمیز به حساب می‌آید.

Les Brown، ناشر کتاب **تلویزیون، تجارت بین‌المللی** نیز با این دیدگاه موافق است که: کسانی که تلویزیون را در اختیار ندارند، یک امتیاز بزرگ را از دست داده‌اند. مالکیت اطلاعات یک مفهوم پیچیده اقتصادی است که از نظر سیاسی نیز چنین اهمیتی دارد و در واقع کلید قدرت است. اگر ما، اطلاعات را به‌عنوان قدرت در نظر می‌گیریم، رادیو جامعه به‌عنوان بخشی از یک تلاش گسترده برای دستیابی به قدرت از سوی عموم مردم به حساب می‌آید؛ تلاشی که صرفاً در راه آزادی ارتباطات صورت نمی‌گیرد، بلکه در راه دستیابی به حق برقراری ارتباط انجام می‌شود. مفهوم حق برقراری ارتباط در طول سه دهه گذشته مورد حمایت قرار گرفته است و افزایش کارایی سرویس‌های دولتی و تجاری شاهدهی بر این مدعا است.



چنین حقی شامل اصل دسترسی به اطلاعات، مشارکت و مدیریت ارتباطات بوده و رسانه‌ها به‌عنوان ابزار ساخت هویت فرهنگی گروه‌های اجتماعی به حساب می‌آیند که به کمک آن نیازهای اجتماعی و اقتصادی خود را اعلام می‌کنند و ارتباطات اجتماعی جدیدی شکل می‌دهند. به‌علاوه، مدل پخش جامعه با تقسیم و جداسازی سنتی برنامه‌سازان و شنوندگان از سوی دیگر در تضاد است. در اینجا شنونده خود برنامه‌ساز می‌شود. اهمیت این قضیه نه تنها در دسترسی به امواج رادیویی نهفته است بلکه بیشترین اهمیت آن به خاطر مشارکت مخاطب در تولید و هدایت نظام‌های ارتباطی و مالکیت و کنترل ابزار پخش است.

### قوانین پخش در نپال

قبل از اعادهٔ دموکراسی در سال ۱۹۹۰، هیچ قانون خاصی بر پخش رادیو و تلویزیون در نپال حاکم نبود. رادیو نپال که تحت حاکمیت دولت بود، اجازه فعالیت یافته بود. این تغییر براساس قانون کمیتهٔ توسعهٔ سال ۱۹۵۶ صورت گرفت. در مورد تلویزیون نیز که کاملاً تحت مالکیت دولت بود، به‌عنوان یک نهاد مجاز قادر به فعالیت است، هرچند، قانون این اجازه را به آن می‌دهد که به‌گونه‌ای متفاوت فعالیت کند. در مورد هر دوی آنها، دولت پادشاهی نظارت کامل دارد.

آنگاه که در سال ۱۹۹۰، قانون اساسی پادشاهی نپال اعلام شد، یک حق اساسی جدید معرفی گردید، و آن حق دسترسی به اطلاعات بود. مادهٔ ۱۶ قانون اساسی بیان می‌دارد: هر شهروندی حق درخواست و دریافت هرگونه اطلاعات عمومی را دارد. به منظور تقویت و توسعهٔ حق دسترسی به اطلاعات در تاریخ ۹ ژوئن ۱۹۹۳، قانون پخش ملی تصویب شد.

مقدمه این قانون هدف اولیه آن را بیان می‌دارد: «هدف آن است که مردم بتوانند به اطلاعات منصفانه و بی‌طرف و موثق دست یابند.»

پس از به‌اجرا درآمدن این قانون، حتی سازمان‌های پخش دولتی نیز تابع این قانون شدند، هرچند فعالیت این سازمان‌ها براساس بخش ۲۳ این قانون، نیازمند دریافت مجوز نیست. پس از تصویب این قانون باز هم تا مدتی دولت تمایلی به اجرای آن نداشت. پس از تصویب این قانون بسیاری از نهادها از جمله شرکت‌های چندملیتی، تمایل زیادی داشتند که ایستگاه‌های FM و TV در نپال تأسیس کنند، اما به نتایج مثبت دلخواه نرسیدند.

سرانجام دو سال پس از اجرای قانون در ۱۱ ژوئن ۱۹۹۵، HMG قانون پخش ملی سال ۱۹۹۵ را منتشر کرد. این قانون موضوعاتی چون درخواست مجوز پخش، هزینه صدور مجوز، اصطلاحات کلی و شرایط پخش و موارد منع پخش و امتیازات پخش و تغییرات آن را دربرمی‌گیرد.

### مفهوم پخش رادیو جامعه در نپال

اگر قوانین حاکم بر پخش برنامه در نپال را تجزیه و تحلیل کنیم، هیچ بخشی را نمی‌یابیم که «پخش رادیو جامعه» را تعریف کرده باشد. به‌علاوه، قوانین، انواع مختلف پخش‌کنندگان براساس اهداف را شناسایی نکرده است. بر این اساس تمامی بخش‌های قانون با ایستگاه‌های رادیویی اعم از تجاری، خصوصی و جامعه، به‌نحو یکسانی برخورد می‌کند. اما در عمل، وزارت اطلاعات و ارتباطات دولت پادشاهی نپال (MOIC) تلاش کرد تا میان ایستگاه‌های رادیویی تجاری و غیرتجاری تفاوت قائل شود. در اولین مراحل فعالیت رادیو Sagarmatha، رادیو جامعه پیشرو در نپال، محدودیت‌های زیادی برای آن قائل شد. یکی از این محدودیت‌ها، عدم پخش آگهی‌های بازرگانی بود که در واقع در تضاد آشکار با بخش ۱۴ قانون پخش است.

عده‌ای از شهروندان اعتقاد دارند که این عملکرد دولت سبب دلسردی ایستگاه‌های رادیویی جامعه می‌شود. هرچند گردانندگان رادیو جامعه به دنبال کسب سود نیستند، اما ادامه تلاش و کوشش برای آنان بدون درآمد حاصل از پخش، امکان‌پذیر نیست. سیاست دولت در این قضیه، مبهم است؛ هیچ دلیل و توضیح خاصی پیرامون این تبعیض ارائه نشده است. به‌علاوه چنین عملی می‌تواند با بخش ۱۳ قانون پخش در تعارض باشد. هرچند تاریخ پخش برنامه از سوی بخش خصوصی در نیال جدید است، یک مورد مطرح‌شده در دادگاه‌ها راجع به پخش برنامه در نیال قابل توجه است.

در مورد دعوی Kamala Kshetri علیه وزارت ارتباطات و اطلاعات، دادگاه عالی علیه وزارتخانه مورد نظر رأی صادر کرد، مبنی بر اینکه وزارتخانه فوق باید اطلاعات لازم راجع به شرایط درخواست مجوز تأسیس ایستگاه FM را در اختیار مدعی قرار دهد؛ زیرا این وزارتخانه به ادعای اینکه دادن چنین اطلاعاتی سبب نقض حریم خصوصی شرکت‌های پخش برنامه می‌گردد، از دادن اطلاعات لازم به وی خودداری کرده بود. در یک مورد مشابه دیگر یعنی دعوی Madhav Bashnet علیه وزارت ارتباطات و اطلاعات، دادگاه عالی دستور صادرشده از سوی MOIC مبنی بر ممنوعیت به‌کارگیری اخبار جمع‌آوری‌شده توسط روزنامه‌ها و سایر منابع از سوی تمامی پخش‌کنندگان را لغو کرد. یک مورد جالب دیگر دعوی Mainali علیه دولت بود که دادگاه عالی هنوز در خصوص آن رأی صادر نکرده است. در این مورد، Mainali ادعا کرد که قاعده شماره ۱۱ از قواعد پخش ملی ۱۹۹۵ در تضاد با بخشی از قانون پخش ملی سال ۱۹۹۳ قرار دارد. آقای Mainali ادعا کرد که مالیات ۴٪ از درآمد که توسط MOIC تعیین شده است و پخش‌کنندگان برنامه‌ها باید آن را پرداخت کنند، برخلاف قانون

پخش ملی ۱۹۹۳ است و دولت حق تحمیل چنین مالیاتی را ندارد. اگر نگاهی دقیق به فرایند توسعه رسانه‌های پخش (و از جمله رادیو جامعه) در نپال بیندازیم، مواردی را می‌یابیم که لازم است در تدوین قوانین از سوی مسئولان لحاظ شوند:

### **طبقه‌بندی جداگانه پخش‌کنندگان**

قانون باید رسانه‌های پخش را به دسته‌های مختلف از جمله تجاری و غیر تجاری تقسیم‌بندی کند. قطعاً بر این اساس، لازم است شرایط و مقررات، حقوق و امتیازات طبقات مختلف، متفاوت باشد.

- **محدودیت مالکیت:** همانطور که قبلاً نیز بحث شد، اطلاعات می‌تواند تبدیل به قدرت شود. لذا باید محدودیت‌هایی بر مالکیت رسانه‌ها اعمال گردد. هر گروه صنعتی، خانوادگی یا حزب سیاسی نباید بخش عظیمی از رسانه‌های خصوصی کشور را در اختیار داشته باشد.

بنابراین قانون پخش ملی باید چنین تمهیدی را بیندیشد. به‌عنوان پیشنهاد، پوشش ۱۰٪ از کشور یا جمعیت، به‌عنوان نقطه آغاز، مناسب به‌نظر می‌رسد. به‌علاوه، مالکیت تلویزیون کابلی و سیستم پخش فیبر نوری و روزنامه‌ها به‌عنوان یک شغل مشابه به حساب می‌آید. معافیت‌های لازم درخصوص رسانه‌های دولتی اعمال می‌شود.

### **- وضع مالیات معقول برای تمامی رسانه‌های پخش: دولت اخیراً،**

رسانه‌های پخش را به‌عنوان یک صنعت به رسمیت شناخته است. رسانه‌ها نیز مانند هر صنعت دیگری باید مالیات پرداخت کنند. مانند سایر شرکت‌ها هر رسانه تجاری که درآمد خاصی از پخش برنامه به‌دست می‌آورد، باید مالیات بر درآمد پردازد، اما از زمان دریافت مجوز فعالیت، باید ۴٪ درآمدش را به‌عنوان مالیات پردازد (خواه سود کرده باشد یا ضرر). چنین تمهیدی مانع از

ورود شرکت‌های تجاری به این حوزه می‌شود. به‌علاوه، این امر مانع از سرمایه‌گذاری بیشتر پخش‌کنندگان موجود می‌گردد. هدف آنان کسب سود بیشتر خواهد بود.

- **فرایند ساده دریافت مجوز:** تمهیدات جاری برای صدور مجوز فعالیت شبکه رادیویی، مبهم است. شخص متقاضی باید در فرم درخواست، اطلاعات لازم درخصوص فرکانس و کانال پخش و تاریخ اولین پخش را ذکر کند، درحالی‌که این مسائل به تصمیم MOC بستگی دارد و متقاضی هیچ‌گونه نظارت و کنترلی بر این اطلاعات ندارد. به‌علاوه، مطالعات مالی، تجاری و فنی توسط نهاد منتخب و معتبر قانونی صورت می‌گیرد که درواقع ربطی به سازمان‌های پخش ندارد. لذا فرایند درخواست صدور مجوز باید شفاف و ساده باشد.

- **گشودن سایر باندها:** سازمان‌های خصوصی پخش، تنها می‌توانند مجوز پخش برنامه روی باند VHF. FM دریافت کنند. براساس فرمان جدید دولت، امکان دریافت مجوز پخش TV نیز برای بخش خصوصی فراهم می‌شود. LW، MW و SW باندهایی هستند که هنوز در اختیار بخش خصوصی قرار نگرفته‌اند. بنابراین باند BC کم‌قدرت باید به رادیوهای جامعه اختصاص یابد.

- **ساختار معین و قانونی مالکیت:** تمهیدات قانونی باید ساختار مالکیت را به خوبی تعریف کنند. به‌عنوان مثال، هر رادیو جامعه‌ای باید در مالکیت یک NGO و یک مؤسسه تعاونی قرار داشته باشد که حداقل ۲۰۰ عضو از جامعه محلی مربوطه را در اختیار داشته باشد. بیش از یک عضو از یک خانواده درواقع یک نفر به حساب آید. حضور حداقل ۴۰٪ از زنان باید شرط بعدی باشد. همینطور، تعیین ساختار ایستگاه‌های تجاری نیز باید قید شود.

نکات بیان‌شده، در واقع ایده‌هایی است که باید از سوی افراد قبل از اتخاذ تصمیم و اجماع، در نظر گرفته شود.

در نهایت، در نپال، جایی که سطح سواد پائین است، رادیو جامعه ابزار بسیار مناسبی جهت انتشار اطلاعات و آگاهی‌های عمومی به حساب می‌آید. همچنان که در همه جای دنیا اثبات شده است، رادیو جامعه یک ابزار کارا و کم‌هزینه در راه قدرتمندسازی جامعه محلی به شمار می‌آید. بنابراین تدوین یک قانون و سیاست مناسب و مقتضی، می‌تواند سبب بروز تغییراتی از طریق رادیو جامعه شود، آنگونه که دولت نمی‌توانست به این تغییرات از طریق هیچ برنامه متمرکز دیگری دست یابد.



---

## بررسی وضعیت رادیو جامعه در کشورهای مختلف

### رادیو جامعه در فیلیپین

---

Vivian C. de Guzman

راه‌اندازی رادیو جامعه در فیلیپین، ایده‌ای بسیار جالب در کشوری به حساب می‌آید که دموکراسی در شکل و مفهوم واقعی‌اش در آنجا مشاهده می‌شود. هدف رادیو جامعه در این منطقه افزایش مشارکت و اطلاع‌رسانی مردمی است که در حوزه این رادیوها قرار دارند. این افراد فرصت فعالیت در ایستگاه را نیز به دست می‌آورند، بنابراین فرصت شرکت در تمامی فعالیت‌های مختلف از طریق برقراری ارتباط برای همگان پیش می‌آید. اساس و پایه ارتباطات جامعه در به‌کارگیری رادیو جامعه قابل مشاهده و بررسی است؛ جایی که مردم در امور مربوط به جامعه خود مشارکت داشته و بر فعالیت مأموران محلی نظارت دارند.

امروزه حدود ۲۵ ایستگاه رادیو جامعه در روستاهای دورافتاده کشور فیلیپین وجود دارد. در فیلیپین طراحی این ایستگاه‌ها حوزه‌ای گسترده‌تر از

مشارکت در تولید را در برمی‌گیرد. این امکان برای نمایندگان جوامع پیش می‌آید که جهت فعالیت‌ها را تعیین و سیاست‌های لازم را تدوین کرده و تصمیمات لازم را پیرامون مشکلات رایج مردم خود اتخاذ کنند.

ایستگاه‌های رادیو جامعه در فیلیپین، از طریق مشارکت مردم با نهادهای مختلف متولی اداره ایستگاه، راه‌اندازی شده‌اند. حرکت و جنبش رادیو جامعه توسط بنیاد توسعه ملی هدایت می‌شود. از جمله این رادیوها، «صدای جامعه برای توسعه» است. یونسکو و **danida** از این بنیاد به منظور توسعه مفهوم رادیو جامعه حمایت می‌کنند.

موفقیت رادیوهای جامعه در فعالیت مستمر این ایستگاه‌ها، قابل مشاهده است. بسیاری از این شبکه‌ها پیشرفت کرده‌اند و حتی رادیوهای کوچکی مانند رادیو جامعه **Ulutangga** در **Zamboanga** را پدید آورده‌اند. اما برخی ایستگاه‌ها نیز هستند که به دلایل مختلف پس از چند سال فعالیت غیرفعال شده‌اند.

تجربیات زیادی از رادیوهای جامعه در فیلیپین بدون توجه به جنبه‌های حاشیه‌ای، اداری، فنی، مالی و برنامه‌سازی آنها ذیلاً مورد بحث قرار می‌گیرد.

### مدیریت و اداره

پروژه **Tambuli** در فیلیپین سه سطح سازمانی و مدیریتی را دربرمی‌گیرد: مرحله اول، تأسیس نهاد توسعه جامعه و شورای رسانه‌ای جامعه (CMC) است. **CMC** از ۱۲ تا ۱۵ عضو تشکیل شده است که نماینده بخش‌های مختلف جامعه مانند کشاورزان، زنان، جوانان، فروشندگان، کلیسا و رهبران سیاسی محلی را دربرمی‌گیرد. **CMC**، مشارکت افراد را تا سطح محلی و بومی گسترش داده و جامعه را قادر به مشارکت در فعالیت‌های رسانه‌ای



می‌نماید. هدف آن است که CMC اندک‌اندک در مالکیت تعاونی و مراکز جامعه، ایستگاه رادیو جامعه و روزنامه‌های محلی مشارکت کند. در خصوص مدیریت محلی ایستگاه‌های رادیو جامعه، CMC با نهاد توسعه محلی که از رهبران جامعه مورد نظر تشکیل می‌شود، همراه می‌گردد. نقش نهاد توسعه محلی کمک به طراحی و انجام فعالیت‌های توسعه در منطقه است. این نهاد همچنین ساختار رسمی را به همراه دیگر نهادهایی که به شکل رسمی در روابط و توافق‌های کاری پیرامون کمک‌های مالی و فنی مشارکت دارند، شکل می‌دهد.

سطح دوم سازمانی، متشکل از تیم مدیریتی است که توسط نمایندگان مالی و کمیسیون ملی فیلیپین به منظور حمایت و پشتیبانی و مشاوره فنی و آموزشی و تحقیق، انتخاب می‌شوند. در نهایت گروه مشاور عالی که وظیفه‌اش سیاستگذاری‌های کلان است. این گروه کوچک از رئیس دانشگاه فیلیپین، رئیس کمیته آموزشی یونسکو، و تعداد اندکی از فعالان قابل توجه در زمینه رسانه‌های پخش تشکیل می‌شود.

### شرایط و ملاحظات فنی

- مکان: کارکنان Tambuli - یک مهندس و یک تکنیسین - منطقه یا روستایی را که ایستگاه رادیویی جامعه در آنجا راه‌اندازی شود، قبل از راه‌اندازی به دقت انتخاب می‌کنند. آنها امکان عملی این کار را براساس مجموعه‌ای از معیارهایی که تعیین‌کننده مناسب‌ترین مکان هستند، بررسی می‌کنند. این معیارها شامل منطقه جغرافیایی، جمعیت و هر ناحیه دورافتاده کوهستانی، دریا و ... می‌شود. این مناطق از سوی رسانه‌ها از ویژگی خاصی برخوردارند.

مکانی که آنتن ایستگاه رادیویی جامعه نصب خواهد شد با دقت انتخاب می‌شود، به نحوی که منطقه گسترده‌ای از روستا و اطراف آن را دربرگیرد و آنجا را پوشش دهد. به عنوان مثال در یک رادیو جامعه (رادیو **Ibajay**) آنتن در یک کلیسا نصب شد تا بهترین پوشش را داشته باشد.

- **تجهیزات:** تجهیزات لازم جهت نصب و راه‌اندازی ایستگاه رادیویی جامعه شامل فرستنده ۲۰ وات، آنتن FM کابل انتقال، دکل آنتن، میز صدا برای استودیو، دستگاه ضبط صدا، پخش CD، بلندگو، آمپلی‌فایر، میکروفون‌ها، باتری ۱۲ ولت و ارتباطات کابلی است. بودجه لازم برای تهیه این تجهیزات حدود ۲۰/۰۰۰ دلار آمریکاست.

### منابع و سرمایه

منابع بالقوه سرمایه به منظور کمک‌رسانی در راه‌اندازی رادیو جامعه از سوی نهادهای ذیربط شناسایی می‌شوند. این منابع ممکن است فروشندگان شخصی به عنوان حامی فعالیت ایستگاه باشند. دیگر منابع بالقوه حمایتی سازمان‌ها و نهادهای مدنی هستند. دیگر سرمایه‌ها، مانند فعالیت‌های بخت‌آزمایی و غیره ممکن است در طول فعالیت ایستگاه از طریق کارکنان آن کسب شود.

برخی سازمان‌های میزبان مانند نهادهای مالی، تعاونی، دولت محلی و سازمان‌های مذهبی حمایت‌های لازم را فراهم می‌کنند.

### برنامه‌سازی

گویندگان رادیوهای جامعه پس از طی کردن یک دوره آموزشی دوهفته‌ای تا یک ماهه، می‌توانند برنامه‌هایشان را پخش کنند. برنامه‌های رادیو جامعه مانند برنامه‌های سایر ایستگاه‌های رادیویی ساخته می‌شوند. این وجه اشتراک در زمینه امور عمومی، شخصیت عوامل و موسیقی وجود دارد. تنها فرق موجود

آن است که برنامه‌سازان در رادیو جامعه داوطلب هستند و در واقع برنامه‌سازان حرفه‌ای باتجربه نیستند اما مسائل را به خوبی احساس می‌کنند، زیرا عضوی از جامعه‌ای هستند که برایش برنامه می‌سازند.

یکی از مردمی‌ترین برنامه‌های رادیوهای جامعه در فیلیپین برنامه **جامعه روی آنتن** است که در بسیاری از رادیوهای جامعه پذیرفته شده است، زیرا تأثیر زیادی روی روستاها گذاشته است. تمامی این برنامه‌ها به صورت زنده و به کمک سیستم Karaoke در روستاها پخش می‌شود.

### مشکلات و مسائل مربوطه

اصل اداره رادیو جامعه توسط عده‌ای داوطلب می‌تواند منجر به مشکلاتی شود که بر فعالیت ایستگاه رادیویی تأثیر گذارد، از جمله:

- عدم مشارکت داوطلبان فعالیت‌های مختلف
- فقدان معاضدت قضایی برای داوطلبان
- مداخله مأموران دولت محلی در فعالیت ایستگاه رادیویی
- نبود ساختمان مناسب جهت فعالیت برنامه‌سازان
- مشکلات فنی موجود
- عدم ارزیابی و نگهداری تجهیزات به علت نبود بودجه و سرمایه
- نداشتن تخصص فنی تکنیسین‌های به‌کارگرفته‌شده
- دشواری در تأمین مجوز برای هر ایستگاه
- سیگنال ضعیف
- قدرت اندک فرستنده

مشروعیت و اجازه قانونی ساخت و راه‌اندازی فرستنده به‌عنوان یک مشکل اساسی در برخی رادیوهای جامعه در کشور مطرح است. مشکل تأمین بودجه برای فعالیت روزانه ایستگاه‌ها، به‌عنوان عمومی‌ترین مشکل در تمامی

ایستگاه‌های رادیو جامعه در فیلیپین شناخته می‌شود. این مشکل مانع از فعالیت ایستگاه‌های رادیویی می‌شود، به نحوی که برنامه‌سازان داوطلب نمی‌توانند در زمینه فعالیت خود در جای دیگری کار کنند. مشکل دیگر عدم التزام داوطلبان به حضورشان در ایستگاه رادیویی در زمان نیاز به خدماتشان است.

در زمینه برنامه‌سازی نیز با این مشکل مواجه هستیم که اعضای جامعه در زمینه مشارکت در امر برنامه‌سازی منفعل هستند. اعضای جامعه وقت و فرصت کافی جهت مشارکت در برنامه‌هایی چون **جامعه روی آنتن** را ندارند، لذا این مسئله سبب افت برنامه می‌شود. مشکل دیگر کمبود وقت کارکنان در تولید و هدایت برنامه‌های رادیویی است.

### دیگر نگرانی‌ها و دغدغه‌ها

دیگر نگرانی‌ها و دغدغه‌هایی که در تحقیقات انجام شده آشکار شده‌اند عبارتند از:

- پرداخت‌های زیرمیزی یا رشوه از سوی کمپانی‌های موسیقی یا گروه‌های سیاسی، و گروه‌ها و حتی احزاب مجادله‌گر.
- برخی از کارکنان به جای اهداف ایستگاه رادیویی دستورالعمل‌های خصوصی خود را اعمال می‌کنند. برخی تبلیغات سیاسی ایدئولوژیکی در پوشش اخبار، برنامه‌های عمومی و طرح‌های توسعه مطرح می‌شوند.
- پرداخت کمک‌هایی به ایستگاه رادیویی به منظور پیشگیری از درخواست از مقامات
- حضور برنامه‌سازان متکبر که سر ساعت برای پخش برنامه حاضر نمی‌شوند و خود را طلبکار می‌دانند و در نهایت از فرایند فعالیت ایستگاه تخطی می‌کنند.

- قرار گرفتن تحت فشار آشکار یا پنهان از سوی پشتیبانان مالی که در واقع سازمان‌های دولتی محلی هستند.

براساس نتایج ثابت شده است که رادیوهای جامعه در فیلیپین عامل تقویت مردمانی هستند که در حوزه آنها زندگی می‌کنند و ادامه فعالیت این رادیوها از اهمیت زیادی برخوردار است. استمرار حضور چنین ایستگاه‌های رادیویی، گام اولیه حرکت به سوی مشارکت پویا و پیوسته مردم با رهبران محلی و دیگر بخش‌های جامعه، به حساب می‌آید. بنابراین آگاهی و بیداری مردم و کسانی که در رادیوهای جامعه فعالیت می‌کنند ضرورت دارد تا آنها به اهمیت حیاتی سهمشان در رسیدن به هدف اصلی یعنی حاکمیت مشارکت از طریق ارتباطات جامعه، واقف شوند.



---

## رادیو جامعه در سریلانکا

### گزارش یک موقعیت

---

Hewage Wijedasa

#### تاریخچه و زمینه

رادیو جامعه در سریلانکا توسط بنگاه سخن‌پراکنی سریلانکا (SLBC) با همکاری یونسکو و Danida تأسیس شد و از سال ۱۹۸۱ اقدام به پخش برنامه برای ساکنان جدید منطقه - که براساس طرح توسعه ماهاولی وارد آنجا شده بودند - و سایر روستائینان کرد تا بتواند روند توسعه اجتماعی - اقتصادی منطقه را تسریع بخشد. اولین رادیو جامعه در سریلانکا، رادیو جامعه ماهاولی (MCR) بود که تمامی برنامه‌هایش از روستا نشئت گرفته و در همانجا تولید شده و فرصتی برای روستاییان پیش می‌آمد تا از طریق رادیو به تبادل تجربیات و اندیشه‌ها بپردازند.

رادیو از طریق تشویق روستاییان به مشارکت در فرایند توسعه و کوشش در راه توسعه شرایط زندگیشان، نقش مهمی در حمایت از توسعه جوامع روستایی ایفا می‌کند.

توسعه و پیشرفت مستلزم بروز تغییرات است و اولین تغییری که رخ می‌دهد، تحول در طرز تلقی مردمی است که مستقیماً تحت تأثیر توسعه قرار خواهند گرفت. آنها باید متقاعد شوند که خودشان باید فعالیت کنند نه اینکه منتظر دیگران باشند تا برایشان کاری انجام دهند.

هدف رادیو جامعه ایجاد انگیزه در شنوندگان روستایی است. هر برنامه باید با زندگی واقعی در روستا انطباق داشته باشد تا بتواند شنونده را جذب کند. قالب و شکل ارتباط و زبانی که به کار گرفته می‌شود، باید برای شنوندگان آشنا باشد تا از اعتبار برخوردار گردد.

نقطه آغاز برنامه باید زندگی واقعی روستایی باشد و براساس مشارکت روستاییان در فرایند تولید آن قرار داشته باشد. این برنامه‌ها باید بیانگر ارتباط با روستاییان از سوی خود آنها (توسط روستاییان) باشد. برنامه‌سازان برای تولید چنین برنامه‌ای باید برای مدت معینی در روستا زندگی کنند و با روستاییان آشنا شوند. آنها باید در انتقال پیام توسعه در برنامه‌هایشان از روستاییان کمک بگیرند و واقعیت زندگی روستایی را فراموش نکنند. رادیو رسانه‌ای صمیمی است و با جایگاه سخنرانی فرق دارد. وظیفه دشوار تهیه‌کنندگان برنامه، شکل دادن پیام‌های مختلف توسعه‌ای و حفظ جو آرام شناخته‌شده است. شیوه‌ی اساسی کار در رادیو جامعه سختی‌هایی را برای کارکنانش در راه فعالیتشان پدید می‌آورد. تهیه‌کنندگی در این رادیو شغل بسیار دشواری است. اما نتیجه‌ی نهایی، تولید برنامه‌های رادیویی است که بر شنوندگان روستایی تأثیر مثبتی دارند.

رادیو جامعه از چهار جنبه در جامعه مورد نظر مشارکت دارد: مشارکت در تصمیم‌گیری، مشارکت در اجرا، مشارکت در سود و منافع و مشارکت در ارزیابی.



در رادیو جامعه ما از کشاورزی صحبت نمی‌کنیم، زیرا زندگی روستایی بیش از کشاورزی است. اگر زندگی واقعی و نیازهای کشاورزان را به‌عنوان نقطه آغاز در نظر بگیرید، متوجه خواهید شد که سلامت و بهداشت، مذهب، تحصیل و بسیاری از موارد دیگر در ذهن کشاورز قرار دارد، آن‌گونه که در فکر مقدار کود لازم برای مزارع شلتوک خود است. اگر این مسائل را جدی نگیرید، کشاورزان را جدی نگرفته‌اید و در این صورت ممکن است شما او را یک موجود اقتصادی بدانید.

دانش و آگاهی اهمیت دارد اما انگیزه یک نقطه کانونی در فرایند توسعه به شمار می‌آید. در فرایند پیشرفت انسان، که ما راجع به آن صحبت می‌کنیم، گفت‌وگو، فرایندی است که از طریق آن افراد جامعه نسبت به وجودشان در ارتباط با دیگران آگاهی می‌یابند، همچنان که از فرهنگ و تاریخ خودشان آگاه می‌شوند.

آنگاه که خود را بشناسید، می‌توانید با دیدی باز دنیا را ببینید و تغییرات ضروری آن را بپذیرید و اگر این تغییرات، ارزش‌های شما را زیر سؤال برد آن را رد کنید. در این فرایند توسعه فرهنگی، رادیو جامعه نقش محلی ایفا می‌کند.

### وضعیت کنونی

اولین رادیوی جامعه در هفتم می ۱۹۸۵ در Girandurutotte در ناحیه System C براساس برنامه توسعه ماهاولی تأسیس شد. این رادیو (GCR) روی فرکانس ۹۶/۳ مگاهرتز از ساعت ۱۶:۵۵ تا ۲۰:۳۰ به پخش برنامه می‌پردازد.

رادیو جامعه **Mahalluppallama** که در system H ماهاولی قرار دارد، از اول اکتبر ۱۹۸۷ شروع به کار کرده و روی فرکانس ۹۸/۴ مگاهرتز از ساعت ۱۶:۵۵ تا ۲۰ به پخش برنامه می‌پردازد.

رادیو جامعه **Kothmale (KCR)** که از ۱۲ فوریه ۱۹۸۹ شروع به کار کرد، تا حدودی موفق‌ترین پروژه از این دست در کشور به حساب می‌آید. فرکانس آن ۹۸/۴ مگاهرتز و ساعت پخش برنامه‌های آن از ۴:۵۵ الی ۱۳ و از ۱۷ الی ۲۰:۱۵ می‌باشد.

رادیو جامعه **Pulothisi Ravaya** جدیدترین رادیویی است که در system B ماهاولی روی موج ۱۰۰/۷ مگاهرتز پخش می‌شود و ساعات فعالیت آن از ۶ الی ۱۳:۱۵ و از ۱۷ الی ۲۱:۱۵ است.

این ایستگاه‌های رادیویی برای نیل به اهداف و مقاصد رادیو جامعه، دیدگاه مشارکتی را در برنامه‌هایشان پذیرفته‌اند تا بتوانند ارتباط بیشتری با جوامع مربوطه داشته باشند. هدف نهایی فراهم‌آوردن یک زندگی با کیفیت بالاتر برای توده‌های روستایی است. هرکدام از ایستگاه‌های رادیویی نام‌برده شده با کمترین عضو (معمولاً کمتر از ۱۰ نفر)، به‌عنوان یک گروه با انگیزه بالا فعالیت می‌کنند. البته ایستگاه‌های رادیویی اعضای داوطلب را به مشارکت فعال در فرایند ارتباطات تشویق می‌کنند. هر ایستگاه به‌طور متوسط برای محدوده‌ای حدود ۲۵ کیلومتر مربع برنامه پخش می‌کند.

### اولین تجربه جهانی در زمینه فعالیت اینترنت از طریق رادیو

این تجربه و آزمایش اولین بار در رادیو جامعه **Kothmale** صورت گرفت که در واقع مفهوم جدیدی از رادیو ارائه کرد. در این طرح به وسیله رایانه برای دسترسی به سه نقطه (که دو تای آن در مرکزی مانند معبد، مدرسه یا بازار قرار داشت) از طریق زمینی به پایگاه اطلاعاتی اصلی در ایستگاه رادیو

جامعه متصل شدند. پایگاه اطلاعاتی اصلی از طریق برنامه‌های تعاملی رادیو، تقویت می‌شد. این برنامه‌ها از طریق اینترنت، به جست‌وجوی اطلاعات مناسب و مربوط به نیازهای جامعه می‌پرداختند و سپس این اطلاعات از طریق امواج رادیویی ارسال می‌شدند. داوطلبان فعال در این جامعه، آموزش‌های لازم جهت مراقبت از چگونگی دسترسی به رایانه‌ها را طی کرده بودند.

رادیو جامعه **KCR Kothmale** از طریق ارتباط اینترنتی‌اش سیستم پیام‌نگار (E-mail) جامعه را حفظ می‌کند که از این طریق پرسش‌های مطرح برای مسئولان توسعه، در مسیری خاص هدایت می‌شوند.

این پایگاه اطلاعاتی جامعه به یک پایگاه اطلاعاتی ملی متصل است که اطلاعات درخواستی را تأمین می‌کند. حال برنامه‌های رادیویی در جایی پخش می‌شود که شنوندگان می‌توانند پاسخ سؤالات ارسالی خود از طریق تلفن یا پیام‌نگار را از اینترنت دریافت کنند.

**KCR** از یک سایت اینترنتی به آدرس [www.kirana.lk](http://www.kirana.lk) که توسط کارکنان **KCR** به همراه عده‌ای داوطلب، اداره می‌شود، برخوردار است. این سایت اطلاعات زیادی راجع به جامعه **Kothmale** و همینطور سایر موضوعات جالب ارائه می‌کند.



---

## صدای تایلند: رادیو جامعه Ubun Ratchathani

---

**Parama Porn & Srisin Warakool**

رادیو جامعه، شکلی از برنامه‌های رادیو محلی است که در راستای تأمین نیازهای محلی فعالیت می‌کند. این رادیو به‌عنوان منبع اطلاعاتی محسوب می‌شود که بر حفظ آگاهی بومی تأکید دارد. مهم‌ترین وجه بیرونی این رادیو مشارکت مخاطبان است. مخاطبان می‌توانند با این رادیو تماس بگیرند و دیدگاه‌های خود را مطرح کنند. استقلال فکر و اندیشه در این رادیو مورد تأکید است. از سویی تلاش می‌شود تا این احساس در شنونده پدید آید که مالک رادیو جامعه است. یک کمیته اداری و اجرایی بر فعالیت رادیو جامعه در تایلند نظارت دارند. چنین کمیته‌ای به دو طریق شکل می‌گیرد: روش اول آن است که ۱۰ تا ۱۵ نفر از شنوندگان علاقه‌مند ساکن در منطقه انتخاب می‌شوند که آنان نیز رئیس و جانشین رئیس را از میان خود انتخاب می‌کنند. روش دوم انتخاب نمایندگان معرفی‌شده از سوی بخش‌های عمومی و خصوصی است. اعضای این کمیته به هر طریقی نمی‌توانند برای مدتی بیش

از دو دوره انتخاب شوند. هر دوره دو سال است. این شیوه به منظور پیشگیری از انحصارطلبی و فساد است. البته عضو مردمی کمیته ممکن است پس از پایان مدت عضویتش، به عنوان مشاور انتخاب شود.

رادیو جامعه **Ubon Ratchathani** روزانه از ساعت نه تا یازده روی فرکانس ۹۸/۵ برنامه پخش می کند.

روزهای دوشنبه راجع به مسائل حقوقی، روزهای سه شنبه راجع به مسائل کشاورزی، روزهای چهارشنبه راجع به فرهنگ Thai شمال شرقی و خرد بومی، روزهای پنجشنبه راجع به بهداشت و سلامت جهانی و روانی، روزهای جمعه راجع به مسائل سیاسی و حکومتی و روزهای شنبه و یکشنبه راجع به مسائل خانوادگی و جوانان صحبت می کنیم.

در هر برنامه ما صحبت می کنیم، مصاحبه می کنیم و یا به نامه ها و تلفن های شنوندگان پاسخ می دهیم. سعی می کنیم در تمامی برنامه ها از لهجه Thai شمال شرقی استفاده کنیم.

بزرگ ترین موانع فعالیت رادیو جامعه **Ubon Ratchathani** را مهارت اندک برخی مجریان و فقدان تجربه و محدودیت تجهیزات و بودجه شکل می دهند.

ما چشم انتظار توسعه بیشتر رادیو جامعه در آینده هستیم که باعث افزایش ایستگاه های رادیو جامعه در تایلند شود.

---

## رادیو جامعهٔ Betar بنگلادش

---

Mohammad. Abdul Hannan

بنگلادش از تاریخ و پیشینه‌ای طولانی برخوردار است. رادیو جامعهٔ **Betar** از زمان تأسیس و راه‌اندازی به منظور اطلاع‌رسانی، آموزش و سرگرمی مردم، ضمن حفظ میراث فرهنگی بنگلادش، اقدام به پخش برنامه کرده است. این رادیو در تمامی دوران‌ها - از دوران استعمار گرفته تا دورهٔ قانون **Marital** و عصر آزادی بنگلادش - به پخش برنامه مشغول بوده است. اما این رادیو همیشه با مردم بوده و رسانهٔ توده‌ها بوده و هست. ۹۸٪ جمعیت بنگلادش شنوندهٔ این رادیو هستند و سبب شده‌اند تا این رادیو مردمی‌ترین رسانه در بنگلادش به حساب آید.

### تاریخچه مختصر

رادیو **Betar** بنگلادش از ۱۶ دسامبر ۱۹۳۹ در یک خانهٔ کوچک اجاره‌ای در داکا، پخش برنامه‌های خود را آغاز کرد. در آن زمان این رادیو به‌عنوان رادیوی تمام هند شناخته می‌شد. نقطه قوت این رادیو برخورداری‌اش از ۱۲

استودیوی کوچک، فرستنده پنج کیلوواتی و گروهی از هنرمندان فرهنگی بود.

در آغاز، هدف اصلی مرکز رادیویی داکا، اطلاع‌رسانی از وقایع مهم ارتش بریتانیا در جنگ جهانی دوم بود.

در سال ۱۹۴۷ شبه قاره هند به دو بخش هند و پاکستان تقسیم شد و رادیو **داکا** به عنوان رسانه جمعی پاکستان مطرح شد. رادیو **Betar** بنگلادش از همان ابتدا تلاش می‌کرد که فرهنگ بنگالی را تبلیغ کند، بنابراین به انتشار آن کمک می‌کرد تا به عنوان جایگاه فرهنگی ملت مطرح باشد. این رادیو توانست خود را به عنوان جایگاهی برای به هم پیوستن مجدد هنرمندان، فعالان فرهنگی، اندیشمندان و دانشجویان و جوامع مطرح سازد. این رادیو توانست امید را در میان مردم انتشار دهد.

در سال ۱۹۷۱ - یعنی در دوران جنگ آزادسازی بنگلادش - رادیو مستقل و انقلابی **Bangla Betar** که با عنوان **Swadnin Bangla Betar Kendra** شناخته می‌شد، راه‌اندازی شد.

عده زیادی از هنرمندان و روشنفکران در آن دوران به این رادیو پیوستند و روحیه استقلال‌طلبی را در ملت پدید آوردند. پس از ۱۶ دسامبر ۱۹۷۱ رادیو **داکا** به رادیو **Bangladesh Betar** تغییر نام داد و خود را وقف توسعه و پیشرفت ملی کرد.

اکنون حدود ۱۰ ایستگاه رادیویی نوظهور در بنگلادش فعالیت می‌کنند. رادیو جامعه **Betar** سخت تلاش می‌کند تا انگیزه کار و تلاش بیشتر در راه رسیدن به توسعه اقتصادی - اجتماعی را در کشور ایجاد کند. هدف اصلی آن اطلاع‌رسانی، آموزش و سرگرمی مردم است. براساس این اهداف، رادیو **Betar** تلاش می‌کند تا احساسات وطن‌پرستی را در میان مردم انتشار داده و



تاریخ و فرهنگ و سنت‌ها را پابرجا نگه دارد و مردم را به مقاومت در مقابل فعالیت‌های غیراخلاقی در جامعه تشویق کند. امروزه، رادیو **Betar** روزانه ۱۷۰ ساعت برنامه پخش می‌کند. این رادیو برای شنوندگان خارج از بنگلادش، به شش زبان مختلف برنامه دارد. رادیو **Betar** به منظور همراهی با توسعه و پیشرفت‌های حاصل در زمینه پخش برنامه، از فناوری‌های پیچیده بهره می‌برد.

### برنامه‌های رادیویی جامعه‌محور

برنامه‌های رادیویی جامعه‌محور، طریقی است که به کمک آن اطلاعات با کارایی و بهره‌وری بیشتری به دست مخاطبان می‌رسد. اساساً بیشتر برنامه‌های رادیو **Betar** بنگلادش در استودیو تهیه می‌شود. مخاطبان در ساخت برنامه‌ها مشارکت ندارند و این یک ارتباط یک‌طرفه است. گاهی حتی امکان دریافت عکس‌العمل‌ها پس از پخش برنامه نیز وجود ندارد. اما در سال‌های اخیر رادیو **Betar** بنگلادش تلاش می‌کند تا از طریق برنامه‌های رادیو جامعه با توده‌های مختلف مردم ارتباط بیشتری برقرار کند. ایستگاه‌های گوناگون رادیو **Betar** بنگلادش انواع مختلف برنامه‌های رادیویی جامعه را پخش می‌کنند.

تعدادی از این برنامه‌ها به این شرح هستند:

- **سرویس Transcription**: آرشیو مرکزی صدای رادیو **Betar** بنگلادش، اولین واحدی بود که برای تهیه برنامه‌های جامعه‌محور تلاش کرد. پنج برنامه جامعه‌محور ذیل توسط سرویس **Transcription** تکمیل می‌شوند:

۱. **مادر سالم** - **آینده ملت**: این برنامه در ۲۸ می ۲۰۰۰ به مناسبت روز «مادر سالم» به کمک یونیسیف پخش شد. هدف اصلی این برنامه ایجاد

آگاهی لازم پیرامون «مادر سالم» بود. این برنامه توانست جایزه الیزابت CBA سال ۲۰۰۰ را به خاطر دستاوردهای بزرگش در زمینه رادیو جامعه از آن خود کند.

۲. در ساحل رودخانه **Titas**: یک برنامه انگیزشی بود که پیام‌های اجتماعی و بهداشتی را برای عموم مردم تدوین می‌کرد.

۳. **بیایم یک Banga طلایی بسازیم**: یک برنامه انگیزشی به‌ویژه برای افراد بومی که آنان را نسبت به مسائل بهداشتی آگاه می‌سازد.

۴. **مردمان طلایی در کشور طلایی**: برنامه‌ای انگیزشی راجع به موضوعات مختلف اجتماعی مانند کاشت درخت، حقوق زنان و تحصیل کودکان.

۵. در قلب **Netrokona**: یک برنامه انگیزشی که هدف آن حفظ میراث فرهنگی با کمک و مشارکت هنرمندان بومی است.

رادیوهای **Betar** بنگلادش، **Chittagonga** و **Ragshahi** برنامه‌های دیگری راجع به موضوعات مختلف ساخته‌اند.

### تحقیق و بررسی

براساس یافته‌های یک تحقیق انجام‌شده، اطلاع‌رسانی و آموزش مردم از طریق برنامه‌های جامعه‌محور، تأثیرگذارتر از برنامه‌های استودیویی است، زیرا در برنامه‌های جامعه‌محور، مردم مشارکت دارند و این امر منجر به برقراری ارتباط دوسویه می‌شود. رهبران محلی و نخبگان نیز در کنار مردم در این برنامه‌ها مشارکت دارند که در نتیجه سبب تشویق مردم به اشتراک آرای آنها می‌شود.

برنامه‌های جامعه‌محور به کشف استعدادهای بومی کمک می‌کند. از سویی عکس‌العمل مخاطب به‌خوبی دریافت می‌گردد که این امر به توسعه

برنامه‌های رادیو **Betar** بنگلادش در آینده کمک می‌کند. به‌علاوه، از طریق این برنامه‌ها گروه‌های داوطلب مانند زنان و کودکان به نتایج توسعه بیشتری دسترسی می‌یابند.

### طرح‌هایی برای آینده

رادیو **Betar** بنگلادش برنامه‌هایی را جمع به موضوعات منتخب می‌سازد. ما در نظر داریم تا برنامه‌های رادیویی مشارکتی بیشتری براساس درخواست جامعه بسازیم. واحد تحقیقات مخاطب‌شناسی ما با جوامع مختلف کشور سروکار دارد تا بتواند ایده‌های جدیدی کسب کند. امیدواریم که برنامه‌های مشارکتی رادیو جامعه بتواند به گروه‌های مختلف از شنوندگان ما کمک کند تا به سوی تصویری نو از خود و ملت حرکت کنند.

### مشکلات

محدودیت‌های رادیو **Betar** بنگلادش عبارتند از:

- کمبود تجهیزات لازم
- بی‌نظمی در تأمین منابع انرژی و برق
- کمبود نیروهای آموزش‌دیده
- نقصان در سیاست‌های ارتباطی

### نتیجه

رادیو جامعه از پتانسیل‌های بی‌شماری در حوزه‌های روستایی و شهری در این منطقه برخوردار است. این رادیو می‌تواند سبب افزایش آگاهی مردم به موضوعاتی مانند مراقبت‌های بهداشتی، بهداشت آب، کاهش فقر، استعمار تجاری، مالکیت اموال، آلودگی محیط زیست و... شود.

حقوق زنان و مسائل مربوط به جنسیت می‌تواند به نحوی ارائه شود که خانواده و دولت را تشویق کند تا تبعیض را از بین ببرند. همینطور، رادیو جامعه می‌تواند مشارکت مردم در فرایند توسعه را تضمین کند. به منظور اطمینان از جریان آزاد اطلاعات و مشارکت توده مردم در نظام‌های ارتباطی، راه‌اندازی رادیو جامعه در منطقه ضروری است. سیاستگذاران باید خود را به ایده فناوری‌های ارتباطی مثبت، مجهز کنند که این امر توسعه پایدار را برای مردمان کشورهایشان تضمین می‌کند.

## ایستگاه‌های رادیو جامعه All India Radio

Alka Pathak

هدف اولیه AIR اطلاع‌رسانی، آموزش و سرگرمی شنونده است. در واقع، تعداد زیادی از کانال‌ها که انواع مختلفی از برنامه‌ها را به زبان محلی در برمی‌گیرند، باید برای شنونده فراهم باشند تا وی از حق انتخاب بهره‌بردارد. البته، به علت محدودیت‌های مالی، یک بنگاه پخش دولتی که طیف گسترده‌ای از خدمات پخش عمومی را برعهده دارد، می‌تواند تنها تعداد محدودی کانال ارائه کند. AIR در واقع یک ساختار سه‌وجهی برنامه‌سازی - یعنی کانال ملی، کانال منطقه‌ای و کانال محلی - ارائه می‌کند. در زمان استقلال - یعنی سال ۱۹۴۷ - AIR تنها شش ایستگاه در اختیار داشت. اما امروزه ۲۰۸ ایستگاه در اختیار دارد که حدود ۸۹/۹٪ منطقه و ۹۷/۲٪ از جمعیت را پوشش می‌دهد.

در دوره هفتم (۱۹۹۰-۱۹۸۵) یکی از اهداف اصلی افزایش پوشش رادیوهای جامعه از طریق راه‌اندازی ایستگاه‌های رادیو محلی (LRS) بود.

درواقع، آغاز این فعالیت به طرح ششم (۱۹۸۵-۱۹۸۰) برمی‌گردد که حدود شش ایستگاه در شش منطقه احداث شد. هدف، مشارکت گسترده مردم بومی در ارتقا و تقویت خودشان است. حدود ۷۳ ایستگاه رادیویی محلی در حال فعالیت هستند و تعدادی دیگر نیز در آینده‌ای نزدیک شروع به فعالیت خواهند کرد. استراتژی کانال محلی از طریق ایستگاه رادیویی محلی بسیار موفقیت‌آمیز و قابل‌قدردانی بوده است.

### محدودیت‌های LRS

البته، در برخی از مناطق کشور، به‌ویژه در ناحیه شمال شرقی، حتی رادیوهای محلی نیز توانستند کاملاً نیازها و خواسته‌های مردم را برآورده سازند. علت اصلی این امر تنوع بیش از اندازه لهجه‌ها در این ناحیه است که گاهی به ۵۰ لهجه یا بیش از آن می‌رسد. لهجه‌ها پس از هر ۳۰ یا ۴۰ کیلومتر تغییر می‌کنند. حتی در یک ناحیه بیش از یک لهجه را شاهد هستیم.

به‌علاوه هر لهجه ویژگی‌های خاص خود را دارد و کمتر از ویژگی‌های مشترک برخوردار می‌باشد. یک ایستگاه منطقه‌ای مجبور است برنامه‌هایش را به لهجه‌های گوناگون پخش کند. از سویی برنامه‌ها را به یک لهجه نمی‌توان در مدت زمان طولانی پخش کرد. برخی برنامه‌ها هستند که تنها به لهجه‌های خاص برای ساعات طولانی‌تر قابل پخش هستند. هر دو تمهید، رضایت‌بخش نیست. راه حل آشکار برای این معضل گسترش شبکه‌هایی است که بتوانند به منظور حفظ ضروریات و نیازهای یک جمعیت بومی، از لهجه‌ای خاص بهره ببرند. از اینجاست که مفهوم ایستگاه رادیو جامعه (CRS) پدید آمده است. درواقع، ایستگاه رادیو جامعه شبیه یک ایستگاه محلی کوچک است.

در طول طرح هشتم، ۱۹ ایستگاه رادیو جامعه پیشنهاد شدند که ۱۶ تای آنها در شمال شرقی و سه ایستگاه در Lakshadweep قرار داشت. جدا از

این ۱۹ ایستگاه، پنج ایستگاه رادیو جامعه دیگر در Meghalaya و Mizoram و Negadanda (شامل Mon و Tuensang) و William و Nagar و Nongstion در Meghalaya و Saiha در Mizoram قرار دارند.

### اهداف CRS

تمامی اهداف توسعه که در ایستگاه‌های رادیویی محلی (LRS) وجود دارد، در CRS نیز قابل مشاهده است. این اهداف توسعه عبارتند از:

- افزایش ظرفیت مشارکت فعال جمعیت روستایی در فرایند ارتباطات ملی

۲- ایجاد فرصت‌های جدید برای توده‌های روستایی و افزایش توانایی آنها در بهره‌گیری بیشتر از منابع فرهنگی، شناختی و خلاقانه.

- کاهش عدم توازن در دسترسی روستائیان به رسانه‌های ارتباطی
- افزایش به‌کارگیری ارتباطات رادیو جامعه به‌عنوان نیروی محرک در زمینه گسترش مشارکت فعال و برابر روستائیان در توسعه خودشان و محیط پیرامونشان

- افزایش آگاهی و درک اعضای جامعه نسبت به زندگی در جامعه روستایی

- افزایش قابلیت‌ها و خلاقیت جامعه که می‌تواند به افراد آن در انجام فعالیت‌های توسعه بخش فردی، خانوادگی و اجتماعی کمک کند.

### امتیازات CRS

یک ایستگاه رادیویی جامعه بومی‌تر از ایستگاه رادیویی محلی است، زیرا حوزه‌ای را که دربرمی‌گیرد، حدود ۵ تا ۱۰ روستا به وسعت ۱۰ کیلومتر است

و حال آنکه حوزه پوشش رادیو محلی، ۶۰ کیلومتر است. روستائیان می‌توانند از یک بحث و گفت‌وگوی زنده راجع به مشکلات بومی خود بهره برده و به دنبال راه‌حلهایی برای این مشکلات باشند.

در این رادیوها شاهد گفت‌وگو با مسئولان محلی، نوازندگان و آهنگسازان هستیم. آنها می‌توانند دغدگی‌های خود را خالی کنند، از گفت‌وگو با مردم لذت ببرند و یا در برخی مسائل اظهار نظر کنند.

با پخش برنامه‌ها از طریق رادیوهای جامعه، مردم صدای خودشان، آشنایانشان و همسایگانیشان را به‌جای صدای غریبه‌ها با پیام‌های نامتناسب می‌شنوند. مردم بیشتر متوجه مسائل و مشکلات و یا علایق خاص خودشان می‌شوند نه آنکه به وقایع جانبی ملی و یا بین‌المللی پردازند. روستائیان احساس خوبی نسبت به هویت مشترکشان پیدا می‌کنند.

CRS، یک ارتباط دوطرفه مؤثری پدید می‌آورد؛ از یک سو برنامه‌ساز و از سوی دیگر شنونده، که هرکدام از تبادل نقش با دیگری برخوردار است. در گذشته مردم منفعلانه به رادیو گوش می‌دادند ولی در رادیو CRS، صدای مردم زنده است و همه به آن گوش می‌دهند. CRS خدمات سودمندی برای جامعه فراهم می‌کند و برای انعکاس و تقویت حیات و بیان هنرمندانه‌اش، در قلب جامعه جا پیدا می‌کند.

CRS از طریق ارائه اطلاعات مربوط به رخدادهای روزمره، باعث ارتقاء حیات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه می‌گردد. این رادیو تلاش می‌کند تا با جریان اصلی جامعه، ارتباط برقرار کند.

یک فرستنده AM / FM کم‌قدرت و تجهیزات ساده استودیویی برای حداکثر پوشش با کمترین انرژی مورد نیاز است. این تجهیزات به‌ویژه برای مناطق کوهستانی که جمعیت در نواحی کوچک‌تر ساکن هستند، مناسب



است. این تجهیزات از سوی AIR برای راه‌اندازی فرستنده‌های کم‌قدرت CRS در ناحیه شمال شرقی و Lakshadweep پذیرفته و انتخاب شده‌اند. در اینجا، از لحاظ مسائل فنی، CRS نسبت به LRS پوشش بهتری را در برمی‌گیرد و نسبت به قدرت پرتوافکنی آن نیز می‌توان بیشتر امیدوار بود.

### حوزه CRS

CRS منطقه‌ای کوچک حدود ۱۰ تا ۱۵ کیلومتر مربع را در برمی‌گیرد که قاعدتاً در شعاع امواج یک فرستنده کم‌قدرت قرار می‌گیرد و در کنار آن از امکانات پخش و دریافت محدودی برخوردار است. طراحی CRS به‌عنوان یک ایستگاه رادیویی کم‌هزینه مطرح بوده است که نصب و راه‌اندازی آن نیازمند صرف وقت کمی باشد. تولید برنامه‌هایش براساس روش OB قرار دارد. طیف برنامه‌هایش نیز به قرار ذیل است:

- برنامه‌هایش مربوط به وقایع محلی، افراد محلی و موضوعات محلی، آن هم به لهجه محلی است.

- تقویت برنامه‌های مناسب منطقه‌ای و ملی شامل اخبار

- برنامه‌های موسیقایی

مدت زمان پخش برنامه در CRS حدود سه تا پنج ساعت در روز خواهد بود.

### ملزومات فنی برای راه‌اندازی یک CRS

استودیو و فرستنده غالباً در یک ساختمان اجاره‌ای که از طرف دولت تأمین می‌شود، راه‌اندازی می‌شوند. این ساختمان اجاره‌ای باید حداقل چهار اتاق داشته باشد؛ یک اتاق به استودیوی ضبط و پخش و دیگری به اتاق فنی فرستنده تبدیل می‌شوند. در این نوع رادیوها اتاق کنترل جداگانه حذف

می‌شود. دو اتاق دیگر برای فعالیت‌های اداری اختصاص می‌یابد. ساختمان همچنین از امکانات رفاهی مانند توالت، نیروی برق و آب نیز برخوردار خواهد بود. بهره‌گیری از ساختمان آماده می‌تواند منجر به راه‌اندازی سریع ایستگاه رادیویی گردد.

**امکانات و تسهیلات مسکونی:** برای سکونت و آسایش کارکنان، در صورت وجود جا از همان ساختمان استفاده می‌شود، وگرنه باید یک ساختمان دیگر اجاره شود. در غیر این صورت می‌توان از ساختمان قابل حمل و نقل (کانتینر) ۱۲۵ متر مربعی استفاده کرد و آن را در فضای باز در کنار ساختمان استودیو قرار داد.

**نیروی برق:** یک کتور برق تک‌فاز برای فرستنده هشت کیلووات کفایت می‌کند. یک ژنراتور دیزلی نیز برای زمان قطع برق باید در نظر گرفته و فراهم شود تا در پخش برنامه خللی وارد نشود.

#### **نصب و راه‌اندازی استودیو**

- **امکانات و تسهیلات:** تولید برنامه‌های CRS غالباً بر سیستم OB مبتنی است، بنابراین نیازی به استودیو ضبط وجود ندارد. تمهیداتی که باید برای راه‌اندازی یک استودیو در نظر گرفت، عبارتند از: ضبط برنامه‌های گفت‌وگو محور، تکثیر و ادیت برنامه‌ها و پخش برنامه‌های ضبطی یا زنده.

در اینجا، به جز امکانات لازم جهت ضبط موسیقی و برنامه‌های نمایش‌محور، تمامی امکانات لازم موجود است. سیستم صوتی Panel در CRS به کار نمی‌رود، بلکه از روش نصب پرده و سقف کاذب استفاده می‌شود. CRS در شهری خیلی کوچک قرار دارد؛ جایی که صداهای مزاحم کم است.

- **تهویه و کانال:** در بیشتر اماکن وضعیت هوا مناسب و معتدل است و چندان نیازی به تجهیزات سردکننده یا گرم‌کننده احساس نمی‌شود. در نتیجه نیازی به سیستم گرمایشی و سرمایشی نیست. در مورد سیستم تهویه از تجهیزاتی استفاده می‌شود که با روشن شدن میکروفون، خاموش می‌شود. البته برای اماکنی که شرایط آب و هوایی در آنجا مناسب نیست، از هواساز ۱/۵ تنی که برای استودیوها اختصاص دارد، استفاده می‌شود.

- **لوله‌کشی:** لوله‌کشی سطحی در این استودیوها مورد استفاده قرار می‌گیرد که از لحاظ اقتصادی به‌صرفه بوده و عملی است.

### **تجهیزات**

تجهیزات استودیویی شامل میز صدا، میکروفون، هدفون، آمپلی‌فایر، پخش CD و CTR و پخش کاست، که در استودیوهای استاندارد به کار می‌روند، در استودیوهای پخش ملی نیز استفاده می‌شوند. از آنجایی که سیستم اصلی تولید برنامه‌های محلی در OB، CRS می‌باشد، دستگاه‌های ضبط کاست و دستگاه‌های ضبط قابل حمل Ultra در این تجهیزات جای می‌گیرند. دستگاه‌های ضبط کاست برای ضبط برنامه‌های گفت‌وگومحور و UPTR برای ضبط برنامه‌های موسیقی‌محور براساس سیستم OB به کار گرفته می‌شوند.

لازم به ذکر است که هرچند انتخاب تجهیزات استودیویی برای رادیو جامعه به میزان هزینه اختصاص‌یافته بستگی دارد، اما باید دانست که تجهیزات به‌کاررفته از لحاظ مؤلفه‌های فنی دقیقاً با تجهیزات استودیوهای معمولی برابر است.

### نصب و راه‌اندازی فرستنده

نکات ذیل درخصوص انتخاب نوع فرستنده FM و یا MW باید در نظر گرفته شود:

اگر منطقه کوهستانی و زمین ناهموار است، FM انتخاب می‌شود؛ زیرا پوشش گسترده فرستنده FM چندان به هدایت زمینی بستگی ندارد. اگر یک فرستنده FM در روی تپه‌ها نصب شود، حوزه پوشش آن بیش از یک فرستنده AM در موقعیت مشابه است.

اگر منطقه هموار است و انتقال زمینی مشکل صورت می‌گیرد، فرستنده AM مناسب است.

اگر تداخل شبکه‌ها به‌ویژه در شب زیاد است، فرستنده FM انتخاب می‌شود، زیرا حداکثر تعداد کانال‌های موجود در AM تنها به ۱۲۰ کانال محدود می‌شود.

از آنجایی که فضای لازم برای نصب دکل فرستنده MW بیش از فضای لازم برای نصب دکل فرستنده FM است، لذا در جایی که فضای آزاد کمی در اختیار داریم، فرستنده FM انتخاب می‌شود.

ارتفاع دکل باید بین ۳۰ تا ۴۰ متر باشد. انتظار می‌رود که هرکدام از این فرستنده‌ها حوزه‌ای حدود ۱۰ تا ۱۵ کیلومتر را دربرگیرند. محل نصب و راه‌اندازی فرستنده رادیویی جامعه، براساس پراکندگی جمعیت در اطراف فرستنده، تعیین می‌شود.

از آنجایی که قیمت فرستنده‌های FM و MW نسبتاً متعادل و معقول یعنی ۲۵۰ روپیه است، خرید فرستنده‌ها توسط شنوندگان چندان مشکل نیست.

### هزینه پروژه

هزینه کلی برای نصب و راه‌اندازی رادیو جامعه ۶/۵۰۰/۰۰۰ روپیه است که حدود یک ششم هزینه راه‌اندازی رادیو محلی را شامل می‌شود.

### زمان راه‌اندازی رادیو جامعه

اگر ساختمان اجاره‌ای آماده باشد، رادیو جامعه در مدت دو ماه راه‌اندازی می‌شود که این مدت برابر است با یک دهم مدت‌زمان مورد نیاز برای راه‌اندازی رادیو محلی.

### فعالیت و عملیات، حفظ و نگهداری و کارمندان

برای نصب و راه‌اندازی CRS به تجهیزات و نیروی اندکی نیاز است. حفظ و نگهداری تجهیزات را می‌توان به نزدیک‌ترین ایستگاه رادیویی اصلی سپرد. حفظ امنیت رادیو CRS توسط مقامات محلی صورت می‌گیرد.

### نتیجه

به‌طور خلاصه نصب و راه‌اندازی CRS کم‌هزینه بوده و به سرمایه‌اندک اولیه نیازمند است. نصب و راه‌اندازی فرستنده در زمان کوتاهی صورت می‌گیرد. فعالیت این نوع از ایستگاه‌های رادیویی نیاز به کارکنان اندکی دارد.

ایستگاه CRS در ساختمان‌های اجاره‌ای با حداقل اصلاحات قابل راه‌اندازی است، حال آنکه برای راه‌اندازی اشکال دیگری از فرستنده‌ها مانند LRS، وجود زیرساخت برای سایت، داشتن ساختمان و همچنین تأمین برق و آب، ضرورت دارد که می‌تواند وقت زیادی بگیرد.

هزینه راه‌اندازی چنین ایستگاهی اندک است.

CRS یک ایستگاه ساده‌ای است که از یک فرستنده کم‌قدرت و سیستم پخش و ضبط و تکثیر استودیویی ساده‌ای برخوردار است.

با در نظر گرفتن تنوع گسترده زبانی، فرهنگی و جمعیتی در مناطق روستایی، CRS بهترین گزینه برای پوشش محلی به حساب می‌آید. از طریق پخش آگهی به زبان محلی، می‌توان به بقاء رادیو جامعه کمک کرد.

مدل ایستگاه رادیویی AIR در مقایسه با ایستگاه‌های رادیویی مرسوم، از امتیازات خاصی برخوردار است. رادیو جامعه CRS بهترین و مناسب‌ترین ایستگاه رادیویی برای مناطق روستایی و نیمه‌شهری به حساب می‌آید و AIR با به‌کارگیری خوش‌بینانه منابع موجود، از ایستگاه رادیویی جامعه جهت پوشش مناطق دوردست و کوچک استفاده می‌کند.

**مقدمه**

راديو همچنان به عنوان يك رسانهٔ بسيار مهم در پاكستان مطرح است، زيرا دسترسى به اين رسانه تقريباً براى تمامى مردم امكان پذير است. اين مطلب در مورد شهرها نيز كه در آنجا مردم بخش مهمى از اوقات خود را به آن اختصاص مى دهند، مصداق مى يابد. هر چند رسانهٔ تلويزيون توجه مردم را به خود جلب كرده است، اما نتوانسته نقش راديو را در خدمت رسانى به جوامع كوچك روستائى ايفا كند. راديو توانسته است بخش عظيمى از جوامع روستائى را پوشش دهد. حتى در شهرها نيز راديو به عنوان يك فناورى نو و كم هزينه كه دسترسى مستمندان و افراد كم درآمد جامعه را امكان پذير ساخته، اهميت خاصى يافته است.

عموميت راديو FM در سه شهر بزرگ پاكستان يعنى كراچى، لاهور و اسلام آباد نقش و جايگاه مهمى براى راديو جامعه در كشورهاي در حال توسعه مانند پاكستان اختصاص داده است.

رادیو پاکستان عهده‌دار رادیو دولتی در پاکستان است که قدمت این رادیو به اندازه قدمت تاریخ پاکستان است. این رادیو در ۱۴ آگوست ۱۹۴۷ به‌عنوان یک واحد دولتی راه‌اندازی شد. رادیو تحت قانون پارلمان مصوب ۲۰ دسامبر ۱۹۷۲ به نام **بنگاه سخن‌پراکنی پاکستان (PBC)** به‌عنوان یک ساختار قانونی مطرح شد. هدف کسب اطمینان از توسعه عمومی کیفیت برنامه‌ها و اجرای سریع و خلاقانه پروژه‌های توسعه نظام پخش برنامه‌ها بود.

### نقش و کارکردها

**PBC** بنگاه سخن‌پراکنی عمومی پاکستان است که وظیفه‌اش خدمت به مردم از طریق فراهم کردن اطلاعات پیرامون برنامه‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بوده و به افزایش آگاهی نسبت به مسائل ملی و بین‌المللی کمک کرده و اسباب سرگرمی مردم ساکن در شهرها و روستاها و خارج از کشور را فراهم می‌کند.

**PBC** از ۲۴ ایستگاه رادیویی پخش‌کننده اخبار و برنامه، ۱۹ زبان ملی و محلی و ۱۷ زبان خارجی تشکیل شده است.

**PBC** حدود ۷۸٪ از پوشش جغرافیایی پاکستان را دربرمی‌گیرد که درواقع ۹۶/۵٪ جمعیت را شامل می‌شود. این بنگاه سخن‌پراکنی حدود ۹۶ میلیون مخاطب دارد.

### برنامه‌های PBC

مفهوم پخش رادیویی برای توسعه جامعه اولین بار در دهه ۱۹۶۰ در پاکستان مطرح شد. رادیو جامعه اولین بار تحت عنوان «پخش روستایی» شکل گرفت. بنابراین ایستگاه‌های رادیویی **Chitrat, Faisalalog, MW ۰/۲۵**، **Suardu و Gilgit, Abbottabal** راه‌اندازی شد. به‌جز برنامه‌های ملی،



تمامی برنامه‌های محلی که توسط این ایستگاه‌های رادیویی پخش می‌شوند، ترکیبی از برنامه‌های تجاری و رادیو دولتی هست که نیازهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع تحت پوشش را برآورده می‌سازد. حوزه پوشش تلویزیون پاکستان در این کشور هنوز کمتر از حوزه پوشش رادیوست. خلأ رسانه‌ای پاکستان توسط رادیو تکمیل می‌شود. در طول سالیان متمادی، برنامه‌های بومی رادیو پاکستان به گونه‌ای طراحی شده است که به‌طور انحصاری ضروریات مردم منطقه را تأمین می‌کند.

**راديو پاکستان** از بولتن اطلاعات رادیو دولتی بهره گرفته و برنامه‌هایی پیرامون بحث و گفت‌وگو و مشارکت هنرمندان محلی و برنامه‌های آموزشی راجع به کشاورزی، بهداشت و سرگرمی برای جوامع محلی پخش می‌کند. **PBC** از اکتبر ۱۹۹۸ یک فرستنده ۱۰۱ FM را از کراچی، لاهور و اسلام‌آباد راه‌اندازی کرد. این فرستنده، منطقه‌ای به وسعت ۴۰۰ کیلومتر از جاده میان لاهور تا اسلام‌آباد را پوشش می‌دهد.

**PBC** قصد دارد تا سرویس FM را به شش شهر دیگر در طول یک تا ۱۰ سال آینده گسترش دهد. یک بخش جدید که شامل اخبار و وقایع ۲۴ ساعته است، از آوریل ۲۰۰۱ به رادیو پاکستان افزوده شده است. ایستگاه خصوصی FM از اواسط دهه ۱۹۹۰ از اسلام‌آباد و لاهور و کراچی اقدام به پخش برنامه کرده است.

### پخش رادیو جامعه در پاکستان

سرویس پخش عمومی در پاکستان در واقع مشابه پخش رادیو جامعه است. این یک واقعیت غیرقابل انکار است که رادیو پاکستان یک حضور رو به گسترش در کشور دارد. به‌علاوه دولت کنونی به این درک رسیده است که راه‌اندازی ایستگاه‌های رادیویی خصوصی به منظور افزایش جریان اطلاعات

و مشارکت مردم در توسعه جامعه ضرورت دارد. ژنرال پرویز مشرف در بیان سیاست‌هایش به ملت در ۱۷ اکتبر ۱۹۹۹ خاطرنشان کرد که قصد راه‌اندازی رادیو و تلویزیون خصوصی پاکستان را دارد.

ارائه طرح «تفویض قدرت» از سوی رئیس‌جمهور پاکستان در ۱۴ آگوست ۲۰۰۱ بیانگر ضرورت تقویت حضور مردمی در سطح محلی بود و این امر نیازمند حضور ایستگاه‌های رادیویی به منظور آموزش مردم برای مشارکت در پروژه‌های توسعه جامعه است؛ پروژه‌هایی که باید کاملاً از طریق شوراهای محلی اجرا شوند.

طرح و شکل اصلی این سیاست که اجازه تأسیس رادیو و تلویزیون‌های خصوصی را می‌دهد، در مراحل نهایی کار قرار دارد.

### قانون پیشنهادی

اهداف اصلی قانون پیشنهادی عبارتند از:

- افزایش و توسعه استانداردهای اطلاع‌رسانی، آموزشی و سرگرمی در کشور

- گسترش رسانه‌های در دسترس مردم پاکستان به منظور کسب اطلاعات و اخبار جاری، دانش‌های مذهبی، هنری، فرهنگی، علمی، فناوری، توسعه اقتصادی، مسائل اجتماعی، موسیقی، ورزشی، نمایش و دیگر موضوعات عمومی و منافع ملی

- تسهیل در امر تفویض مسئولیت و قدرت در سطح بومی از طریق توسعه امکان دسترسی مردم به رسانه‌های جمعی در سطح محلی  
- اطمینان از حاکمیت مناسب و قابل توجه از طریق خوشبینی نسبت به جریان آزاد اطلاعات.

یک مرجع قانونی به نام مرجع قانونگذاری رسانه‌های الکترونیک پاکستان (PERMA) براساس قانون جدید ایجاد خواهد شد که مسئولیت تنظیم مقررات مربوط به راه‌اندازی و فعالیت ایستگاه‌های پخش در پاکستان را به منظور جذب مخاطب محلی، منطقه‌ای، استانی، ملی و بین‌المللی خواهد داشت.

PERMA مجوزهای لازم جهت پخش برنامه در طبقه‌بندی‌های ذیل را صادر می‌کند:

- ایستگاه‌های جامعه و محلی
- ایستگاه‌هایی با موضوعات خاص و تخصصی
- ایستگاه‌های استانی
- ایستگاه‌های ملی
- ایستگاه‌های بین‌المللی

### صدور مجوز پخش

PERMA به‌طور انحصاری حق صدور مجوز تأسیس و فعالیت ایستگاه‌های پخش را در اختیار دارد؛ هیچ فردی حق پخش برنامه را ندارد، مگر براساس مجوز صادره از سوی PERMA. صدور هر مجوز تابع شرایط و مقرراتی است که PERMA تعیین می‌کند. PERMA حق تعیین و دریافت هزینه صدور و تمدید سالانه مجوز را دارد.

### شرایط و مقررات صدور مجوز

هر ایستگاه پخش برنامه که برایش مجوز صادر شده است:  
- باید به حاکمیت، امنیت و وحدت ملی جمهوری اسلامی پاکستان احترام بگذارد.

- باید به ارزش‌های ملی، فرهنگی و مذهبی که در قانون اساسی آمده است، احترام بگذارد.
- برنامه‌ها و تبلیغاتش نباید مشوق خشونت، تروریسم، تبعیض نژادی و مذهبی باشد و احساس تنفر نسبت به گروه خاصی را پدید آورد.
- باید منطبق با قوانین مصوب PERMA باشد.
- باید مطابق منافع ملی معین از سوی دولت فدرال و یا PERMA بوده و به طریقی ارائه گردد که دولت و یا PERMA تعیین کرده است. مدت چنین برنامه‌هایی نباید بیش از ۱۰٪ مدت کلی پخش برنامه‌های ایستگاه در ۲۴ ساعت باشد، مگر آنکه ایستگاه تصمیم گرفته باشد چنین محتوایی را برای مدت بیشتری پخش کند.
- باید با کدها و مقررات مربوط به برنامه و آگهی تعیین‌شده از سوی مقام ذیصلاح، انطباق داشته باشد.
- هرگز برخلاف قانون «حق مؤلف» و یا سایر حقوق مالکیت، اقدام به پخش برنامه یا آگهی نکند.
- باید قبل از تهیه و راه‌اندازی فرستنده پخش، مجوز لازم را از ادارهٔ مخابرات پاکستان و هیئت اختصاص فرکانس، دریافت نماید.
- نمی‌تواند هیچ‌یک از حقوق ناشی از مجوز را بدون دریافت موافقت کتبی PERMA به دیگری واگذار کند.

#### **مدت بررسی درخواست صدور مجوز**

- PERMA باید نسبت به اتخاذ تصمیم راجع به درخواست صدور مجوز در مدتی معین از زمان دریافت تقاضانامه، اقدام کند.

## انحصار طلبی

هیچ کس نمی‌تواند به‌طور انحصاری و خودمختارانه در زمینه راه‌اندازی ایستگاه و پخش برنامه و یا خرید زمان پخش آگهی و برنامه از پخش‌کننده ملی اقدام کند. PERMA در زمان اعطای مجوز تأکید می‌کند که امکان رقابت در فضایی آزاد و منصفانه وجود دارد و بیش از یک شبکه در منطقه مورد نظر می‌تواند فعالیت کنند و در هیچ منطقه‌ای از کشور شاهد مالکیت انحصاری رسانه‌ها نخواهیم بود. هر متقاضی مجوز تأسیس ایستگاه می‌تواند در مالکیت ایستگاه‌ها و یا رسانه‌های چاپی دیگر سهم داشته باشد.

## محدودیت‌های مالکیت مجوز پخش

برای افراد ذیل مجوز فعالیت ایستگاه صادر نمی‌شود:

- کسانی که تابعیت پاکستان را نداشته و یا در پاکستان ساکن نباشند.
- شرکت‌های خارجی که براساس قوانین خارجی تأسیس شده‌اند.
- شرکت‌هایی که بیشترین سهامشان در اختیار خارجیان بوده و یا شرکت‌هایی که مدیریت آنان در اختیار اتباع و یا شرکت‌های خارجی است.

## شورای رسیدگی به شکایات

شورای رسیدگی به شکایات وظیفه رسیدگی به شکایات مطرح‌شده از سوی اشخاص و یا سازمان‌های مختلف علیه برنامه‌های پخش‌شده از سوی ایستگاه‌های صاحب مجوز PERMA را به عهده دارد. این شورا می‌تواند به PERMA پیشنهاد سانسور و اخذ جریمه از ایستگاه یا دارنده مجوز را به‌خاطر تخطی از قوانین و مقررات مربوط به محتوای برنامه‌ها و آگهی‌ها، ارائه کند.

### **اختیارات PERMA**

PERMA حق صدور مجوز و گواهی‌های لازم برای فعالیت ایستگاه رادیویی به منظور ارسال برنامه‌هایش به ماهواره و پخش آن در داخل کشور پاکستان و یا خارج از آن را دارد. PERMA اختیارات دیگری نیز براساس اهداف تأسیس PERMA دارد، از جمله صدور دستور منع پخش برنامه‌هایی که مخل نظم و امنیت است و از سویی می‌تواند بر موارد نقض قوانین و مقررات نظارت کرده و چارچوب مقررات را تعیین نماید.

---

## رادیو بروئی

---

Zainah Haji Saleh

رادیو بروئی در دوم می ۱۹۵۷ شروع به فعالیت کرد و آن زمانی بود که پخش در یک مقیاس کوچک و به سه زبان مالی، انگلیسی و چینی شروع به کار کرد. در آن زمان، برنامه‌ها فقط صبح‌ها پخش شده و تنها در شهر شنیده می‌شد، آن هم به مدت یک ساعت و نیم. همچنین در آن زمان، بیشتر برنامه‌های رادیویی از سوی دولت‌های همسایه ارسال و به شنوندگان بومی می‌رسید.

### توسعه

از زمانی که رادیو بروئی بیست و پنجمین سالگرد راه‌اندازی‌اش را در سال ۱۹۸۲ جشن گرفت، ساعت پخش برنامه‌ها به ۳۲ ساعت در روز افزایش یافت. شنوندگان بروئی قادر بودند به برنامه‌های تولیدشدهٔ محلی گوش دهند که این برنامه‌ها شامل طیف گسترده‌ای از اشکال برنامه‌سازی می‌شدند؛ برنامه‌هایی که منعکس‌کنندهٔ فلسفه حکومت مسلمانان مالایی و سیاست‌های

برونئی در زمینه روابط بین‌الملل بود که در واقع این برنامه‌ها منعکس‌کننده میراث فرهنگی و ملی کشور هستند.

شبکه‌های گوناگون رادیو برونئی منتخبی از برنامه‌هایی را ارائه می‌دهد که در واقع به منظور تأمین نیازهای همه سطوح جامعه در برونئی طراحی شده است. شبکه انگلیسی‌زبان نیز به منظور پاسخگویی به نیاز کسانی که به زبان انگلیسی صحبت می‌کنند، راه‌اندازی شده است. این شبکه به‌عنوان یک کانال جایگزین، اقدام به پخش برنامه‌هایی با مضامین اطلاع‌رسانی، آموزشی و سرگرمی و همچنین برنامه‌های منتخب با برجستگی‌های بین‌المللی می‌نماید.

### محتوای قالب‌ها

محتوای برنامه‌های رادیو برونئی شامل امور جاری مطرح در مجلات، بحث آزاد، مستند، موسیقی (سنتی و مدرن و معاصر) مسابقات، اخبار و برنامه‌های کوتاه و ورزشی است.

رادیو برونئی به طریقی سنتی اقدام به پخش موسیقی می‌کند و شعارش این است: «همیشه با شما». یکی از این برنامه‌ها به‌عنوان مثال، اخبار فوری خانواده نام دارد که در آن مثلاً خبر مرگ یکی از اعضای جامعه اعلام می‌شود. علاوه بر این، رادیو برونئی از طریق ۱۵ ایستگاه رادیویی خود از سایر سازمان‌های داوطلب جهت بهره‌گیری از این رادیو برای توسعه فعالیت‌هایشان دعوت می‌کند. مأموریت رادیو برونئی به‌عنوان یک رسانه دولتی عبارت است از:

- شفاف‌سازی سیاست دولت برونئی و ابلاغ آن در ساده‌ترین شکل ممکن به مردم آن کشور



- هدایت ادراک مردم و طرز تفکرشان نسبت به تغییر در طرز تلقی هایشان، آنچنان که با خواسته‌ها و سیاست‌های حکومت قابل انطباق باشند

- کمک به خلق همگونی ملی از طریق پخش برنامه‌های آگاهی‌بخش مدنی و مذهبی مناسب

- کمک به شکل‌گیری شعور مدنی و توسعه میراث و فرهنگ ملی

- فراهم کردن برنامه‌های مناسب برای اطلاع‌رسانی و سرگرمی عمومی

### رادیو برونی کنونی

توسعه بیشتر در رادیو برونی در سال ۱۹۹۷ شکل گرفت؛ زمانی که این رادیو از طریق افزودن سه ایستگاه رادیویی دیگر به ساختارش، به بازسازی خود پرداخت و در نتیجه از پنج ایستگاه رادیویی در مناطق شهری و سه استودیوی کوچک در مناطق روستایی برخوردار شد. شبکه‌هایی که اخیراً افزوده شده‌اند به تجهیزات دیجیتالی مجهز هستند. پنج شبکه رادیویی هر یک از هویت و مخاطبان خاصی برخوردارند. این امر سبب می‌شود تا ایستگاه‌های رادیویی، جوامع مختلفی را در سرتاسر کشور پوشش دهند. شبکه ملی که در واقع شبکه اصلی است، روی مخاطب عام متمرکز است. هدف شبکه **Rang Kaian Pilihan** - که به زبان انگلیسی به پخش برنامه می‌پردازد - جذب مخاطبان انگلیسی‌زبان و مهاجران است. **Rang Kaian Pelang**، یعنی سومین شبکه مخصوص جوانان است که ۶۰٪ جمعیت برونی را تشکیل می‌دهند. **Rang Kaian Harmoni** اقدام به پخش برنامه‌هایی برای خانواده و همین‌طور برنامه‌های ورزشی می‌کند و **Rang Kaian Nurislam** برنامه‌های مذهبی و اسلامی پخش می‌کند، زیرا اسلام

مذهب رسمی کشور است. مدت زمان پخش برنامه از پنج ایستگاه جمعاً ۸۹ ساعت در روز است.

با به وقوع پیوستن انقلاب اینترنت در سرتاسر جهان، رادیو بروئسی اطمینان دارد که از قافله عقب نمی ماند. بنابراین در نهم جولای ۲۰۰۱ سرویس پخش اینترنتی خود را راه اندازی کرد. شنوندگان و مخاطبان این رادیو در سرتاسر جهان می توانند از برنامه های آن به طور زنده بهره ببرند. این سرویس عکس العمل های خوبی از سوی شنوندگانش از خارج از کشور، دریافت کرده است.

هرچند «رادیو جامعه» اصطلاح تازه ای در نزد سازمان های پخش بروئسی به حساب می آید، اما رادیو بروئسی برنامه هایی برای جوامع کوچک تر می سازد که از طریق استودیوهای کوچکی پخش می شوند. این برنامه ها درصدی از زمان کلی پخش برنامه را به خود اختصاص می دهند، ولی مشارکت جوامع کوچک در طول زمان از افزایش چشمگیری برخوردار بوده است.

---

## پیشرفت‌های آتی در رادیو جامعه

### آینده رادیو جامعه در آسیا - اقیانوسیه

---

Sucharita Eashwar

قله کوه یخ شناوری را می‌بینیم که در منطقه آسیا - اقیانوسیه سر برآورده است و این همانا رادیو محلی است که در کشورهای مختلف منطقه شروع به کار کرده است که دربرگیرنده رادیوهای گوناگونی است از رادیو **Sagarmatha** و چندین ایستگاه رادیویی جامعه روستایی به‌عنوان پیشروان این عرصه در نپال، و شبکه **Tambuli** در فیلیپین، رادیو جامعه **Kothmale** در سریلانکا و ابتکارات جالب در حال شکل‌گیری در کامبوج، هند، تایلند و اندونزی که همه حکایت از پیشرفت‌های قابل توجه در عرصه رادیو جامعه در منطقه دارند.

#### راه‌حل‌های مختلف

یکی از امتیازات بزرگ رادیو جامعه قابلیت انطباق و انعطاف‌پذیری آن است که در واقع ویژگی این رسانه را شکل می‌دهد. بنابراین یک مدل ایده‌آل واحد

و یا راه‌حل خاص برای ایستگاه رادیویی جامعه نمی‌توان متصور بود. هر ایستگاه می‌تواند ساختار سازمانی و شیوه عمل و محتوای برنامه‌هایش را در پاسخ به شرایط اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی حاکم در منطقه خاص، توسعه بخشد. برخی عوامل که نقش اساسی ایفا می‌کنند عبارتند از:

- جوامعی که در مناطق دوردست و دور از دسترس قرار دارند و از زیرساخت‌ها و سرویس‌های لازم از جمله رسانه‌های ارتباطی برخوردار نیستند، رادیو جامعه را به‌عنوان منبع اولیه اطلاع‌رسانی، سرگرمی، و ارتباطی در نظر می‌گیرند. رادیو جامعه می‌تواند به‌عنوان یک نقطه اساسی مطرح گردد که در کنار سایر خدمات مانند تلفن و اینترنت و دورنگار و فتوکپی و اطلاعات online، یک مرکز ارتباطی را توسعه بخشد.

- در بیشتر کشورهای آسیا و اقیانوسیه، بخش بزرگی از جمعیت - به‌ویژه زنان - در مناطق روستایی و قبایل و دیگر جوامع حاشیه‌ای، بی‌سواد هستند. رادیو جامعه در چنین کشورهایی می‌تواند به‌عنوان عامل و ابزار تقویتی و ارتباطی برای آنان مطرح شود تا به کمک آن، افراد بتوانند یاد بگیرند که چگونه برنامه‌هایشان را بسازند، با اعضای جامعه و دیگران ارتباط برقرار کنند و موقعیت کنونی خود را تشریح نمایند و از سویی امیدها و آرزوهایی را که برای آینده در سر می‌پرورانند، منعکس کنند. رادیو جامعه به این جوامع محروم امکانات تولید را اعطا می‌کند که در نتیجه آنان را اعضای آگاه یک جامعه مدنی می‌سازد.

- رادیو جامعه ابزار مناسبی جهت رسیدن به دانش توسعه در سطح محلی است. رادیو جامعه به‌عنوان بازوی قدرتمند دولت و دیگر عوامل توسعه در دستیابی به اندیشه و قلب جامعه، عمل می‌کند. این رادیو به موفقیت‌های چشمگیری در راه تغییر رفتار، اجماع پیرامون برنامه‌های توسعه

و ایجاد انگیزه لازم جهت اجرای برنامه‌ها و طرح‌های توسعه‌بخش، دست یافته است.

- با عنایت به فقر رسانه محلی در دسترسی و کنترل جامعه محلی، رادیو جامعه ابزار قدرتمند اشاعه فرهنگ و حفظ اشکال فرهنگ به حساب می‌آید؛ به‌ویژه در اوضاع و احوال کنونی که رسانه‌ها به سوی جهانی شدن و تولید و توزیع متمرکز برنامه‌های اطلاع‌رسان، آموزشی و سرگرمی حرکت می‌کنند و در نتیجه فضای اندکی برای برنامه‌های محلی با مخاطب محدود باقی می‌ماند.

- از همه مهم‌تر، دولت‌ها و سیاستگذاران می‌توانند به رادیو جامعه به‌عنوان ابزاری برای شفاف‌سازی ساختار غیرمتمرکز حاکمیت، بنگرند. بیشتر دولت‌ها متوجه شده‌اند که یکی از سریع‌ترین راه‌های رسیدن به رشد و توسعه، تقویت حاکمیت در سطح محلی و تقویت مردم است تا از آن طریق بتوانند از خدمات بهره ببرند و خودشان در این فرایند مشارکت کنند. رادیو جامعه در واقع محلی است برای ملاقات مردم با حاکمیت، و به عبارتی جایگاهی برای شفاف‌سازی فرایند حاکمیت و خلق اجماع و قول‌گرفتن از افراد و مؤسسات برای پایبندی به تعهداتشان. رادیو جامعه متون اصلی دموکراسی در سطح محلی و بومی به شمار می‌آید.

## فناوری

اساساً، هزینه راه‌اندازی و فعالیت یک ایستگاه رادیویی جامعه اندک بوده و تجهیزات مورد نیاز نیز ساده و به راحتی قابل استفاده است. امروزه به مدد پیشرفت‌های حاصل در فناوری رسانه، می‌توان با هزینه‌ای اندک برنامه‌هایی را تولید و برای مخاطبان بی‌شمار پخش کرد و کانال‌های توزیع خوبی انتخاب نمود. با سیستم «ترکیب و ادغام»، رسانه‌ها و فناوری‌های مربوطه‌اش امکانات گسترده‌ای را فراهم کرده‌اند. به‌عنوان مثال، امروزه رادیو جامعه

می‌تواند برنامه‌هایش را در خارج از محدودهٔ جغرافیایی‌اش برای یک کاربر اینترنت پخش کند و بدین طریق افرادی را که به‌طور فیزیکی در محل حضور ندارند، در زندگی جامعهٔ کوچک خود وارد کند.

پخش‌کنندگان رادیو جامعه باید به نکات ذیل توجه کنند:

- **دیجیتالی شدن:** به‌کارگیری تجهیزات دیجیتالی سبب کاهش هزینهٔ تولید برنامه‌ها، و درعین حال افزایش کیفیت و تدوین برنامه در رایانه شده و از طریق اینترنت امکان دسترسی به منابع صوتی جهت دانلود وجود دارد. دیگر ضبط و انتقال نوارها به استودیوی ادیت ضرورت ندارد.

- **به‌کارگیری ماهواره و کابل:** این امکانات جهت توزیع برنامه به کار می‌رود. به‌ویژه شبکه‌های کابلی قابل توجه هستند.

- **تبادل برنامه‌ها و شبکه‌بندی:** تبادل برنامه‌ها میان ایستگاه‌ها و شبکه‌بندی جهت واگذاری برخی برنامه‌ها مانند اخبار، باعث سبک‌شدن بار شبکهٔ محلی در تولید برنامه‌ها شده و از طریق فروش برنامه‌ها درآمد اضافی کسب می‌کنند و از طریق به‌کارگیری سایر منابع افق شنوندگانشان را گسترش می‌دهند. برخی ایستگاه‌های رادیو جامعه از این شیوه جهت کسب حمایت و یا انتشار اخبار مربوط به یک واقعه و یا حادثه‌ای مهم استفاده می‌کنند. به‌عنوان مثال، آژانس خبری Pulsar در آمریکای لاتین خبرهایی را از منابع مختلف جمع‌آوری کرده و آن را به چندین زبان محلی از طریق دورنگار و ماهواره، به تعدادی از ایستگاه‌های رادیویی جامعه ارسال می‌کند.

این ایستگاه‌ها قادر به تدارک و دریافت اخبار محلی به قیمت ارزان هستند؛ اخباری که آنها در غیر این صورت نمی‌توانستند حتی از آژانس‌های خبری گران‌قیمت و یا ایستگاه‌های ملی دریافت کنند.

با به‌کارگیری فناوری‌های جدید پخش‌کنندگان رادیو جامعه می‌توانند فعالیت‌های زیر را انجام دهند:

- تبادل تجربیات و منابع
  - جسارت‌یافتن در ساخت زیرساخت‌ها، تولید و بازاریابی
  - آموزش و به‌کارگیری فناوری‌های جدید
  - مشاوره در سطح محلی و جهانی
- البته، ایستگاه‌های پخش برنامه باید نسبت به دیدگاه مردم درخصوص فناوری‌های جدید حساس و همچنین نسبت به توانایی‌شان بر هدایت آن، بیمناک باشند و نسبت به تأثیر فناوری بر زندگی مردم احتیاط کنند. به‌علاوه، هزینه اولیه سرمایه‌گذاری در زمینه تجهیزات باید مورد توجه باشد و هزینه و منابع آموزشی و تعمیر و نگهداری باید به خوبی طراحی شود.

### **تدوین مقررات و قواعد**

دولت‌ها و سیاست‌گذاران کشورهای آسیا - اقیانوسیه ارزش شکل سوم رسانه‌های مستقل را در سناریوی نظام‌های پخش در نظر می‌گیرند. این رسانه، مستقل از رسانه عمومی تحت کنترل دولت بوده و از رسانه خصوصی تجاری نیز متفاوت است. در بیشتر موارد، رادیو جامعه مکمل - و نه رقیب - نظام پخش عمومی تحت حاکمیت دولت است. این رادیو در فضایی فعالیت می‌کند که دولت امید مداخله ندارد.

بنابراین در این مرحله که کشورها در حال گشایش فضا برای مشارکت رسانه‌های خصوصی هستند، تشویق رادیوهای جامعه به فعالیت در کشور، ضرورت دارد. برخی از نکات قابل توجه عبارتند از:

- وجود تفاوت آشکار میان رادیوهای دولتی، خصوصی - تجاری و

- درک این نکته که هدف رادیو جامعه خدمت به جامعه است نه کسب سود، اهمیت دارد.

- درک این نکته که گروه‌های رادیو جامعه سرمایه لازم را جهت خرید تجهیزات و آموزش نیروها ندارند ضرورت دارد. لذا باید سرمایه خاصی برای راه‌اندازی ایستگاه‌های جدید رادیو جامعه در نظر گرفته شود.

- باید از طریق اختصاص دادن پشتیبان مالی و جذب آگهی به استمرار این رادیوها کمک شود.

- تدوین مقررات منظم و مستحکم که فراهم‌کننده چارچوب فعالیت سازمان‌های پخش (دولتی، تجاری و جامعه) باشد. همچنین تعیین خط‌مشی‌های اصلی فعالیت سازمان‌های رسانه‌ای، تعیین ساختار منسجم دریافت عکس‌العمل و بازتاب و اصلاح شیوه فعالیت.

### رادیو مردم: به‌سوی یک جامعه روشن‌فکر

مشارکت مردم برای رشد و توسعه رادیوهای دولتی حیاتی است و رادیو جامعه ابزاری ارزشمند جهت مشارکت مردم در حرکت به‌سوی ساخت آسیا و اقیانوسیه‌ای قدرتمند و روشن‌فکر، به حساب می‌آید. آیا دولت‌ها و سیاستگذاران و سازمان‌های پخش، این رسانه جادویی را تقویت می‌کنند؟



---

## چشم‌انداز و توسعه برنامه‌های رادیو جامعه

---

Raghu Mainali and Rajendra Sharma

آخرین نکته ضروری قابل توجه آن است که رسانه‌ها باید در اختیار مردم باشند. جامعه نپال نسبت به این درخواست، عکس‌العمل نشان داد که در مدتی کمتر از پنج سال از زمان آغاز صدور مجوز از سوی دولت، شاهد فعالیت ۱۵ ایستگاه رادیویی بوده‌ایم. ۱۰ ایستگاه دیگر نیز مجوز فعالیت دریافت کرده‌اند و حدود ۲۴ ایستگاه دیگر در انتظار دریافت مجوز هستند. به‌علاوه عده‌ای دیگر نیز تمایل زیادی به راه‌اندازی ایستگاه‌های رادیویی جامعه دارند.

در این زمینه، موقعیت نپال قابل تشویق است. اما مردم اساساً از طریق مشاهده تعداد ایستگاه‌های رادیویی در حال راه‌اندازی اشتیاق نمی‌یابند. کنار گذاشتن رادیوهای تحت مالکیت دولت و فعالیت حدود هفت ایستگاه رادیویی دیگر در پایتخت که بیشتر آنها در اختیار ثروتمندان و تجار است، نکته قابل توجه دیگری است. امروزه از میان ۲۵ ایستگاه رادیویی محلی، ۱۹ ایستگاه در اختیار ثروتمندان است.

### اولین رادیو جامعه در جنوب آسیا

هرچند، رادیو محلی در ابتدا براساس دیدگاهی مثبت شکل گرفت، اما اولین ایستگاه رادیو جامعه در جنوب آسیا (**رادیو Sagarmatha**) پس از پنج سال کشمکش با دولت، حدود چهار سال پیش توسط باشگاه ژورنالیست‌های محیط زیست نپال (NEFEJ) راه‌اندازی شد. اما این کار ساده‌ای نبود. این رویداد نتیجه کوشش و تلاش انجمن مطبوعات نپال، انجمن هیمال و بنیاد دیدگاه جهانی نپال با حمایت مالی یونسکو، بوده است. این تلاش‌ها با ابتکارات جامعه همراه و همسو بود. سه سال پیش، شهرداری کاتماندو ایستگاه رادیویی FM **مترو** را راه‌اندازی کرد. حدود یکسال و نیم پیش، NEFEJ یک مرکز رادیو جامعه را با هدف ایجاد ایستگاه‌های رادیویی در خارج از کاتماندو ایجاد کرد. در نتیجه این همکاری‌ها، مردم ساکن در **Lumbini-Manigram** در غرب این کشور- یک رادیوی راه‌اندازی کردند. هم‌منظور در **Palpa** و **Madan Pokhara** در مناطق کوهستانی غرب با کمک مالی یونسکو و حمایت اجرایی NEFEJ رادیو **Madan Pokhara** راه‌اندازی شد. حدود پنج ماه قبل شرکت تعاونی **Pokhara FM** رادیو FM **Himchuli** را در شهر توریستی **Pokhara** راه‌اندازی نمود. انتظار می‌رود که ایستگاه FM دیگری طی دو ماه آینده در بزرگ‌ترین دره کشور، یعنی **Dang** شروع به فعالیت کند.

ما به اختراع نیازمندیم. دستاوردهای موجود علیرغم موانع، به نیاز ساکنان محلی متناسب می‌شود. علیرغم وجود رسانه‌های مکتوب همانند رسانه‌های الکترونیک در سرتاسر کشور، به‌خاطر پائین بودن سطح سواد مردم، اکثریت مردم از دسترسی به روزنامه‌ها محروم هستند. عمومیت نیافتن روزنامه‌ها در میان مردم تا حدودی نیز ناشی از ناتوانی مردم در خرید روزنامه است و

عادت به خواندن روزنامه در میان مردم شایع نیست. تلویزیون در نپال به‌عنوان یک فناوری گران‌قیمت مطرح است. اگر مردم بتوانند دستگاه گیرنده تلویزیونی خریداری کنند، باز هم نمی‌توانند از آن استفاده نمایند، زیرا وجود الکتریسیته پیش‌شرط اصلی برای بهره‌گیری از آن است. تنها ۱۵٪ از جمعیت کشور از برق بهره‌مند هستند. علیرغم این واقعیت که تلویزیون رسانه‌ای تأثیرگذار است، اما این واقعیت در مورد نپال مصداق ندارد. بنابراین رادیو به‌خاطر ویژگی‌های خاص خود مانند ارزانی و قابلیت دسترسی به‌عنوان رسانه مورد استفاده میلیون‌ها نپالی مطرح شده است.

نپال جامعه‌ای چندزبانی، چندنژادی و چندمذهبی است. در این کشور بیش از ۶۱ اقلیت نژادی وجود دارد که به فدراسیون اقلیت‌های نژادی تعلق دارند. این گروه‌های اقلیت به زبان خودشان صحبت می‌کنند و تابع سنت‌ها و آداب و رسوم خود هستند. این گروه‌ها مهارت‌ها و دانش خاص خود را داشته و به روش خود زندگی می‌کنند. هر گروه نژادی به دنبال هویت و منزلت خود است. در این زمینه رادیو جامعه انتخابی ماندگار است.

رادیو جامعه تنها رسانه‌ای است که از مداخله سیاسی و کنترل بازار، رهاست. بنابراین، راه‌اندازی ایستگاه‌های رادیو جامعه در نقاط مختلف کشور، تقویت ظرفیت‌های آنها و تلاش برای توسعه و انسجام آنها ضرورت دارد. جوامع محلی علاقه زیادی به فناوری‌های موجود داشته و توسعه ایستگاه‌های رادیویی مورد توجه آنان است.

### **برنامه‌های رادیو جامعه**

موضوعات و وقایع بزرگ، مردم را در موقعیت‌های خاص قرار داده و فعالیت‌هایشان که به زبان رسمی تجلی می‌یابد می‌توانند به‌عنوان موضوعاتی برای برنامه‌سازی مطرح شوند. رادیو جامعه باید این مجادله را به چالش

بکشد و تلاش کند تا مسیری ترسیم نماید تا بتواند امکانات جدیدی کشف کند.

اجازه دهید این بحث را با یک مثال آغاز کنیم. اگر تنها موضوعات مهم قابل شنیدن باشند، آنگاه یک زوج تازه ازدواج کرده تا دو ماه پس از ازدواج حرفی برای گفتن ندارند. اما این قضیه هرگز رخ نمی‌دهد.

معنای واقعی تجربه مشترک آنها ارزیابی دغدغه‌هایشان برای یکدیگر و احساس حضورشان است. این احساس حضور منجر به احساس صمیمیت نسبت به یکدیگر شده و احساس امنیت در زمان نگرانی ایجاد می‌کند و از سویی سبب ایجاد اعتماد به نفس می‌شود.

این فرایند نقطه آغاز رادیو جامعه است. رادیو جامعه قادر است که تمامی اعضای جامعه را دربرگیرد و احساس تعلق به خانواده‌ای بزرگ را در آنها ایجاد کند. درون جامعه، دوستی، صمیمیت و علائق مشترک وجود دارد. از سویی شاهد وجود احساس مشترک ناشی از محیط طبیعی، زبان، فرهنگ و جغرافیای یکسان هستیم. ارتباط میان فردی پیرامون علائق مشترک منجر به امنیت و اجماع می‌شود. رادیو جامعه ابزار مهمی در راه توسعه فرهنگی کشور به حساب می‌آید.

البته توسعه فرهنگی به تنهایی به معنای توسعه هنرها نیست. توسعه فرهنگی، توسعه فعالیت‌های خلاقانه و فکری اعضای جامعه را به دنبال دارد. رادیوهای جامعه شرکت‌های تجاری نیستند که سود مالی شخصی را به دنبال داشته باشند، بلکه به دنبال منافع جامعه هستند که منجر به اعتماد عمومی پیرامون علائق مشترک می‌شود. رادیو جامعه بر احساس عمومی مبتنی است که ناشی از توسعه همه‌جانبه جامعه است. رادیو جامعه باید بیانگر هویت جامعه باشد، همچنان که به دنبال ایجاد تغییرات اجتماعی و طرز تلقی‌های افراد است.

## توازن اجتماعی

رادیو جامعه باید بیش از آنکه به طبقه خاصی بپردازد، به جامعه، همکاری و انسانیت توجه داشته باشد، زیرا اساس هماهنگی جامعه ما را طبقه تشکیل نمی‌دهد، بلکه هدف مشترک و احساس یکسان آن را شکل می‌دهد. رادیو جامعه باید امکانات جدید را کشف کند و در جست‌وجوی آینده‌ای پرامید برای نسل آینده باشد. بدون توجه به اینکه این رادیو برای یک فرد است یا برای جامعه، ایجاد تغییر برای آن خطرپذیر و چالش‌انگیز است. رادیو جامعه باید با چالش تعریف علایق امنیتی در یک زمینه متغیر روبه‌رو شود و جامعه را از طریق تأکید بر اعتمادش به سوی پیشرفت سوق دهد.

فناوری ارتباطات باید به‌عنوان وسیله‌ای جهت تفسیر و گسترش ارتباطات اجتماعی به کار گرفته شود. رادیو جامعه باید حس حضور فردی را در شنونده‌اش ایجاد کند نه آنکه به‌عنوان یک مداخله‌گر بیرونی مطرح شود. رادیو جامعه باید قادر باشد که تنوع فرهنگی را از دیدگاه برابری اقتصادی و اجتماعی در جامعه ایجاد کند. از سویی رادیو جامعه باید منعکس‌کننده فرهنگ عامه، ترانه‌های عامه و سنت‌های محلی از دیدگاه ارزش‌های محلی باشد. رادیو محلی باید از دیدگاه مردم حاشیه‌ای مورد ملاحظه قرار گیرد نه از طریق ارزیابی کسانی که مطالب را بیان می‌کنند. به عبارتی صداها باید از منظر معانی آنها در زمینه فرهنگی و تاریخی ارزیابی شوند.

رادیو جامعه باید قادر باشد که روابط میان فردی محلی را از حساسیت‌های نژادی تفکیک کند. این رادیو نه تنها باید تأمین‌کننده نیازهای سرگرم‌کننده جامعه باشد، بلکه باید پیشرفت اجتماع و رضایت جامعه را نیز مورد توجه قرار دهد. این رادیو از طریق قراردادن لیست میراث گمشده فرهنگی در اندیشه افراد، به بازیابی میراث فرهنگی کمک می‌کند. تنها یک

کوشش جمعی سازمان‌یافته می‌تواند در مقابل تهاجم فرهنگی، ایستادگی کند. رادیو جامعه در واقع بهترین وسیله جهت مشارکت عموم در انتشار اطلاعات مربوط به موضوعات عمومی به‌ویژه مسائل مربوط به توسعه است. این رادیو باید از فشارهای سیاسی و کنترل بازار رها باشد. یک رادیو جامعه خودمختار می‌تواند از پشتیبانی مردم برخوردار بوده و به‌عنوان ابزاری برای رسیدن به توسعه اقتصادی و اجتماعی به‌کار آید. یک رادیوی سراسری تنها می‌تواند ناظر اجتماع باشد، و حال آنکه رادیو جامعه می‌تواند مستقیماً در تغییرات اجتماعی نقش ایفا کند. در جامعه شاهد بروز عادت به فعالیت افراد در کنار یکدیگر هستیم و از طرفی ارتباطات جامعه باید قادر به ارائه امیدها و آرزوهای مشترک در میان جامعه باشد.

### اهداف

هدف اصلی رادیو جامعه باید تضمین منزلت افراد محلی ساکن در حوزه پوشش آن رادیو باشد. جامعه محلی به یک هویت مستقل نیازمند است که دستیابی به آن از طریق توسل به فرهنگ محلی امکان‌پذیر است. فرهنگ بیانگر حاکمیت اجتماعی یک گروه یا جامعه نژادی خاص است. این امر احساس برابری در فرد، از نظر احترام و غرور فردی - و نه از منظر اقتصادی - را تضمین می‌کند. وظیفه رادیو جامعه تنها انتشار اطلاعات نیست، بلکه توسعه توازن وحدت فرهنگی نیز هست.

گذشت زمان ثابت کرده است که توسعه در واقعی‌ترین مفهوم خود، به معنای توسعه در ظرفیت‌های فردی انسان است. هدف رادیو جامعه باید حفظ تاریخ، دستاوردها و ارزش‌های محلی باشد تا بافت تغییر یافته پذیرفتنی شود و از طرفی باید دانش‌ها و آگاهی‌های سنتی را به نسل جدید انتقال دهد.

این رادیو باید توجه خود را روی انسجام و انعکاس دستاوردها و تجربیات گذشته متمرکز ساخته و دستاوردهای مثبت جاری را به منظور هدایت جریان آینده، به هم پیوند دهد.

هدف دیگر رادیو جامعه، مدیریت آگاهی است. دنیای کنونی که شامل نپال هم می‌شود، در طی قرون متمادی به کمک آگاهی‌های کسب‌شده از طریق تجربیات - و نه علوم - بقا یافته است. عمل و سنت غالب توانسته است اقتصاد ما را به حرکت درآورد. ۷۵٪ از مردم نپال به کمک تقویت فعالیت‌هایی به حیات خود ادامه داده‌اند که این فعالیت‌ها به کمک تعاریف اقتصادی مدرن و امروزی کار و درآمد، تعریف‌نشده است. برای کشوری که بر مبنای اقتصاد آگاهی‌بخش به حیات خود ادامه می‌دهد، مهارت‌های محلی و توانایی حفظ و به‌کارگیری آنها سنگ بنای توسعه‌شان را شکل می‌دهد. این تجربیات و آگاهی‌ها از بین نمی‌روند و توانایی ما برای به‌کارگیری آنها می‌تواند سبب گشودن دیدگاه‌های جدیدی نسبت به جامعه شود.

### اهداف کلی

به‌طور خلاصه اهداف رادیو جامعه عبارت‌اند:

- کمک به خلق یک فرهنگ پیشرفته و منظم به نفع دموکراسی، از طریق توسعه وحدت، غرور و اعتماد به نفس ملی
- شناسایی و حفظ ملت، زبان، ادبیات، هنرها و فرهنگ ملی و سنت‌های عامیانه
- شناسایی، حفظ و توسعه شعور، آگاهی، مهارت‌ها و استعداد‌های ملی
- فعالیت به‌عنوان رابط قابل اعتماد میان مردم و دولت
- کمک به خلق یک فرهنگ صنعتی از طریق تشویق صنعت ملی و بازار

ملی

- اعلام مسئولیت جمعی درخصوص حمایت از حقوق زنان و کودکان
- خلق اجماع مشترک برای پخش صدای گروه‌های اقلیت براساس اولویت‌های خاص
- ایجاد یک آگاهی گسترده پیرامون آموزش، بهداشت، محیط، توسعه پایدار، حقوق بشر، توسعه جامعه، کمک به تولید و توسعه محصولات کشاورزی با هدف توسعه بازار
- افزایش آگاهی عمومی توده‌ها پیرامون دستاوردهای ارزشمند در زمینه کشاورزی، علوم و فناوری

### سیاست

به منظور تولید برنامه، محتوای برنامه باید با مسائل اجتماعی، فرهنگی و محلی تطبیق داشته باشد. این امر به این معناست که قالب برنامه، موضوع، نحوه اجرا و زبان به کارگرفته شده در آن باید منعکس کننده علائق محلی باشد. پخش برنامه صرفاً یک فعل و عمل فنی نیست، بلکه دربردارنده یک رفتار اجتماعی و اخلاقی است. سیاست حاکم بر تدوین برنامه‌های رادیو جامعه باید به گونه‌ای باشد که دستاوردهای مثبت را تشویق کرده و جنبه‌های منفی جامعه را طرد کند.

رادیو جامعه باید سیاستی اتخاذ کند که زبانی را که برای پخش برنامه به کار گرفته می‌شود، تقویت نماید.

بسیاری از زبان‌های مرسوم در نیپال در حال نابودی است. هر زبان از تاریخ و پیشینه خاص خود برخوردار است، اما عوامل سیاسی، تاریخی و...، جمعاً مسئول انقراض آنها هستند. رادیو جامعه باید تلاش کند تا این روند را از بین ببرد و از زبان‌هایی مانند Raute و Chepang حمایت کند، قبل از آنکه خیلی دیر شود.



زمانی که بیشتر ایستگاه‌های رادیویی از طریق توسعه فرهنگ عامیانه جهانی دچار عوام‌گرایی می‌شوند، رادیو جامعه باید از چنین تأثیراتی رها باشد. میراث ارزشمند گذشته ما که از نیاکان ما رسیده است، حفظ و حمایت شود. این میراث ارزشمند می‌تواند نقش مؤثری در انسجام جوامع مختلف ساکن در نواحی دورافتاده که به زبان‌های مختلف صحبت می‌کنند، ایفا کند. در ضمن رادیو جامعه باید جامعه را نسبت به وقایع و رخداد‌های مهم جهانی و اختراعات و اکتشافات جدید آگاه سازد. بنابراین رادیو جامعه باید پاسخگوی نیازهای اطلاعاتی اعضای جامعه باشد.

## زبان

زبان به‌عنوان ابزار برقراری ارتباط پنج کارکرد برعهده دارد:

الف: بیان خرد سستی

ب: همراه‌ساختن عقل و مهارت

ج: تبادل احساس و اندیشه

د: خلق فرصت‌ها و چشم‌اندازها

ه: انعکاس فرهنگ و ایجاد حس منزلت برتر

یک ایستگاه رادیو جامعه باید نسبت به محلی‌بودن زبانی که انتخاب می‌کند، دقیق باشد. زبان‌ها منابع فرهنگی هستند. زبان محلی، هویت فرهنگی جداگانه‌ای را برای جامعه‌ای خاص به دنبال دارد.

بنابراین، یک رادیو جامعه باید زبان محلی را در اولویت قرار دهد. زبان انگلیسی طریق سودبردن از فرصت‌ها و چشم‌اندازها را فراهم می‌کند. این زبان به‌عنوان مجوز ورود به دنیای مبادلات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و حرفه‌ای عمل می‌کند. در اینجا، استفاده از زبان انگلیسی می‌تواند مورد توجه قرار گیرد.

زبان نپالی در نپال، از دیدگاه تاریخی زبان مشترک مردم به حساب می‌آید. البته، این زبان از تفاوت‌های کلاسیک فارغ نیست. بنابراین رادیو جامعه نباید اجازه غلبه گروه خاص را در زبان به‌کاررفته در برنامه بدهد، بلکه باید تلاش کند تا از زبانی همگانی و فراگیر استفاده کند. تمامی زبان‌ها باید از احترام برابر برخوردار باشند.

### برنامه‌های سرگرم‌کننده

برنامه‌های سرگرم‌کننده ایستگاه رادیویی باید براساس استانداردهای قابل قبول اکثریت شنوندگان ساخته شود. تمایلات جدید در مبحث سرگرم‌سازی، بیشتر به تبلیغ فرهنگ تجارتي مصرف به نام «فرهنگ عامه» می‌پردازد. در نتیجه فرد از جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند، جدا می‌شود. آنچه نباید فراموش کرد آن است که فریبندگی و جذابیت مدرن نمی‌تواند به‌عنوان سرگرمی سالم پذیرفته شود. نظر به سهولت امر، سرگرمی می‌تواند به سرگرمی روشنفکری، سرگرمی احساسی، سرگرمی سنتی و سرگرمی مدرن تقسیم‌بندی شود. ایستگاه رادیویی در انتخاب مواد سرگرم‌کننده باید به خواسته شنوندگان توجه داشته باشد و درعین حال به نقش مؤثر رادیو در شکل‌دهی به ذائقه شنوندگان نیز عنایت کند.

### ارزیابی برنامه

ایستگاه رادیو سراسری عمومیت خود را براساس آمار حاصل از سنجش شنوندگان، ارزیابی می‌کند.

البته رادیو جامعه نمی‌تواند این شیوه را بپذیرد. تلاش رادیو جامعه باید در جهت توسعه جامعه باشد. علاوه بر برنامه پخش شده، خود ایستگاه نیز از لحاظ فعالیت در زمینه فرهنگی باید ارزیابی شود. ایستگاه رادیو جامعه باید

دیدگاه تعاملی را بپذیرد و به خاطر شایستگی‌اش برای مشارکت مردم قابل تقدیر باشد.

عملکرد ایستگاه رادیو جامعه باید در ابتدا به‌عنوان معیار ارزیابی موفقیتش در نظر گرفته شود. هرگاه فردی قصد بررسی موفقیت ایستگاه را دارد، باید به خود ایستگاه مراجعه کند. به‌عنوان مثال: چه تعداد برنامه راجع به یک موضوع خاص تولید و پخش شده است؟ نسبت کارکنان مرد در مقایسه با کارکنان زن چه میزان است؟ چه تعدادی از ساکنان جامعه داوطلب فعالیت در آن رادیو بوده‌اند؟ میزان مشارکت مردم از لحاظ سن، جنس و شغل کدام است؟

معیار واقعی موفقیت رادیو، تأثیری است که رادیو جامعه از طریق فعالیت آشکار و نقشی که در پیشرفت جامعه مخاطبش ایفا کرده است، کسب می‌کند.

### شنوندگان

ایستگاه‌های رادیویی محلی ملی و بین‌المللی، شنوندگانشان را به‌عنوان موجودات فیزیکی و روانی تقسیم‌بندی می‌کنند. یک ایستگاه رادیویی تجاری شنوندگانش را صرفاً مصرف‌کننده می‌داند. به همین دلیل این رادیوها به موضوعات شخصی و فردی به نام انتخاب شنونده می‌پردازند.

اما از دیدگاه یک ایستگاه رادیویی محلی و جامعه، شنونده یک موجود اجتماعی فعال است. فرد در جامعه و همراه دوستان و وابستگانش زندگی می‌کند و در زندگی‌اش نمی‌تواند نسبت به ارزش‌های فرهنگی، زبانی و نژادی مربوط به محیط، بیگانه باشد، زیرا این عناصر جزء لاینفک حیات او به‌شمار می‌روند. برخی حقوق اجتماعی معین نیز وجود دارند که به‌عنوان وظیفه مطرح‌اند. پس شنونده یک شهروند مسئول است نه یک مصرف‌کننده

صرف. یک ارتباط مستحکم میان برنامه‌ساز و شنونده وجود دارد و آن هم از نوع شخصی، زیرا مردم تمایل دارند کسی را که با او ارتباط برقرار می‌کنند، بشناسند. این امر منجر به ایجاد یک حس تعلق و مالکیت جمعی می‌شود و این ویژگی جالب و جذاب رادیو جامعه به شمار می‌آید.

### اخلاقیات

امواج رادیویی جزء اموال عمومی محسوب می‌شوند. از دیدگاه مالکیت، تفاوت‌هایی میان رادیو و روزنامه وجود دارد. هرکس می‌تواند روزنامه‌ها و سایر رسانه‌های چاپی را خریداری و روزنامه‌های زیادی را منتشر کند. اما در مورد امواج رادیویی چنین موردی مصداق ندارد. امواج رادیویی تحت مالکیت عمومی قرار دارد. تعداد کانال‌های رادیویی موجود محدود است.

در هنگام صدور مجوز برای فعالیت یک ایستگاه رادیویی، ساکنان منطقه یک فرکانس را که در واقع حق آنان است از دست می‌دهند. مالکان این رسانه‌ها باید مردم جامعه را متقاعد کنند که این رسانه در راه تأمین نیازهای مردم جامعه فعالیت می‌کند. پخش‌کنندگان برنامه‌ها به اعضای جامعه احترام بگذارند. یک سری اصول و قواعد اخلاقی نیز هست که رادیو جامعه باید به آنها توجه داشته باشد. این اصول آزادی بیان و مسئولیت اجتماعی را شامل می‌شوند. اصول راهنمای ژورنالیست‌ها باید در پی یافتن حقیقت و گزارش کامل آن باشد. سازمان پخش جامعه باید خود به جمع‌آوری و کسب اطلاعات بپردازد تا بتواند اطلاعات مورد نیاز شنونده را در اختیار او قرار دهد. صداقت، انصاف و شجاعت، به برنامه‌ساز کمک می‌کنند تا وظیفه‌اش را در راه رساندن صدا به محرومان به انجام رساند. سازمان پخش جامعه باید قادر به حمایت از نقش نظارتی مطبوعات آزاد در جامعه باشد. سازمان پخش باید با منابع و اعضای جامعه به‌عنوان موجود انسانی برخورد کرده و به آنها

احترام بگذارد، نه اینکه آنها را تنها ابراری برای دریافت اطلاعات ژورنالیستی در نظر بگیرد.