



● روزولی وینسیر

برگردان: محمدحسن خاکباز

دیگر نیاز نیست که برای اظهار ناخرسندی یا حمایت از یک جنبش به مرکز شهر برویم و یا برای ایجاد روابط جدید یا درخواست حمایت عاطفی در زمینه‌ای خاص به خارج از شهر سفر کنیم. حوزه خصوصی به عنوان هسته‌ای قلمداد می‌شود که افراد می‌توانند از طریق آن با جهان ارتباط پیدا کنند.

این مقاله بر مبنای تحقیقی اجتماعی-مردم‌شناختی در مورد استفاده‌های روزانه از راديو که در مکزیکوسیتی با حمایت شورای ملی علم و تکنولوژی از رساله دکتری من که در خلال سال‌های ۱۹۹۸-۱۹۹۶ به انجام رساندم نگاشته شده است. در محدوده چارچوب رویکرد نظری-روش‌شناختی، دو راهکار تحقیقی را ارائه کردم: مدارک قوم‌نگاری از ۱۸ خانواده با پیشینه‌های اجتماعی و فرهنگی متفاوت و مصاحبه‌های کیفی با اعضای خانواده‌هایی که به منظور تکمیل و توسعه برداشت‌ها و معانی از یافته‌های قوم‌نگارانه، انتخاب شده بودند.

شما می‌توانید از منزلتان، با مراکز رادیویی تماس بگیرید و نظر

### کاربردها و معانی در حوزه خصوصی

این مقاله، با استفاده از مشاهده روشمند موقعیت راديو در زندگی روزمره، و ساختار مجموعه‌ای از اقدامات، تجارب و گفت‌وگوهای مرتبط با این وسیله ارتباطی در خانواده‌هایی با پیشینه‌های فرهنگی و اجتماعی متفاوت در مکزیکوسیتی را نشان می‌دهد. مؤلف در محدوده این چارچوب؛ طرح‌ها، زمان و الگوهای استفاده، اقدامات شنیداری و شیوه‌های گفت‌وگوی مناسب و امکان‌پذیر را تحلیل می‌کند.

بسیاری از مطالعات در زمینه افکار عمومی و شهروندی، از این حقیقت اجتناب می‌کند که تحت شرایط جدید فضای عمومی رسانه‌ای، افراد دارای افکار و عقایدی خاص شده و از محیط خانه خودشان در این فضای عمومی مشارکت می‌کنند. از بین رفتن فضاهای عمومی سنتی و حضور فراگیر رسانه در منازل به طور قابل توجهی در ایجاد نگرش، و طرز تفکر و مشارکت آنها و ایجاد احساس تعلق و گسترش حوزه عمومی بسیار مؤثر واقع شده است.

خود را ابراز دارید، قادرید با ارسال نمابر رخداد یک جرم را گزارش دهید، برای پاسخ به یک نظرسنجی از پست الکترونیک استفاده کنید، اجتماعی مجازی را خلق و یا در گروه‌های بحث و بررسی مشارکت کنید.

همچنین عناصر نمادینی که افکار عمومی با آنها ساخته می‌شوند، از رسانه نشئت گرفته و رسانه نیز در سطح وسیعی در خانه مورد استفاده قرار می‌گیرد. تماشای تلویزیون یا شنیدن رادیو فعالیت‌هایی هستند که عمیقاً ریشه در کارها و برنامه‌های روزمره دارند. از این رو، اگر بخواهیم عواملی را که در تشکیل افکار عمومی و معانی جدید شهروندی در جوامع دارای وسایل ارتباط جمعی درک کنیم، نمی‌توانیم آنها را از زمینه‌ای که در آن ظهور و رشد یافته‌اند - یعنی زندگی روزمره - جدا کنیم. شنیدن، همچنان که افکار عمومی را می‌سازد، فرایندهای پویای اختصاصی شدن و مجزا شدن را در زمینه‌های خانوادگی و اجتماعی فرهنگی متفاوت به وجود می‌آورد؛ در فرایند شنیدن، افراد عناصر نمادینی را برای اهداف خاص خود در فعالیت‌های متفاوت به کار می‌برند، به این دلیل که این عناصر محدود به مکانی خاص نیستند. اگرچه کنشگران نمی‌توانند در شرایط تولید پیام مداخله کنند، اما می‌توانند آنها را مورد استفاده قرار دهند، حذف کنند یا به شیوه‌ها و شرایطی که از طرف تولیدکنندگان آنها پیش‌بینی‌پذیر نیستند، مورد توجه قرار دهند.

از این دیدگاه، اثر تحقیقی من می‌تواند چندین کار روزمره، جملات احساسی و روابط قدرت در حوزه خصوصی را دگرگون کند که به استفاده از رسانه مربوطند و با پیام‌های رسانه به‌صورتی نمادین ارتباط متقابل دارند.

## طرح‌ها، زمان‌ها و الگوهای استفاده

استفاده و جهت‌یابی وسایل ارتباطی با قالب الگوهای هم‌خانگی و اجتماع‌پذیری که از یک خانواده به خانواده دیگر تفاوت دارد، در ارتباط است. در زمینه راه‌هایی که از طریق آنها گروه‌های مختلف اجتماعی، استفاده از رسانه را در ارتباط با پراکندگی فضای خانگی و استفاده از آن سازمان می‌دهند، تفاوت‌هایی به چشم می‌خورد. در منازل طبقات (بخش‌های) متوسط و بالای جامعه، در طراحی داخلی، گرایش به تقسیم فضا طبق نیازهای هریک از اعضای خانواده دیده می‌شود.

به جز رادیو و تلفن، استفاده از دیگر وسایل ارتباط جمعی (تلویزیون، ویدیو و رایانه) با تقسیم زمانی و مکانی در نظر گرفته شده برای هر کدام از فعالیت‌های روزمره خانگی، پیوندی نزدیک دارد. اتاق مطالعه، اتاق تلویزیون، اتاق نشیمن، آشپزخانه و ناهارخوری و اتاق خواب‌ها هر کدام به‌عنوان مکانی با یک کارکرد مشخص در نظر گرفته می‌شوند. در طول روز، اوقات خاصی برای کار و یا مطالعه در نظر گرفته می‌شوند در حالی که اوقات دیگری نیز

به‌منظور تفریح یا استراحت تخصیص داده می‌شوند و این زمان‌ها برای هر عضو خانواده متفاوت است.

در طبقات (بخش‌های) متوسط و بالای جامعه، استفاده از تلویزیون به‌عنوان بخشی از اوقات فراغت مورد توجه قرار می‌گیرد و از این رو، آنها استفاده از این وسیله را بر اساس کارهای روزمره هفتگی یا آخر هفته تنظیم می‌کنند. این امر نشان می‌دهد که انتخاب برنامه‌ها، با توجه به افراد یا نهادهای خاص استفاده‌کننده از آنها، تفاوت دارد.

این تنها مختص رادیو نیست که به‌عنوان وسیله‌ای مهم، غیرمداخله‌گر و اطلاعاتی در نظر گرفته می‌شود و می‌تواند در ساعاتی در میان متفاوت و امور روزمره، در خلال کار یا اوقات فراغت مورد استفاده قرار گیرد. استفاده از رادیو کاملاً شخصی است و در اتاق خواب، محل کار و حتی در اتومبیل مکانی برای خود اشغال می‌کند اما در ساعات مشخصی مانند خوردن صبحانه، اعضای خانواده به‌صورت جمعی به آن گوش فرامی‌دهند.

در خانواده‌های با پیشینه اجتماعی فرهنگی متوسط پایین، نوع استفاده از رادیو مانند خانواده‌های متوسط بالا نیست. فضای مشابه ممکن است کارکردهای هم‌زمان متفاوتی را محقق سازد، در جایی که اعضای خانواده غذا می‌خورند، تکالیفشان را انجام می‌دهند، غذا آماده می‌کنند یا لباس می‌دوزند، می‌توانند به رادیو گوش بدهند و یا تلویزیون تماشا کنند. به‌طور کلی، در فضای آشپزخانه است که هرکسی با دیگران صبحانه و ناهار می‌خورد. رادیو و تلویزیون ممکن است تمام روز و گاهی اوقات حتی در زمانی مشابه روشن باشند، و برای کسی مشکلی به وجود نیابد. به‌استثنای نوارهای ویدیویی، با استفاده از وسایل ارتباطی، نمی‌توان اوقات تفریح و فراغت را پر کرد، اما می‌تواند جزئی از اوقات فراغت باشند. ظهور پیوسته و گسترده این وسایل ارتباطی آنها را غیرقابل رؤیت ساخته است. همیشه در تمام و در هر فعالیتی وجود دارند. علاوه بر این، استفاده از این وسایل، جمعی است و گاهی جمع بینندگان با حضور همسایگان و اقوام توسعه می‌یابد. گوش دادن به رادیو، مخصوصاً هنگام صبحانه خوردن، یک فعالیت مشترک است. برخلاف ویدیو و تلویزیون، هرکدام از اعضای خانواده می‌توانند رادیوی خود را داشته باشند و آن را به هر جا که می‌خواهند ببرند، در دیگر اوقات روز، شخصاً به برنامه‌های دلخواه خود گوش کند. این موقعیت با قابلیت انتقال آسان، امکان‌پذیر است و نیز اینکه افراد بتوانند در مکان‌های مختلف بدون ایجاد مزاحمت برای دیگران، به آن گوش دهند.

ممکن است هنگام انجام دادن برخی از کارها، رادیو روشن باشد اما به آن توجهی نشود. در بخش‌های متوسط و بالا هم‌زمان با دیدن تلویزیون، رفتن به سینما، خرید کردن، گوش دادن به نوارها یا سی‌دی‌های موسیقی، ملاقات دوستان، بیرون رفتن از خانه، رفتن به دکتر یا خوردن شام با دوستان یا خویشاوندان، ممکن است رادیو فقط روشن باشد. در بین عامه، استفاده از رادیو،

استفاده قرار می‌گیرد. مشاهدات مردم‌شناسانه و مصاحبه‌های انجام‌شده از استفاده‌کنندگان وسایل حمل‌ونقل عمومی، در واقع مکان‌هایی که رادیو تقریباً روشن است، نشان‌دهنده این امر است که استفاده از رادیو در اتومبیل، اداره، کارگاه‌های آموزشی و تاکسی یا اتوبوس‌های شهری دارای حیطه شخصی محدودتری است. تحت این شرایط، گوش دادن به رادیو فعالیتی فردی را موجب می‌شود که تحت تأثیر محیط عمومی است تا محدوده‌ای را که شنوندگان متفاوتی را در بر می‌گیرد، نشان دهد.

وقتی راننده اتوبوس صدای رادیو را بالا می‌برد، خواهان ایجاد فضای خوش برای مسافران نیست اما می‌خواهد قلمروی خود را مشخص کند و به رغم صداها و وجود پرازدحام دیگران به رادیو گوش کند. از طرف دیگر مسافران لذت بردن از صدای رادیو،

رقابت‌کنندگان کمتری دارد؛ افراد رادیو را برای رفتن به بازار، کلیسا، پزشک یا شرکت در نشست‌های گروهی بیرون از خانه، خاموش کنند.

موارد استفاده از رادیو و تلویزیون از جهاتی با هم مشابهت دارند. بنابراین هنگامی که به عنوان مثال اعضای خانواده از یکی از این وسایل به دیگری رجوع می‌کنند و یا هر دو در یک زمان روشن هستند، زمینه استفاده مشترک از آنها در منزل ایجاد می‌شود. در اینجا، تداخلی صورت نمی‌گیرد و در زمان‌های خاص، هر دو رادیو و تلویزیون، اگرچه نه در مکانی مشترک، روشن می‌شوند و به صورتی پراکنده، هم‌پوشانی‌ای از صداها و تصاویر رسانه‌ای را به وجود می‌آورند که با صداهایی که در زندگی روزمره می‌شنویم تلفیق می‌شوند.

**شیوه‌هایی در کناره‌گیری از ارتباط یا برقراری آن و نیز تخصیص زمان یا صرف نکردن وقت برای گوش دادن به رادیو وجود دارد که به شرایط خانوادگی، نوع خانواده و به ارتباطات متقابلی که در طول روز، در اوقات مختلف میان فعالیت‌های خانوادگی و حضور رادیو ایجاد می‌شود، بستگی دارد.**



سوار اتوبوس نمی‌شوند، حتی اگر موسیقی به گوش آنان نیز برسد. تقریباً هیچ‌کدام از آنهایی که مورد مصاحبه قرار گرفتند توجهی به این امر مبذول نمی‌داشتند، و هنگامی که از آنها سؤال می‌شد راننده به کدام ایستگاه رادیویی گوش می‌دهد، تعجب می‌کردند. با وجود این، افراد در به یاد آوردن اینکه معمولاً در خانه، سرکار یا در اتومبیل‌شان چه چیزی گوش می‌دهند، با مشکل مواجه نمی‌شوند. در این حالت، اتومبیل می‌تواند به عنوان حیطه‌ای خصوصی تلقی شود و همین‌طور، در محیط کار یا در باجه روزنامه‌فروشی می‌تواند این‌گونه باشد.

رادیو به همراه دیگر وسایل و نمادها، از قبیل عکس‌های خانوادگی یا دکوراسیون منزل، می‌تواند ایجادکننده مکانی خصوصی و نزدیک برای افراد در محدوده فضای عادی و یا خاص افراد دیگر باشد. تعریف فضای شخصی، اشاره به فضایی دارد که کنشگران نیاز دارند که آن را در داخل یا خارج از منزلشان، در محدوده‌های شخصی نزدیک و دوستانه مرتبط با فعالیت‌ها و موقعیت‌های مختلف، ایجاد کنند. این محدوده‌های مشخص در

مثال دیگر از همانندی، هنگامی است که افراد رفتارهای مشابهی را در برابر هر دو وسیله بروز می‌دهند، تشخیص اینکه آیا افراد همان رفتار در برابر تلویزیون را با رادیو نیز دارند یا اینکه نوع دیگری از برخورد نیز وجود دارد، مشکل است. اما اگر این حقیقت را در نظر بگیریم که رادیو، قدیمی‌تر از تلویزیون است ممکن است بگوییم که از ۲۴ ساعت برنامه تلویزیون، بیشتر افراد به جای نگاه کردن، بیشتر به آن گوش می‌کنند و این رفتارها نشانگر امکان برخورد مشابه با برنامه‌های تلویزیون به مانند رادیوست. به هر حال، رادیو مشابه کانال‌های تلویزیون نیست. حتی سیستم پوشش خودکار که در بسیاری از رادیوهای اتومبیل‌ها وجود دارد طول جغرافیایی صفحه موج آنها، محدود است و طوری برنامه‌ریزی شده که به سرعت از یک ایستگاه به ایستگاهی دیگر برود.

گوش کردن به رادیو عملی شخصی و خصوصی است، عملی است که ممکن است فردی یا جمعی نیز باشد، اما نوعی است که تقریباً همیشه در محدوده خانواده و حیطه‌های مشابه آن مورد

کنار دیگر فضاهای جمعی، مانند زمانی که رادیو صبح روشن می‌شود یا اخباری را در حین صرف صبحانه ارائه می‌کند، وجود دارند.

همچنین تحقیقات این مورد را تأیید می‌کنند که در هر خانه، جایی که قدرت تصمیم‌گیری به طرز نامتعادلی پراکنده است، در مورد استفاده از رادیو مشاجراتی صورت می‌گیرد. اگرچه ممکن است چند دستگاه تلویزیون در خانه وجود داشته باشد، یک دستگاه اصلی در آشپزخانه، اتاق نشیمن یا اتاق تلویزیون، که در واقع مکان‌های مشاجره بر سر دیدن برنامه‌ها هستند، آشکارا به چشم می‌خورد.

استفاده خصوصی از آن و این حقیقت که به راحتی از مکانی به مکان دیگر قابل انتقال است، فرایند خصوصی‌سازی استفاده از آن را که جروب‌بحث در استفاده از این وسیله را از بین می‌برد، اثبات می‌کند. هر شخصی به برنامه‌های مورد علاقه خودش از رادیو گوش می‌کند. در اتومبیل، استفاده از رادیو در انحصار راننده است اگرچه گاهی تمایل دارد در این مورد با دیگر افراد در اتومبیل سازگاری کند.

با توجه به دستگاه رادیو و تلویزیون، زنان کنترل بیشتری روی برنامه‌ریزی رادیویی نسبت به تلویزیون نشان می‌دهند. این خصیصه، موردی مشخص برای زنان خانه‌دار است، جایی که تفاوت‌ها باید در رابطه منحصربه‌فرد آنان بین برنامه‌های مورد علاقه‌شان، جایگاهشان به عنوان خانه‌دار، فضای فیزیکی، سازمان زمانی، فعالیت‌های داخلی منزل و رابطه‌شان با دیگر افراد خانواده، تفسیر و بررسی شود.

در آخر، از جهتی به رغم تفاوت‌های اجتماعی و فرهنگی، در هر دو گروه می‌توانیم شاهد تفوق حیطه خصوصی یا حداکثر حیطه اجتماعی، گرچه با تمایلات کاملاً مشخص شده، باشیم. از جهت دیگر، مشاهده می‌کنیم که چگونه رسانه، فعالیت‌های حیطه عمومی را در اختیار می‌گیرد و به سرعت جای فعالیت‌های اوقات فراغت را پر می‌کند.

### فعالیت‌های شنیداری و حالات تناسب گفتاری

چیزی که بتواند رابطه هرروزه با رادیو را بیان کند، این است که هیچ‌کس نمی‌نشیند تا به آن گوش دهد، و بسیاری اوقات نیز افراد به برنامه پخش شده از رادیو توجهی نمی‌کنند. مشاهده نظام‌مند از فعالیت‌های انجام شده در منزل تعدادی از افراد نشان می‌دهد که توجه به برنامه‌های رادیو در حین انجام دادن کارهای خانه، گفت‌وگوهای خانوادگی، سروصدای دیگر وسایل منزل، صدای تلویزیون و حرف‌های عادی روزانه، انتخابی و متغیر است.

شیوه خاص ارتباط با رادیو، که در ویژگی «شنیدن بدون شنیدن» یا روشن نگه داشتن رادیو به عنوان «موسیقی ملایم» مکانیسمی دورانی از انقطاع و ارتباط با این وسیله را ایجاد می‌کند

که فعالیت‌های ارتباطی در خانه را مشخص می‌سازد. این فرایندی پیچیده و ظریف از ارتباط و انقطاع در ارتباط با رادیو، روشن و خاموش کردن آن، سکوت‌ها و گفت‌وگوها، به عنوان (متغیرهای چندگانه) ترکیبی از «ارتباطات» کیفی نامتجانس، با ابعاد متفاوتی از رضایت و جبران، به صورت متقابل نشان داده می‌شوند.

رادیو علاوه بر دارا بودن خصیصه پایداری یا خودمختاری در بین وسایل ارتباط جمعی، می‌تواند به عنوان راهکاری در کاهش دشواری ارتباط با این وسایل، مدنظر قرار گیرد. این راهکار تقریباً به صورت ناخودآگاه عمل می‌کند تا ارتباط با محیط بیرونی را تسهیل کند و به نوعی «جریان آشفته و ناهماهنگ معانی» را کنترل کند.

در حالتی دیگر، استفاده از رادیو به نارضایتی ایجاد شده از جریان ناهماهنگ معانی، مرتبط است. خرید یک وسیله و حمل آن با خود در محیط خانه، محیط خاصی را برای خود اختصاص می‌دهد و با دیگر وسایل به نوعی خاص، در ارتباط قرار می‌گیرد. رادیو در زندگی هرروزی به عنوان یکی از وسایل ماندگار تلقی می‌شود و هنگامی که به عنوان شیء خریداری شده به خانه‌ای وارد می‌شود، کاملاً هماهنگ با زبان و لحن دارنده خود سخن می‌گوید. در تمام خانواده‌هایی که با آنها مصاحبه شد، افراد علاوه بر نسبت دادن رفتارها یا ارزش‌های انسانی به رادیو، تعدادی از خصوصیات انسانی را نیز به آن نسبت می‌دادند. رادیو در یک خانه، می‌تواند با نوای خود، توهم و ترس از وجود روح شخصی که تازه وفات یافته را از بین ببرد:

«مادرم به برادرم می‌گفت که وقتی به اتاق خوابش می‌رود، باید رادیو و چراغ‌ها را روشن کند تا از تاریکی نترسد. یک ماه پیش عموی من فوت کرد و از آن زمان تا امروز مادرم از اینکه در طول شب در خانه تنها باشد، می‌ترسد.»

در خانه‌ای دیگر، افراد، صبح زود خانه را ترک می‌کنند و برای اینکه سگشان در خانه تنها نباشد رادیو را روشن می‌گذارند: «او به دستشویی رفت و رادیو هنوز روشن بود؛ به طبقه پایین رفت تا صبحانه بخورد، اما رادیو را اصلاً خاموش نکرد. از او پرسیدم که چرا رادیو را خاموش نکردی؟ گفت اگر رادیو روشن باشد، سگم احساس تنهایی نمی‌کند.»

رادیو همچنین این توانایی را دارد که حتی در حالی که هیچ‌کس به آن توجهی نمی‌کند، «با صدای بلند صحبت کند». یکشنبه‌ها اتاق نشیمن بسیار شلوغ است... و رادیو تقریباً با «صدای بلند» صحبت می‌کند؛ اما هیچ‌کسی به آن گوش نمی‌دهد، چون هرکدام در حال انجام دادن کار دیگری هستند. رادیو همچنین می‌تواند فضای شخصی افراد را به خوبی پر کند:

«مادرم، مثل هرروز، صدای رادیو را زیاد می‌کند تا من را از خواب بیدار کند.»

و نیز می‌تواند در شب، نقش «لالایی» را داشته باشد یا مثل ساعت زنگ‌دار، صبح‌ها ما را از خواب بیدار کند.

رادیو می‌تواند در سازماندهی کارهای روزمره، برای دریافت اطلاعات مشخص و مناسب برای اوقات خاص، گزارش‌های خبری و آب‌وهوا و نیز توضیح برنامه‌های خاص، به کار برده شود. مدیریت پخش برنامه‌هایی که در زمان‌های خاص برای مخاطبان پخش می‌شوند، نیازمند ویژگی‌های خاص و پویایی است که بتواند با افراد خانه رابطه‌ای خوب و مناسب برقرار کند. صبح، وقتی که رادیو روشن می‌شود، مانند همیشه با «صبح بخیر» (به افراد خانه) فعالیت خود را شروع می‌کند و در حین انجام دادن کارهای روزانه شخصی و خانگی، در حالی که شاید افراد خانه در حال دوش گرفتن هستند، لباس می‌پوشند و یا در حال خوردن صبحانه‌اند، آنها را همراهی می‌کند. رادیو به همراه آبگرمکن یا اجاق گاز، جزو اولین وسایلی است که صبح روشن می‌شود؛ و در زمانی، حالت روزمره بودن خود را

بیشتر اوقات روز را بیرون بودیم و اصلاً تلویزیون یا رادیو را روشن نکردیم، و تنها وقتی که شب از بیمارستان به خانه برگشتیم و تا حدودی آرام بودیم، آنها را روشن کردیم.» پیش‌بینی وضع هوا نیز دارای تأثیری مثل گزارش ترافیک و اطلاعات پیش‌بینی شده درباره محیط است که ممکن است اشتباه از آب درآیند. اهمیت این مسایل آنچنان مبتنی بر دانش یا علاقه‌ای که ایجاد می‌کنند نیست، بلکه در توانایی آنها در سروسامان دادن و تنظیم مسائل زمانی، تعیین وضعیت حاضر و مشخص کردن توالی حوادث گذشته است. اخبار رادیو صرفاً ارائه اطلاعات نیست، بلکه تأثیر آن به عنوان تنظیم‌کننده امور هرروزه، بسیار بیشتر است. تقریباً هیچ‌یک از افرادی که با آنها مصاحبه شد، به طور خودانگیخته و طبیعی نتوانستند به یاد بیاورند که در روز قبل، کدام اخبار از رادیو یا تلویزیون پخش شده بود. محتوای اطلاعات از

رادیو به همراه آبگرمکن یا اجاق گاز، جزو اولین وسایلی است که صبح روشن می‌شود و در زمانی حالت روزمره بودن خود را از دست می‌دهد که رویدادی مهم و غیرمنتظره برای افراد خانه رخ می‌دهد و آنها درصدد برمی‌آیند تا اطلاعات مرتبط با آن مورد را پیدا کنند.



اشکال آنها تفکیک شده‌اند و مسایل عادی و روزمره برنامه‌های خبری (احوال‌پرسی، صدای مجری برنامه، پیام‌های بازرگانی، بخش‌های ثابت برنامه، موسیقی و گزارش هواشناسی) در برخی مواقع مهم‌تر از اطلاعاتی هستند که منتقل می‌شوند. انواع مختلفی از برنامه‌ها در هر زمان، از رادیو پخش می‌شود، اما باید به برنامه‌هایی که در مدت کوتاهی پخش می‌شوند نیز توجه کرد؛ چون با گفت‌وگوها و فعالیت‌های افراد خانواده در تقابل قرار می‌گیرند و گاهی نیز با آنها تلفیق می‌شود. در مثالی که به دنبال می‌آید، می‌بینیم چگونه همراهی و تأثیر رادیو در گفت‌وگوی مادری با دخترش نمایان است، در جایی که مادر با دختر خود در مورد توصیه‌ای که به دختر ناتنی‌اش کرده صحبت می‌کند، سعی دارد اقتدار خود را حفظ کند. در همین زمان، برنامه‌ای مشابه همین مورد از رادیو پخش می‌شود، جایی که مجری یک برنامه معروف رادیویی در حالی که با یک مجری خانم در مورد مسئله اعتیاد به

از دست می‌دهد که رویدادی مهم و غیرمنتظره برای افراد خانه رخ می‌دهد و آنها درصدد برمی‌آیند تا اطلاعات مرتبط با آن مورد را پیدا کنند. در یکی از خانواده‌هایی که با آنها مصاحبه شد، قرار بود فرزند کوچکشان در بیمارستان بستری شود، و آنها در روز اول، در حالی که به تشخیص پزشک اطمینان کافی نداشتند، رادیو و تلویزیون را برای فرزندشان روشن نکردند. وقتی این زمان پایان یافت، هم رادیو و هم تلویزیون را روشن کردند و صدای آشنا و همیشگی آن، اعلام کرد که دوباره همه چیز به حالت عادی بازگشته است: «این هفته، هفته خاصی است، چون برادرم از یکشنبه تا جمعه در بیمارستان بستری بود... رادیو و تلویزیون روشن نیستند و تنها صدایی که به گوش می‌رسد، صدای مخلوط‌کن است؛ باقی اوقات، خانه را سکوت فرا گرفته است... ما آن روز را بدون اطلاع از اینکه چه چیزی اتفاق خواهد افتاد سپری کردیم،

مواد مخدر یک مرد جوان صحبت می‌کند، پیشنهادهای روان‌شناختی خود را ارائه می‌کند:

«مادرم گفت که به چیلو توصیه کرده که صبور باشد و به عمه‌اش بگوید که نباید در زندگی دخالت کند... در رادیو در مورد یک معتاد جوان بحث می‌شد و با دکتر لاموگلیا صحبت می‌کردند، دکتر از وی بسیار عصبانی شده بود، ما می‌گفتیم که آن جوان احمق است و هرچه که دکتر لاموگلیا گفته بود درست است، چون آن جوان صدای ما را نمی‌شنید و متوجه نمی‌شد.»

به طور طبیعی، هر مکالمه با دیگر مکالمات در سطوح نحوی (روشی که گفت‌وگو ساختار یافته است)، معناشناختی (معانی گفت‌وگو) و عمل‌گرایی (به‌کارگیری ساختار گفت‌وگو) در ارتباط است. استفاده از زبان محاوره‌ای با منابع گفتاری مشابه (نحوه

عصبانیت اسم کوچک او را صدا زد و گفت: چی را از دست دادی؟ فلیان دیگر چه لغتی است؟»

در همان خانه مادر، اخبار رادیو را در اواسط روز برای دخترش تعریف می‌کند و از مجری خانم برنامه آن‌گونه نقل قول می‌کند که انگار وی همسایه آنهاست و مادر وی را در فروشگاه دیده است:

«مادر: فکر می‌کنی چه کسی مرده است؟  
دختر: نمی‌دانم.

مادر: اسمش را به خاطر نمی‌آورم، یک پسر بلوند با بینی صاف و ابروهای پرپشت.

دختر: مرگش به‌چه علتی بوده؟

مادر: ماکسین (مجری برنامه رادیویی) گفت که وی بسیار بیمار بود.»

**رادیو ضرورتاً یک رسانه خانگی و استفاده از آن شخصی است، نه به‌خاطر جایگاهی که در خانه به‌دست می‌آورد، بلکه به‌این علت که رادیو در پیچیدگی ساختارهای نمادین و فرهنگی که زندگی خانوادگی را ساخت می‌دهد، نقش دارد.**

در خانه دیگری، افراد خانواده در مورد مسائل شخصی مجری برنامه بسیار دقت می‌کردند.

«خوب فکر می‌کنی ویوو چه ساعتی از خواب بیدار می‌شود؟»

اغلب، یک ترانه، یک پیام بازرگانی یا نظری که از طرف مجری برنامه بیان می‌شود عامل بیان تجربیات گذشته می‌شود، بدین صورت که باعث می‌شود ذهن معانی اولیه خود را از دست بدهد و با معانی دیگری مرتبط با آنچه که به یاد آورده می‌شود، تلفیق گردد:

«در اخبار گفتند که مایک تاپسون به‌خاطر عملکرد روز شنبه‌اش عذرخواهی کرده و درخواست کرده است که از ادامه کارش منع نشود... مادر می‌گوید به‌همین دلیل است که از کناره‌گیری پدرم از بوکس، خوشحال است. چون اگر پدرم خود را به این ورزش پایبند می‌کرد، مادرم بسیار آزرده می‌شد.»

در موارد دیگر، این ارتباط معنایی آنچنان آشکار یا از شکل

پرخاش‌های خانوادگی، با این احتمال که با برخی از مسائل مشخص خانوادگی در ارتباط و تشابه قرار دارند، ساختار مباحث را به هم مرتبط می‌کند.

«استفاده عادی اجتماعی از رسانه، به‌کارگیری حالات تشبیهی آن در ساختار روزمره گفت‌وگوهای بین‌فردی و دیگر انواع گفت‌وگوست.»

نوع دیگر طرز بیان و ارتباط رسانه‌ای مناسب، یکی‌سازی و ادغام مباحث مطرح شده از سوی مجریان برنامه‌های مورد علاقه اشخاص با مضمون گفت‌وگوهای افراد شخصی و خانوادگی است. در یکی از خانه‌هایی که مورد مشاهده قرار گرفت، مجری برنامه که فلیان نام داشت، اخبار بازرگانی را با موسیقی همراه کرده بود، در برنامه که به‌صورت زنده پخش می‌شد گفت:

«دیروز بخش آخر برنامه فلیان را ندیدم! خانمی که به رادیو گوش می‌داد و به کارهای شخصی خود نیز می‌رسید با

ظاهری گفت وگوها قابل درک نیست. در مثال بعدی، یک گریز دستوری از سوی مجری رادیو در گفت وگویی مذهبی با خانمی از فرقه پروتستان، نیاز به تعریف معنایی خاص را ایجاد کرد: «وقتی که مجری در مورد موضوعی در حال صحبت است و اگر شخصی به جای گفتن "یک لیوان آب" بگوید "یک لیوان با آب"، مادر جملاتی را زمزمه می کند و بعد می گوید: "وقتی می گویی من به رستگاری دست یافتم، فکر می کنم که این مفهوم بسیار محدودی است، به نظر می رسد که انگار فرصت از دست رفته است."»

نوع دیگر مکانیسم بارز ایجاد همانندی و ارجاع به خود مخصوصاً در مسائل عمومی، اظهارنظر در مورد اخبار، میزگردها یا برنامه های روان شناختی است که مقایسه ای بین امور اتفاق افتاده با تجربه شخصی یا تجارب دیگران یا ارائه موقعیت های نمونه ای بر پایه اصول ذهنی است:

«من و پدرم به سرگذشت خانم جوانی که باردار بود گوش می کردیم. اظهارنظر پدرم این گونه بود که: "آن بچه ها محصول آموزشی نادرستاند، چون والدینشان نمی دانند چگونه آنها را تربیت کنند، قابل قبول نیست که مادر به فرزندش اجازه دهد هر کاری که می خواهد انجام دهد؟ نه، نه، اصلاً خوب نیست!" پدرم این جملات را برای این می گوید که به من بگوید بدین خاطر است که تا این حد مراقب من هستند و وقتی که من دیر به خانه می رسم، مانند دیرروز، نگران من می شوند.»

شرایطی که مشخص کننده اهمیت یک برنامه رادیویی برای یک خانواده است، این حقیقت را نشان می دهد که حیطه موضوعات و مشکلاتی که مطرح می شود، به مجموعه ای از تجربیات مشترک، تصویری (ضرورتاً واقعی) شنوندگان راجع می شوند. این موضوعات، تکراری و کلیشه ای اگرچه نه چندان موفق، در برنامه های سطح متوسط و عمومی (سطحی-تفریحی)، برنامه های خبری و نشست های گروهی و اجتماعی و اقتصادی دیده می شوند. تکرار، فواید خود را داراست: هرکسی احساس می کند که می تواند نظری داشته باشد، چون به چیزی که در موردش صحبت می کند و به علامات سمبولیک مرتبط با آن، آشناست:

«در رادیو، مورد زنی را مطرح کردند که با یک مرد متأهل روابط جنسی داشته است. به نظر می رسد که مرد از آن زن "مدرکی برای عشقش" درخواست کرده است. مادر می گوید: "عجب زن احمقی که به مرد متأهل اعتماد کرده است. اگر این عمل با یک مرد مجرد هم صورت می گرفت، باز هم قابل قبول نبود. از مرد متأهل چه چیزی می شود انتظار داشت؟"»

گفت وگوها در ارتباط با هم قرار می گیرند و در حالی بسیار صمیمانه، محدوده های خود را به بیرون از خانه گسترش می دهند. از طرفی، عناوین جدید و بدیع را در اختیار می گذارند و از طرف

دیگر مرجعی برای توضیح، حمایت یا اعتبار گفت وگوها با دوستان، همسایه ها یا همکاران می شوند. در مثال بعدی، خانمی در برنامه موردعلاقه اش چیزی می شنود که باعث خنده اش می شود. آن را روی کاغذ می نویسد و به محل کارش می برد تا به دیگران هم نشان دهد. اختصاصی کردن پیام و ارائه آن به همگان، موفقیت قابل توجهی را در اشاعه آن به دنبال خواهد داشت:

«مادر توجه می کند. من این را از روی خنده او فهمیدم... رانول، مجری برنامه رادیویی فهرستی از مخاطبان خارجی را برای رأی گیری ارائه می کند. آن فهرست شامل تعدادی از اسامی خنده دار است: "از آلمان، دکتر اوتو وون فرود". مادر می گوید این یکی خوب است: "از اتریش، وایت فینگر". من و مادر خندیدیم... مادر برای اینکه بهتر بشنود جلوتر می آید و اسامی را که فکر می کند خنده دارتر هستند، در صفحه ای از دفترچه تلفن می نویسد... روز بعد به من گفت که آن اسامی خنده دار را به همکارش، ورو، نشان داده است.»

همراهی رادیو در کارهای روزمره شخصی، گذر زمان را با حسی ملموس و شیرین همراه می سازد. تمام روزها به مانند هم هستند؛ اخبار، ارزش پایدار خود را از دست می دهد و به پیام هایی معمولی برای نظم دادن به کارهای روزانه تبدیل می شود. این حقیقت که رویدادهای مهم، توجه بیشتری را به سوی خود جلب می کنند، معنای رابطه ای را که (در بالا) توصیف شد، تغییر نمی دهد. در مقابل این امر، چون رسانه هر چیزی را که بی اهمیت شده است، به نمایش می گذارد، کیفیت هیجان انگیز حوادث را از بین برده است.

دوره نخست تحقیق میدانی من با قتل رویز مازیو، برادر جانشین دادستان کل مکزیک همزمان شد. رادیو و تلویزیون و روزنامه ها، جزئیات قتل را چندین بار در طول روز به صورت تکراری نشان می دادند. اگرچه این امر انتظار و توجه بیشتری را ایجاد کرد، اما چون بسیاری از رادیوها در زمانی مشابه روشن بودند، و اخبار تأثیر قابل توجهی بر گفت وگوهای عادی افراد خانه گذارده بود، امور عادی و روزمره خانواده ها را که مشاهده شده بودند تغییر نداد.

در خانه ای، یک خانم مسن، که از تصاویر آن جنایت تحت تأثیر قرار گرفته بود، گاهی اوقات از این تصاویر تهوع پیدا می کرد و بعد از رفع این حالت، دوباره به سر میز برمی گشت و همراه با دیگر افراد خانواده، جلوی تلویزیون آنها را همراهی و برنامه را دنبال می کرد. رفتاری مشابه این مورد، با توجه به پخش تصاویری از جنگ ها یا حوادث طبیعی پیش آمد، در شرایطی که این حوادث، متأثر از رسانه، سازمان هرروزه زندگی خانوادگی را تحت تأثیر قرار ندهد. در مثال بعدی، می بینیم که چگونه فعالیت شدید آتشفشان پوپوکاتپتِل، قرار گرفته به فاصله دو ساعت دورتر از مکزیکوسیتی، از زمانی که بارش خاکستر نواحی مرکزی شهر را پوشاند، نگرانی شدیدی در ساکنان شهر ایجاد کرد، البته هنگامی

که تأثیر تلویزیون نیز در این امر بارز است:

«در رادیو و تلویزیون اعلام کردند که باید خاکسترهای آتشفشان پوپو را پاک کنیم، چون وقتی خیس شوند تا حدی مثل شن، سفت و محکم می‌شوند. مادرم با دقت گوش می‌دهد و می‌گوید: "من از این خاکسترها خسته شده‌ام [او این کلمات را در حالی می‌گفت که به‌سوی آشپزخانه می‌رفت تا به طولی‌اش سری بزند]؛ از پاک کردن خاکستر خسته شده‌ام و مدام روی آنها پا می‌گذارم. خاله‌ها هم گفت که او هم نمی‌داند با این خاکسترها باید چه کار کند.»

باید خاطر نشان سازیم که بارش خاکستر چند روز قبل از یکی از مهم‌ترین حوادث سیاسی ۶۰ سال گذشته در مکزیکوسیتی، اتفاق افتاد: اولین انتخابات عمومی برای دادن رأی به شخص اول حکومت.



فرایند محلی کردن امور جهانی، مخصوصاً در مسائل عمومی، بسته به این نیست که رویدادی، از رویکردی واقعی (واقع‌نگر)، دور یا متناسب با آن است، بلکه بسته به این است که در زمینه واقعیت صریح و ارجاعات خانوادگی چقدر قابل تغییر است: رخدادهایی که در دوردست اتفاق می‌افتند، ممکن است به‌مانند مواردی که در اطراف اتفاق می‌افتند و حتی بیشتر از آنها، شناخته شده باشند و ممکن است با تجربه شخصی افراد تطبیق یابند. این مورد مشخص می‌کند که چرا افراد احساس می‌کنند که مشکلات پیش آمده برای اشخاص مهم، مانند مرگ پرنسس دایانا، «کاملاً برای آنها نزدیک و قابل درک» است و چرا جنگ در کوزوو «کاملاً جدا و دور از درک آنها» است:

«مرگ پرنسس، برای من خیلی ناراحت‌کننده بود... از مدرسه برگشتم و در خانه به رادیو گوش دادم و هر چیزی از رادیو

**اگر این حقیقت را در نظر گیریم که رادیو قدیمی‌تر از تلویزیون است، ممکن است بگوییم که از ۲۴ ساعت برنامه تلویزیون، بیشتر افراد به‌جای نگاه کردن، بیشتر به آن گوش می‌کنند و این رفتارها نشانگر امکان برخورد مشابه با برنامه‌های تلویزیون به‌مانند رادیوست.**

پخش می‌شد، به آن توجه می‌کردم.»

رادیو همچنین، حضور روزانه‌اش را با دخالت در امور جاری خانه، از راه بازتولید، همراهی و ایجاد رسوم و عاداتی که به‌طریق متنوعی، متناسب با نوع برنامه و ساعت پخش آن ارائه می‌شوند، اعلام می‌کند. این امر، تا حدی مجریان و ارائه‌کنندگان برنامه‌ها را، به اعضای خانواده تبدیل می‌کند، آنها را قابل اعتماد می‌سازد و در جایگاهی از نفوذ قرار می‌دهد که هر جمله، نظر یا پیشنهادی که ارائه می‌دهند، مهم جلوه می‌کند:

«شخصی به من می‌گفت: "شما بخشی از عادات زندگی من هستید؛ اگر به برنامه شما گوش نکنم، نمی‌توانم بخوابم. وقتی که برنامه شما پخش می‌شود، احساس آسایش و راحتی به من دست می‌دهد و مسائلی را که برایم افتاده‌اند فراموش می‌کنم."»

همچنین احیای این رسوم و عادات، دارای نقشی قابل توجه در ایجاد اطمینان و کاهش اضطراب‌های ایجادشده از تجارب

به‌هرحال، در میانه‌ی جو پیش از انتخابات، فعالیت آتشفشان توانست توجه مردم را از آینده سیاسی به‌سوی خاکسترها تغییر دهد و متعاقباً، اولویت برنامه‌های رسانه‌ها را نیز تغییر داد.

اطلاعات در زمینه رخدادهای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی، معنایی خاصی پیدا می‌کنند، در زمانی که این رخدادهای می‌توانند با تجربیات قبلی در چارچوب کلی شناختی و فرهنگی هر خانواده همانند گردند. مثلاً، اظهارنظری در مورد شرایط اقتصادی در برزیل، در حالی که خانواده‌های سطح پایین را به استفاده روزانه از کارت اعتباری ترغیب می‌کند، ابعادی محلی پیدا می‌کند:

«در اخبار رادیو اعلام کردند که در برزیل، تمایل به استفاده از کارت‌های اعتباری به‌صورت قابل توجهی افزایش یافته است. مادرم می‌گوید: "می‌دانی؟ به‌این خاطر است که من کارت اعتباری بانکی ندارم. سیرز، کارتی است که فقط هنگامی که قرار است مبلغی را برای ۴ یا ۶ ماه پرداخت کنم، استفاده می‌کنم."»



هرروزه زندگی در یک شهر بزرگ است. بنابراین، مجریان به عنوان عامل اصلی کاهش اضطراب‌ها، خصوصاً در امور روزانه مدنظر قرار می‌گیرند. صحت اطلاعات، مستقیماً به توانایی مجریان در ایجاد اطمینان مربوط است.

## گفتار پایانی

رادیو ضرورتاً یک رسانه خانگی و استفاده از آن شخصی است، نه به خاطر جایگاهی که در خانه به دست می‌آورد، بلکه به این علت که رادیو در پیچیدگی ساختارهای نمادین و فرهنگی که زندگی خانوادگی را ساخت می‌دهد، نقش دارد. برنامه‌ریزی و شیوه‌های مخاطب قرار دادن آن، الگوهای روابط و زندگی خانوادگی را تقویت می‌کند، به گونه‌ای که «قادر نیستیم امور خانوادگی خود را بدون در نظر گرفتن خود رادیو و برنامه‌ریزی آن، به عنوان نمادی از زندگی خانوادگی تصور کنیم».

بررسی‌هایی (قوم‌نگارانه) در خانواده‌های مخاطب رادیو، نشان داد که نظمی که از طریق گفتارهای رسانه برای نظم بخشیدن به زمان، دوران و فضاها ایجاد شد، صرفاً به واسطه ترجیحات مخاطبان رادیو القا شده است. بی‌نظمی‌های موقت و عاری از بعد مکانی که باگفتارها و استعاره‌های رادیویی ارائه می‌شوند، در توالی مختل شده‌ای به دست می‌آید که تنها هنگامی می‌تواند نظم یابد که به صورت روزانه با بی‌نظمی‌های زندگی گونه هر شخص/خانواده تشابه یابد. تخصیص محتوای رسانه‌ای، نه تنها مشتمل بر تجدید معنا و محلی کردن مضمون و هدف آن است، بلکه بر فرایند انتخاب یک ساختار فعال نیز دلالت دارد.

آنچه انتخاب می‌شود، اولویت می‌یابد یا حذف می‌گردد، به اصول نمادین هر گروه و به شیوه‌های ارتباطی در درون هر خانواده وابسته است. این شیوه‌ها که در فعالیت‌های روزانه نمایان می‌شوند، بخشی از عناصری هستند که هر خانواده دارد، و به عنوان مجموعه‌ای از بازنمودها، فعالیت‌ها و تجاربی مطرح‌اند که خانواده‌ها از طریق آن رابطه خود را با رسانه، بیان می‌دارند و بر این دلالت می‌کند که رخدادهای رسانه‌ای، از راه تعبیر و تفسیرهای فرهنگی «معنا می‌شود»، و به صورتی بیانگر در شرایط عینی و ذهنی هر گروه اجتماعی قرار می‌گیرند.

این فرایند انتخاب، با راهکارهای مختلف برای کاهش پیچیدگی معانی انجام می‌شود، هدفی که درصدد ایجاد «اصل (قاعدۀ) نظم» است تا تفاوت‌ها را تبیین و «جریان نامنظم معانی» را که در رسانه‌ها جریان دارد، طبقه‌بندی کند. کارکرد این فرایند انتخاب در تلفیق استعاره‌ها و گفتارها که به صورت مجموعه‌ای منسجمی برای تبیین و تفسیر جهان عمل می‌کند، تنها ایدئولوژیکی نیست، بلکه فرایند ارتباط شخصی و خانوادگی را نیز نظم و ترتیب می‌بخشد. شیوه‌هایی در کناره‌گیری از ارتباط یا برقراری آن و نیز تخصیص زمان یا صرف نکردن وقت برای گوش دادن به رادیو

وجود دارند که به شرایط خانوادگی، نوع خانواده و به ارتباطات متقابلی که در طول روز، در اوقات مختلف میان فعالیت‌های خانوادگی و حضور رادیو ایجاد می‌شود، بستگی دارند.

در استفاده از رادیو نگرش‌های قالبی سهیم‌اند که در امور عادی و مشخص خانواده و رسوم و تشریفات آن، در جایی که در واقع معنا می‌یابند، دیده می‌شوند: تأثیر تعدادی از برنامه‌های صبح رادیو در زمانی که افراد خانه در حال خوردن صبحانه‌اند و یا برای «بیرون رفتن» از خانه آماده می‌شوند می‌تواند تشخیص داده شود. بالعکس، موفقیت تعدادی دیگر از برنامه‌ها از ارتباط آنها با شرایط خصوصی و صمیمانه افراد، چه در مورد خود یا همسرشان، در موقعیت‌هایی مانند خوابیدن یا حمام کردن، فهمیده شود.

در درک خانواده به عنوان واحدی قابل بررسی و مشاهده، مبانی عمومی، به جز طبقه، سطح اجتماعی-اقتصادی، سن یا جنس، نمود پیدا می‌کنند. این مبانی، در استفاده از رادیو، بر مبنای روابط ایجاد شده، بین برنامه‌های رادیو، کنشگران و فعالیت آنها، محیط فیزیکی و توزیع زمانی، دخیل می‌شوند. این موردی است که خانم‌های خانه‌دار با آن سروکار دارند، جایی که تفاوت‌ها در زمینه سرمایه نمادین و پیشینه اجتماعی-فرهنگی باید در متن روابط منحصر به فردی که آنها با برنامه‌های موردعلاقه خود، بر اساس پایگاهشان به عنوان خانه‌دار، فضای فیزیکی، سازمان‌دهی زمان، فعالیت‌های خانگی و رابطه‌شان با دیگر اعضای خانه برقرار می‌کنند، درک و تفسیر شود. در اینجاست که به واقع می‌توانیم، نقشی را که ایدئولوژی در گفته تامپسون (۱۹۹۸) ایفا می‌کند، بازنسازیم که بیان می‌دارد، کارکرد ایدئولوژی با چگونگی به‌کارگیری اشکال نمادین در شرایط مشخص برای ایجاد و حفظ روابط سلطه، در ارتباط است.

طبق گفته این مؤلف، رسانه توانایی پخش پیام‌هایی را که در محدوده زمان و مکان دارای قابلیت‌های ایدئولوژیکی هستند، دارد و می‌تواند این پیام‌ها را مجدداً در گستره متنوعی از فضاها پخش کند. به‌طور کلی، «رسانه‌ها شرایطی را برای ورود پیام‌های ایدئولوژیکی در شرایط عادی زندگی هرروزه به وجود می‌آورند». به‌هرحال، وی خاطر نشان می‌کند که مشخص کردن «ویژگی زمینه‌ای» ایدئولوژی از اهمیت برخوردار است. مشخصه ایدئولوژیکی پیام‌های رسانه «بستگی به شیوه‌ای خواهد داشت که از طریق آن اشخاص پیام‌هایی را که دریافت می‌کنند، می‌پذیرند و آنها را به شیوه‌های مناسب در زندگی‌شان به کار می‌برند.» در این شرایط، به جای مجموعه‌ای متجانس از عقاید در زمینه نظم امور، ایدئولوژی راهکاری است که واقعیت زندگی مان را سازمان می‌بخشد. از این نظر، ایدئولوژی به هر نوع نیاز ایجاد شده از طرف گروه‌های مختلف اجتماعی بستگی خواهد داشت.

منبع:

