

# در رادیو و در تلویزیون



● دکتر حسن خجسته  
معاون رئیس سازمان صدا و سیما در حوزه صدا

این گفته که امروزه دنیای ما در محاصره «واقعیت‌های رسانه‌ای» (Media Reality) قرار دارد و حتی اگر ادعا شود هیچ واقعیتی غیر از واقعیت‌های رسانه‌ای وجود ندارد، بی‌شک ادعای قابل بحثی می‌تواند باشد. هر چند ممکن است میان واقعیت با حقیقت (Actuality) فاصله‌ای به گستردگی بود و نبود و یا عدم وجود باشد. زیرا حقیقت چیزی نیست جز ادراک منطبق با واقعیت، از این جهت ممکن است واقعیت فقط رنگ مختصری از حقیقت را در خود داشته باشد و نه همه حقیقت را. اما همین واقعیت‌ها رفتارهای ما را شکل می‌دهند و بر تصمیم‌های زندگی فردی و اجتماعی ما تاثیر اساسی دارند. حال باید از خود بپرسیم بین حقیقت و واقعیت رسانه‌ای چه فاصله و مراحل وجود دارد.

<p><b>واقعیت توصیفی</b> عبارت، شرح و بیان و توصیفی که از واقعیتی عینی یا حقیقت صورت می‌گیرد. در عالم رسانه، این توصیف همواره تحت تاثیر مضایق ذاتی نوع رسانه واقع می‌شود.</p>	<p>امر ممکن و یا بالقوه قرار دارد. ب: وجودی که در لحظه حاضر قرار می‌گیرد. ج: به معنای موجود و یا وجودی که موثر و متاثر باشد.</p>	<p><b>فواصل و مراحل حقیقت تا واقعیت رسانه‌ای</b> واقعیت عینی یا حقیقت برای این نوع واقعیت چند معنای مورد توجه قرار دارد: (تامپسون، ۲۰۰۱) الف: به معنای وجودی که در مقابل</p>
--	--	--

به طور مثال: در توصیف برخورد پلیس با صف تظاهرکنندگان، در تلویزیون، اگر دوربین تلویزیون در صف تظاهرکنندگان باشد، کاملاً توصیف تصویری که به مخاطب ارائه می‌دهد، با فرمانی که دوربین در صف پلیس قرار دارد نه تنها متفاوت بلکه گاهی ممکن است متضاد باشد و یا توصیف همین مسئله در رادیو و تلویزیون کاملاً نتیجه متفاوتی ایجاد خواهد کرد. حتی این توصیف تحت تاثیر ایدئولوژی و ارزشهای پنهان و درونی شده توصیف‌گر قرار می‌گیرد. در این زمینه بحثهای فراوان و تحقیقات زیادی صورت گرفته است که از مکتب گلاسکو شروع می‌شود که با بررسی خبرهای پخش شده بر این فرض تاکید شد که انتخاب خبر و گزارشها کاملاً تحت تاثیر گرایشها و باورهای دبیران خبر قرار دارد، تا مباحث بعدی متفکران مکتب فرانکفورت و مکاتب انتقادی از قبیل مارکوزه، آلتوسر، شیلر و...

#### واقعیت رسانه‌ای یا واقعیت ساخت باشد

این واقعیت براساس آنچه رسانه از واقعیت ارائه می‌دهد و شرایط محیطی و ساختارها و باورهای ذهنی مخاطب به وجود می‌آید. و از تاثیر و تاثر متقابل میان این سه، واقعیت رسانه‌ای شکل می‌یابد. شاید پذیرفتن اطلاق لفظ واقعیت رسانه‌ای از نظر برخی چندان ساده نباشد و بیشتر از واقعیت رسانه‌ای، واقعیتی که رسانه ارائه می‌دهد مورد نظرشان باشد. اما شاید پاسخ را بتوان با تکمیل مباحث بعدی به خوبی دریافت که چرا واقعیت ساخت یافته، واقعیت رسانه‌ای است و نه واقعیت توصیفی.

برای توضیح و تفسیر این مطلب و همچنین تفاوت‌هایی که میان واقعیت‌های رسانه‌ای و وسایل ارتباط جمعی متفاوت از جمله رادیو و تلویزیون وجود دارد، لازم است به رویه‌های رسانه توجه کنیم تا از

چگونگی کاربرد آنها و تاثیری که بر ایجاد «واقعیت رسانه‌ای» دارند آگاه شویم.

#### رویه‌های رسانه‌ای

در نگاه و بررسی به هر برنامه رسانه‌ای سه رویه وجود دارد. (پارسا، ۱۳۷۷) یعنی هر برنامه با ترکیب متناسب و گاهی نامتناسب این رویه‌ها تشکیل می‌شود. نامناسب از آن جهت که گاهی یکی از رویه‌هایی که به کار گرفته می‌شود ممکن است با ویژگیهای خاص رسانه و یا

قدرت می‌کنند و فرآورده‌های آنها مخاطب را به سمت مطلوب خود هدایت می‌کند.

#### رویه‌های تولید

در اینجا مقصود تنها دیدگاهی اقتصادی در تولید نیست، بلکه سازماندهی تهیه‌کننده یک برنامه رسانه‌ای از عوامل و همکاران برای تولید آن است که آن را می‌توان به دو بخش کاملاً متفاوت تقسیم کرد.

الف: رویه‌های تولید انواع مختلف

**در حوزه سیاسی رادیو در ساخت «واقعیت‌های رسانه‌ای» در مقایسه با تلویزیون از رویه‌های قدرتی بیشتر و بهتری برخوردار است. علاوه بر این رادیو از دو امکان دیگر نیز برخوردار است که سرمایه‌گذاری در آن حوزه را شوق آفرین می‌کند. سهولت دسترسی به امواج آن و هزینه اندک تولیدی که در مقایسه با تولیدات تصویری دارد، دو امتیاز دیگری است که علت گسترش رادیوهای مختلف در مقابل جمهوری اسلامی ایران را می‌تواند تبیین کند. هر چند ممکن است در شکل رادیو جدید «آزادی» با نام «رادیو فردا» باشد.**

برنامه‌های رسانه. در این حالت تهیه‌کننده عوامل خود را براساس نوع برنامه مورد نظرش باید سازمان دهد. و سازمان‌دهی یک برنامه ساده از یک برنامه ترکیبی یا نمایش کاملاً متفاوت است.

ب: رویه‌های تولیدی در انواع رسانه‌ها که تهیه‌کننده براساس نوع و جنس رسانه باید سازمان‌دهی خاصی به تولید خود بدهد؛ و شاید بهتر است برای سهولت آن را در انواع رویه‌های تولید رسانه‌های تصویری، صوتی و مکتوب تقسیم کنیم. لذا در این سازمان‌دهی می‌توان دریافت که نوع متن از یک موضوع در رسانه‌های مختلف باید

اهداف و انتظارات برنامه و یا نوع مخاطب سازگار نباشند.

#### رویه‌های دلالت

منظور مجموعه فعالیت‌هایی است که بر چیز خاصی دلالت دارند و نماد چیزی محسوب می‌شوند و یا معنای خاصی را عرضه می‌کنند. مثلاً تصاویر و نمادهای تصویری یا زبان به عنوان نظام معنایی مرکب از واژگان و قواعد، نمونه‌های مشهوری هستند.

#### رویه‌های قدرت

این رویه‌ها بیانگر آن است که رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی از طریق دخل و تصرف در اذهان مردم به نوعی اعمال

متفاوت باشد. اما گاهی برای یک برنامه رادیویی متنی با رویه رسانه‌های مکتوب تهیه می‌شود و یادریک برنامه تلویزیونی متنی با رویه‌های رسانه‌های صوتی عرضه می‌شود که در هر دو صورت استفاده‌ای نامناسب و نادرست بوده و ممکن است حتی بر میزان «قدرت» رسانه اثر معکوس بگذارد. برای تولید «واقعیت رسانه‌ای» در هر رسانه و وسیله ارتباط جمعی از این سه رویه حسب شرایط استفاده می‌شود. در

### ترکیب رویه‌های مختلف برمی‌گردد. حوزه سیاست و واقعیت‌های رسانه‌ای

از میان وسایلی ارتباط جمعی و رسانه‌ها قدرت تلویزیون انفجاری و بی‌نظیر است، اما گاهی برای رسیدن به این توان ذاتی، محدودیتها و موانع فوق‌العاده‌ای وجود دارد. یک تولید کامل تلویزیونی قطعاً محتاج نمادهای تصویری مناسب از جهت نوع و یا مدت زمان است. اما همیشه نمی‌تواند این نیاز را به

**در تلویزیون اگرچه از نمادهای صوتی و آوایی استفاده می‌شود به هر حال در صفحه تلویزیون شخص یا اشخاص حضور دارند که گاهی حضور آنها مغل ارتباط بین نمادهای دلالت (صدا و آوا) با مخاطبان خواهد بود و در واقع وجود آنها گاهی حتی از جهت شکل ظاهر، نوع لباس، نوع حرکات سر و صورت و دستان و صحنه و اسباب و لوازم و امکانات به‌وجود در آن اعم از اینکه محیط طبیعی باشد یا دکوراتیزه و آرایش داده شده باشد اختلال ارتباطی را سبب خواهد شد.**

واقع همان‌طور که قبلاً گفته شد، ترکیب این سه رویه در هر برنامه و یادریک ارائه هر پیام رسانه‌ای به طرق مختلف حضور دارد. مثلاً قدرت بی‌حد تلویزیون معطوف به ترکیبی متناسب از نمادهای تصویری و کلامی و رویه‌های تولیدی است و بی‌شک سهم مهمی از هماهنگی و سازگاری شایسته بین این دو رویه موجب افزایش «قدرت» تاثیرگذاری تلویزیون بر مخاطب خواهد شد و در رادیو و یا رسانه‌های مکتوب نیز توجه شایسته به بایسته‌های هر رویه در میزان قدرت آن رسانه اثر خواهد داشت. ضمن اینکه هر رسانه نیز اساساً محدودیتهایی در توسعه و گسترش قدرتش دارد که از یک جهت به توانایی ذاتی آن رسانه در امکان

که می‌توانند موجب تغییرات تاثیر تلویزیون شود.

حوزه سیاست با وجود اینکه در مقایسه با دیگر حوزه‌های حیات اجتماعی بسیار کوچک است، اما تاثیر فوق‌العاده‌ای بر زندگی فردی و اجتماعی مردم دارد، لذا «واقعیت‌های رسانه‌ای» این حوزه از اهمیت دوچندانی برخوردار است. و این اهمیت و معاذیر همیشگی تلویزیون شرایط بهتری برای استفاده از رسانه رادیو در اختیار سیاست‌مداران قرار می‌دهد که مراجعه و استفاده از رادیو را ضروری و غیرقابل چشم‌پوشی کرده است. در این‌جا ذکر نمونه‌هایی از موضوعاتی که در حوزه سیاسی وجود دارد ولی امکان استفاده از رویه‌های تولیدی تلویزیون را ندارند دلیل و علت بهره‌برداری مستدام قدرتها، خصوصاً قدرتهای فرمانطقه‌ای از رادیو را به‌روشنی تبیین می‌کنند.

وقتی در یک شبکه تلویزیونی بخواهند «قدرت نظامی» را برای منظوری که مورد توجه سیاست‌گذاران است تبدیل به «واقعیت رسانه‌ای» کنند، به سهولت از نمادهای تصویری می‌توانند استفاده کنند، ضمن اینکه برای تولید و القای این واقعیت رسانه‌ای به اندازه کافی تصاویر مناسب وجود دارد. مثلاً در جنگ خلیج فارس، در جنگ افغانستان و در حال حاضر که بحث حمله نظامی آمریکا به عراق مطرح است، شبکه CNN با استفاده از امکانات فراوانی که برای این شبکه در رویه «دلالت» وجود دارد، می‌توانند از «قدرت» تلویزیون بهره‌برداری کند و ذهن مخاطب را در اختیار «واقعیت رسانه‌ای» موردنظر دولت آمریکا درآورد. گاهی تسلط بر ذهن مخاطبان آن‌چنان است که کاملاً مرعوب شده و اگر در سطح تصمیم‌گیران و تصمیم‌سازان حکومت است به گروه تسلیم‌شدگان نزدیک می‌شود. حتی

شایستگی فراهم کند، مخصوصاً هنگامی که موضوع مورد بحث، نمادهای عینی و تصویری کمتر و یا نامشخصی داشته باشد این محدودیت شدیدتر می‌شود. در این صورت تلویزیون برای غلبه بر رنج ناتوانی از ورود به عرصه منظور، از رویه‌های تولید رادیویی استفاده می‌کند، یعنی به‌جای استفاده از نمادهای تصویری در رویه نخست، نمادهای کلامی و آوایی را به‌کار می‌گیرد. اما این تغییر رویه تولید، تاثیر منفی بر قدرت تلویزیون می‌گذارد، حتی ممکن است نتیجه معکوسی را سبب شود. زیرا هرچند از رویه تولید رادیویی، و متکی بر نمادهای کلامی و آوایی استفاده کرده است، اما در صفحه تلویزیون نمادها و تصاویر نیز وجود دارند

تجربه دیگر CNN در جنگ خلیج فارس ایجاد واقعیت رسانه‌ای تحت عنوان «جنگ بدون خونریزی» (clean war) بود که این شبکه با استفاده ماهرانه از «رویه دلالت» بر مبنای رویه‌های تولید تلویزیونی

از حداکثر «قدرت» این رسانه استفاده کرد. به طوری که در آمریکا

و بسیاری کشورها که در پوشش این شبکه قرار داشتند، کشتار و بمباران جمعی و گسترده مردم عادی عراق دیده نشد و بلکه حمله بمبهای لیزری و هدایت شونده به مراکز نظامی «نماد» اصلی جنگ شد. و نتیجه ایجاد

«واقعیت رسانه‌ای»، جنگ بدون خونریزی، از یک جنگ خونین و بسیار تبهکارانه بود. یا در حوادث ۲۰ شهریور برای ایجاد «واقعیت

رسانه‌ای» در حوزه سیاست بین‌المللی آمریکا، شبکه CNN از نمادهای تصویری به خوبی توانست استفاده کند تا در مرحله

اول «تروریستها» را دشمن مردم و امنیت آنها معرفی کند و در مرحله دوم تروریستها را همان مسلمانها معرفی کند و در مرحله بعد که اجرای یک اصل استراتژیکی آمریکا بود (یعنی کنترل مناطق نفتی خاورمیانه)، در پناه «واقعیت

رسانه‌ای»، مبارزه با تروریستها در هرجا و در هر شکل را مهیا و آماده سازد. متقابلا برای ضعیف و درمانده نشان دادن کشور عراق یا در هنگام حمله به افغانستان برای نشان دادن چهره بد از «طالبان» در حد کافی از رویه دلالت به کمک نمادهای تصویری توانست استفاده کند و بدین وسیله حمله به افغانستان را خدمت به مردم و نه کمک به بقا و سلطه نظام سرمایه‌داری به‌عنوان یک «واقعیت رسانه‌ای» تثبیت کرد. این «واقعیت رسانه‌ای» تبدیل به موجی در افکار

عمومی در اکثر کشورهای غربی و حتی سایر کشورها شد.

در چنین شرایطی که نمادهای لازم تصویری در رویه دلالت وجود دارند اگر از رویه‌های تولیدی به خوبی استفاده شود

بر حوزه اجتماعی ایران برای ایجاد زمینه‌سازی فعالیت خودشان و محدود کردن امکان فعالیت جمهوری اسلامی ایران آن حوزه. لذا بر روی مسایل اساسی مانند فروپاشی یا بن بست نظام، مسایل

## در حال حاضر که بحث حمله نظامی آمریکا به عراق مطرح است، شبکه CNN با استفاده از امکانات فراوانی که برای این شبکه در رویه «دلالت» وجود دارد، می‌تواند از «قدرت» تلویزیون بهربرداری کند و ذهن مخاطب را در اختیار «واقعیت رسانه‌ای» مورد نظر دولت آمریکا در آورد.



«قدرت» رسانه به‌طور کامل در خدمت دستکاری افکار قرار خواهد گرفت. اما در سایر موضوعات که نمادهای تصویری کافی و لازم در رویه دلالت وجود ندارد، تلویزیون در این حالت ناچار از رویه‌های تولید برنامه‌های رادیو متابعت می‌کند و به‌جای استفاده از نمادهای تصویری از نمادهای کلامی و آوایی بیشتر بهره خواهد گرفت. به‌طور نمونه مسائل مهمی که در استراتژیهای سیاسی کشورهای غربی مخصوصا آمریکا، انگلیس در مقابل ایران وجود داشت تاثیر

زنان، شیوه‌های مدیریت باید در رسانه‌ها به طرح این مسایل برای تاثیرگذاری و یا ایجاد «واقعیت رسانه‌ای» مورد نظر می‌پرداختند. اما برای رسانه تصویری، امکان استفاده از رویه‌های دلالت متکی بر نمادهای تصویری به هیچ وجه زمینه مناسبی وجود ندارد. در این صورت ناچار به استفاده از رویه‌های دلالت رادیو یعنی صدا و آوا و رویه‌های تولید رادیو هستند. در این صورت خدمات رادیو برای ساخت واقعیت‌های رسانه‌ای مورد نظر بارها بیشتر از تلویزیون خواهد بود. زیرا در تلویزیون



اگرچه از نمادهای صوتی و آوایی استفاده می‌شود به هر حال در صفحه تلویزیون شخص یا اشخاص حضور دارند که گاهی حضور آنها مخل ارتباط بین نمادهای دلالت (صدا و آوا) با مخاطبان خواهد بود و در واقع وجود آنها گاهی حتی از جهت شکل ظاهر، نوع لباس، نوع حرکات سر و صورت و دستان و صحنه و اسباب و لوازم و امکانات به وجود در آن اعم از اینکه محیط طبیعی

این جهت می‌توان حدس زد، کسانی که شنونده دائم این نوع رادیوها هستند «واقعیت توصیفی» که بر آنها عرضه شده تبدیل به «واقعیت رسانه‌ای» شده و حتی ممکن است تبدیل به باور و یقین شده باشد. اما چون این «واقعیت رسانه‌ای» با «حقیقت» فاصله زیادی دارد. گاهی موجب رفتارهای سیاسی که بیشتر شبیه یک خودکشی سیاسی است، می‌شود. لذا می‌توان گفت علی‌الاصول در



باشد یا دکوراتیو و آرایش داده شده باشد اختلال ارتباطی را سبب خواهد شد. به‌هرصورت بر «قدرت رادیویی» که تلویزیون می‌خواهد استفاده کند تاثیر منفی و ناخوشایندی خواهد گذاشت. اما «رادیو» در این شرایط فارغ از دغدغه‌های گفته شده در حوزه‌هایی که نمادهای تصویری کافی وجود ندارد به راحتی می‌تواند با اتخاذ رویه صحیح تولیدی و استفاده مناسب از رویه‌های مختلف دلالتی که در اختیار دارد از حداکثر قدرت رادیو بهره‌مند شود. شاید یکی از دلایل اصلی فعالیت چندین رادیو بر علیه ایران تولید «واقعیت رسانه‌ای» است که با «حقیقت» فاصله بسیار زیادی دارد. از

حوزه سیاسی رادیو در ساخت «واقعیت‌های رسانه‌ای» در مقایسه، با تلویزیون از رویه‌های قدرتی بیشتر و بهتری برخوردار است. علاوه بر این رادیو از دو امکان دیگر نیز برخوردار است که سرمایه‌گذاری در آن حوزه را شوق‌آفرین می‌کند. سهولت دسترسی به امواج آن و هزینه اندک تولیدی که در مقایسه با تولیدات تصویری دارد، دو امتیاز دیگری است که در مقابل جمهوری اسلامی ایران را می‌تواند تبیین کند. هرچند ممکن است در شکل رادیو جدید «آزادی» با نام «رادیو فردا» باشد.

## منابع:

I - Thompson, T. j. (2001).  
**Actuality: On what can Be Actual.** [online]:www.  
 generativescince.org /  
 books /Pnb  
 /node 23. html [15.12.2002].

## در حوادث ۲۰ شهریور

### برای ایجاد «واقعیت

### رسانه‌ای» در حوزه

### سیاست بین‌المللی آمریکا،

### شبکه CNN از نمادهای

### تصویری به خوبی توانست

### استفاده کند تا در مرحله

### اول «تروریستها» را دشمن

### مردم و امنیت آنها معرفی

### کند و در مرحله دوم

### تروریستها را همان

### مسلمانها معرفی کند و در

### مرحله بعد که اجرای یک

### اصل استراتژیکی آمریکا

### بود (یعنی کنترل مناطق

### نفی خاورمیانه)، در بناه

### «واقعیت رسانه‌ای»،

### مبارزه با تروریستها در

### هرجا و در هر شکل را مهیا

### و آماده سازد.

۲- پارسا، خسرو. (۱۳۷۷). پسا

مدرنسم در بوته نقد. تهران: آگه.

۳- مهدی‌زاده، محمد. (۱۳۸۰).

ایدئولوژی و اختیار. پژوهش و سنجش،

۲۷.

