



تأثیر آمریکا بر رایوی اشتغالی زاین در جنگ جهانی دوم

● سوزان اسمولیان
مترجم: شایسته اسماعیلی پور

اهمیت رایوی در پیشبرد اهداف خویش واقف بودند، اما مسئله اشتغال کشور، تعامل موجود بین دشمنان و مردم و همچنین برخورد فرهنگها و افکار کینه‌توزانه باعث شد که رایوی زاین با مشکلاتی روبه‌رو شود که به راحتی قابل حل نبودند. بررسی سیاست رایوی آمریکا در زمان اشتغال زاین پلور آمریکایی‌ها را در خصوص رسانه رایوی به خوبی آشکار می‌کند. مقایسه سیستم رایوی تجاری آمریکا با سیستم رایوی دولتی زاین به خوبی تفاوت این دو سیستم را نمایان می‌سازد.

نیروهای اشتغالگر برای نوسازی سیستم

ساخت که صحنه ابتدایی آن با نمایش نمایی از واکنش اهالی روستا که سخنان امپراتور را از رایوی گوش می‌دادند شروع می‌شد، هنگامی که گواوشن گوش دادی مردم زاین به سخنان امپراتور از طریق رایوی منتشر شد، علاوه بر آنکه آمریکایی‌ها را با دشمن سابق خود آشنا کرده‌اند نمایش از اهمیت رایوی را در زندگی روزمره مردم متجلی ساخت. علاوه بر آن استفاده رایوی از شخص امپراتور برای ارتباط پاتک تک زاینی‌ها، پیش‌نشان داد که ساختار فرهنگی جامعه زاین از طریق رسانه دستخوش تغییرات اساسی شده است، متحدین از همان شروع اشتغال زاین به

تاریخ شروع پس از جنگ جهانی دوم با یک گزارش رایوی رقم خورد. در ۱۵ اوت ۱۹۴۵ امپراتور زاین «میرهیتو» شخصاً از طریق یک برنامه زنده رایوی خبر تسلیم شدن زاین به اشتغالگران را به اطلاع مردم کشورش رساند. او برای اولین بار به طور مستقیم به گونه‌ای با مردم صحبت می‌کرد که مانع از بروز ترس یا مقاومت آنان شود. متن سخنرانی او در طول روز تکرار شد و اغلب گوینده‌های خبر این متن را که درک اهداف آن دشوار بود، به جای امپراتور می‌خواندند. فیلمساز زاینی - ماساهیروشینودا - در سال ۱۹۸۲ فیلمی از زندگی خود را با نام «فرزندان مگ آژودر

رادیویی ژاپن سه انگیزه داشتند که اغلب در تضاد با یکدیگر بودند، این انگیزه‌ها عبارت بودند از:

- نیاز به رادیو برای اهداف تبلیغی
- ارجحیت آمریکایی‌ها برای ایجاد یک رادیوی تجاری

- آموزش اجباری دموکراسی به ژاپنی‌ها
آمریکایی‌ها برای کنترل جریان اطلاعات و تبلیغات که منافع آنان را از اشغال ژاپن تأمین می‌نمود مجبور بودند سیستم غیرتجاری و متمرکز موجود در ژاپن را تحمل کنند اما با این حال آنها معتقد بودند که تنها یک سیستم تجاری می‌تواند آزاد و روزآمد باشد. در سیاست‌های متضادی که نیروهای اشغالگر بر سیستم پخش ژاپنی‌ها اعمال می‌کردند، عملاً بین اهداف تبلیغاتی، تجاری و آزادی، منازعه وجود داشت. با وجود اینکه آمریکایی‌ها رادیوی ژاپن را کنترل می‌کردند- از متن برنامه‌ها گرفته تا چگونگی اداره ایستگاه‌های رادیویی - اما برای آشنایی با خواست عمومی ژاپنی‌ها طرح همه پرس‌ساز شونده‌ها را پی‌ریزی کردند. در پایان دوره اشغال، دست‌اندرکاران رادیو با آموزش دموکراسی نه به عنوان کاری تبلیغی بلکه به عنوان ابزاری بخشی از وظیفه شهروندی در یک سیستم رادیویی، به حل و فصل تضادها پرداختند.

رادیو در جنگ جهانی دوم نقش مهمی را ایفا کرد. این، رادیو بود که در کشورهای مختلف مردم را از آنچه که در جبهه‌های جنگ رخ می‌داد مطلع می‌ساخت، به خصوص رادیو اگزیس (Axis) که برای کشورهای متحد به عنوان یک ابزار مهم تبلیغاتی محسوب می‌شد. آمریکایی‌ها به کارایی تبلیغات رادیو اگزیس توجه خاصی داشتند که این توجه به تأسیس دفتر اطلاعات جنگ و صدای آمریکا منجر شد؛ این دفتر برای کشورهای اشغال شده توسط نازی‌ها تبلیغاتی را به نفع متحدین هدایت می‌کرد. از طرف دیگر سیستم‌های تبلیغاتی رادیویی ژاپن مثل توکیو و ونه تنها در مقابل گروه‌های آمریکایی متغیل نبودند بلکه همواره باعث

عصبانیت آمریکایی‌ها می‌شدند و این اندیشه را متجلی می‌کردند که رادیو وسیله تبلیغاتی بسیار ارزشمندی است. در سپتامبر ۱۹۴۵ پس از طراسی نقشه تصرف غیرمستقیم، ژنرال

داگلاس مک آرتور به ژاپن وارد شد. بر اساس این طرح قرار بود فرماندهان ارشد متحدین (SCAP) برای اصلاح جامعه و فرهنگ این کشور اداره سازمان‌های موجود در ژاپن را بر عهده بگیرند. مدارک و نقشه‌های اولیه نشان دهنده جزئیات دقیق سیستم رادیویی ژاپنی‌ها

تجاری کردن رادیوی ژاپن و نسبت دادن آن به آزادی، یکی از چالزترین زوایای اعمال سیاست اشغال در رادیوی ژاپن است.

بود این مدارک نشان می‌داد که تمام ایستگاه‌های رادیویی توسط اتحادیه رادیویی ژاپن، نیون هوسو کیوکای (NHK) که یک سازمان دولتی بود اداره و کنترل می‌شد. تجمیع اطلاعات و آموزش (CIE) در داخل

SCAP واحد رادیویی ایجاد کرد (که بعداً شاخه رادیو نامیده شد) تا با همکاری NHK در زمینه ارائه منظم و تخصصی چهار موضوع ذیل فعالیت کند:

- ارائه اطلاعات کامل درباره اهداف و دستورات
- سرویس خبری دقیق و منظم
- تبیین موضوعات با اهمیت کشور توسط ناظران با تجربه
- پرداختن به موضوعات آموزشی، فرهنگی و تفریحی که در نظرسنجی‌های مردمی مشخص شده است.

لحن دستوری اشغالگران از همان ابتدا کاملاً هویدا بود، به گونه‌ای که شونده‌های ژاپنی مایل به شنیدن صدای آنها از رادیو نبودند.

ژاپنی‌ها در هفته‌های اول اشغال رسمی رادیو، ساختار کلی سیستم ترکیبی نویسی را ارائه نمودند که در برگیرنده شبکه دولتی NHK و همچنین ایستگاه‌های تجاری بود. به SCAP ارائه نمودند، آنها تصور می‌کردند آمریکایی‌ها که به‌شتر قدرت SCAP را در دست دارند مایل به پایه‌ریزی یک سیستم رادیوی تجاری‌اند، اما SCAP تا ماه دسامبر نسبت به این موضوع واکنشی نشان نداد و بعد از آن ساختار مجدد NHK را پی‌ریزی نمود.



یوشیمی یوچی کاوا - مورخ معروف ژاپنی - می گوید، شیروهای اشغالگر برای کنترل بهتر مناطق اشغالی دزبانی ادامه کار NHK بودند. شعبه رادیویی **تیمن اطلاعات** و آموزش تصریح کرد که اقتصاد ژاپنی‌ها آماده حمایت از ایستگاه‌های تجاری نیست و معتقد بود که وجود یک رادیوی ملی انحصاری برای بخش تبلیغات ایده‌آلی ضروری است. در اواخر دوران اشغال ملی ماکراتنی که بر سر فوالتسین جدید رادیویی ژاپنی صورت گرفت، SCAP اجازه داد یک سیستم رادیویی تجاری را امتحان شود. فقدان ایستگاه‌های تجاری در ژاپن مانع از آن نشد که شعبه رادیویی CIE عقاید سرمایه‌داری را بر NHK تحمیل نکند. با وجود اینکه سیاست اولیه اشغالگران (یعنی رواج تبلیغات در رادیو، تجاری کردن رادیو و آموزش دموکراسی) در آن به خوبی عملی نشد، اما انگیزه اصلی مسئولان رادیو متعینین که کنترل و سانسور شدید برنامه‌ها بود محقق شد. بخش سانسور شهری (CCD) طی دوران اشغال وظیفه سانسور را در تمام رسانه‌های ژاپن برعهده داشت. از همان ابتدا برنامه‌ریزی برای سانسور اخبار شهری آغاز شد و این سانسور شامل موضوعاتی می‌شد که بخش آنها با متنوع بود یا حساسیت‌های خاصی را برمی‌انگیخت. به گفته جان‌اتو، سانسور SCAP چنان بدون عیب و نقص بود که ماهرانه اعلامیه پندام و قانون اساسی ژاپن را نقض کرده‌است. سانسوری که بنابر انتضای طبیعت نامحسوس و دور از چشم مردم ژاپن بود. کانترین لوئر و داکلاس بوید (Boyd) در مقاله جالب خود با عنوان **کنترل آمریکای اشغالگر بر رادیوی ژاپن** به تفصیلهای موجود در سیاست سانسور و کنترل فراطبیعی رادیو توسط نیروهای متحد، به خصوص سازمان‌های CIE و CCD می‌پردازند و خاطر نشان می‌کنند که این عمل در ابتدا با ترس و بی‌اعتمادی ژاپنی‌ها و سپس با وحشت و بی‌اعتمادی کمونیسم مواجه شد. اشغالگران با اعمال سانسور و دیگر اشکال کنترل می‌خواستند مطلب را به مردم بفهماند.

که رادیو متعلق به اشغالگران است. مسئولان SCAP درحالی‌که نفاظر به دمکراتیزه کردن رادیوی ژاپن می‌کردند، اما به شدت محتوای برنامه‌های بخش را تحت کنترل خود داشتند. لوئر و بوید داستان جالبی را در این زمینه تعریف می‌کنند (این ماجرا اولین بار طی مقاله‌ای از ای کی کوگو در ژاپن چاپ شد) که روزی مسئولان رسانه‌ای ژاپن به این موضوع که متصدیان سانسور در تور جنگ می‌دمند و مانع از شکوفایی دموکراسی می‌شوند اعتراض کردند. اما مقامات SCAP با مصیبت پاسخ دادند که آنها به علت تمایلی که به پیشبرد دموکراسی در رسانه دارند دست به اعمال سانسور می‌زنند. NHK پیش از بخش برنامه‌ها نسخه‌ای از متن را به CCD ارائه می‌کرد. مأموران سانسور CCD آن را به دقت بررسی می‌کردند و برنامه در حال بخش را نیز برای کنترل دقیق اجرای برنامه می‌شنیدند.

CIE و CCD هر دو در زمینه کنترل برنامه‌های رادیویی در ژاپن فعالیت می‌کردند، اما CCD در ظاهر مأمور کنترل و حذف افکار ضد دموکراسی بوده‌درحالی‌که CIE از طریق نفوذ خود در برنامه‌سازی،

آمریکایی‌هایی که مسئول تغییر شکل رادیو بودند تنها به تجاری شدن و خصوصی‌سازی فکر می‌کردند و این نقیصه در رویکرد جدید برنامه‌سازی رادیوی ژاپن کاملاً به چشم می‌خورد.

مروج افکار به اصطلاح آزادی‌خواهانه بود. فعالیت‌های سانسوری CCD نیاز به یک سازمان متمرکز رادیویی داشت، اما از آنجایی که فعالیت‌های CIE با برنامه‌سازی سروکار

داشت قابل قیاس با رادیوی آمریکا می‌شد و این بدین معنا بود که سیستم تجاری و نامتمرکز رادیویی از دموکراسی بیشتری برخوردار است.

در فعالیت‌های CIE میان تبلیغات، تجاری شدن و دموکراسی ناهماهنگی وجود داشت. CIE در میان برنامه‌های آموزشی خود برای کارکنان رادیوی ژاپن تنها در ایجاد یک سیستم متمرکز، تحت کنترل و غیردموکراتیک موفقیت‌هایی کسب کرده بود و این برنامه آموزشی را به دولت انجام می‌داد؛ زیرا اولاً می‌دانست که رادیوی فعلی ژاپن با سیستم تجاری پاسخ‌گویی شونده‌ها نیست و ثانیاً با تجاری شدن رادیوی ژاپن، این رادیو با رادیوی تجاری آمریکا قیاس می‌شد و اشتباهات و اشکالات رادیوی وابسته به دولت برملا می‌شد.

CIE معتقد بود که در دوران اشغال، کارمندان رادیویی ژاپن مهارت و آمادگی لازم برای انجام کار رادیویی را ندارند. در گزارش که CIE در سال ۱۹۴۸ منتشر کرده آمده بود: «ژاپنی‌ها هنوز از فنون ابتدایی رادیو نیز بی‌خبرند. بر این اساس آموزش کارکنان از طریق فرستادن مطالب و اسناد از آمریکا، برپایی کارگاه‌های آموزشی در ژاپن و اعزام آنان به آمریکا جهت بازدید از رادیو آمریکا صورت می‌گرفت.

مسئولان آمریکایی CIE این حقیقت را از یاد برده بودند که ملبران رادیویی ژاپن تا سال ۱۹۲۵ یک سیستم رادیویی را اداره می‌کردند و از منافع تبلیغاتی سرتاز آن برای جنگ و مردم با موفقیت تمام استفاده می‌کردند. پیش از اینکه اشغال رنگ تبعیض نژادی بگیرد، آمریکایی‌ها این عقیده را ترویج می‌کردند که اشغال یک عمل بجا و درست است، و با این کار ذهنیت برنامه‌سازان رادیوی ژاپن را منحرف ساختند، و به این بهانه که ژاپنی‌ها چیزی از یک سیستم رادیویی حقیقتاً دموکراتیک نمی‌دانند، نیت خود را عملی کردند. آنها می‌گفتند، سیستمی که بدون کنترل مسئولان باشد، در بافتن نیازهای شونده‌ها آزاد است و این سیستم، یک



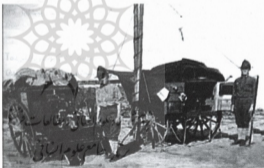
سیستم تجاری است دوره‌های آموزشی که در ژاپن برگزار شد با القای این تفکر بود که CIE روش صحیح هدایت یک ایستگاه رادیویی را می‌داند، اما ژاپنی‌ها پیش پا افتاده‌ترین اطلاعات مدیریتی در زمینه هدایت رادیو را ندارند. در چنین فضایی CIE هشت سخنرانی در زمینه اصول اولیه رادیو با عنوانی چون: (مسائل کلیدی، زمان‌بندی برنامه و بخش) تهیه و بخش کرد.

در سال ۱۹۲۹، CIE شش کارمند ژاپنی NHK را به دبیرخانه تحقیقات اجتماعی - کاربردی پاول لازارسفد در دانشگاه کلمبیا فرستاد تا از نزدیکی با چگونگی عملکرد رادیویی آمریکا آشنا شوند؛ اما این دانشگاه در برنامه خود به جای رادیویی تجاری بر مسائل آموزشی تأکید داشت و از این جهت رضایت خاطر CIE جلب نمی‌شد. هیئت نمایندگی ژاپنی‌ها این دوره را که با سرمایه‌گذاری مؤسسه واکازو بود و مشابه آن یک سال قبل از آن برای آلمانی‌ها برگزار شده بود طی کرد. ژاپنی‌های اعزام شده پنج هفته در دانشگاه کلمبیا به سربردند و چندین ماه نیز از

فعالیت در زمینه رادیویی آموزشی در آمریکا از استرس بالایی برخوردار است و... این تنها بخشی از رادیویی آمریکا و گوشه کوچکی از فعالیت‌ها در مقایسه با ایستگاه‌های محلی و شبکه رادیویی تجاری است.

هریک پادآور شد که شش ژاپنی شرکت‌کننده در این دوره معتقدند: «فعالیت آموزشی بیش از حد دارای استرس است» و نازمانی که آنها به برنامه‌سازی شبکه‌ای، خبر و تولید علاقه‌مندند. فعالیت در زمینه آموزشی برای آنان اتلاف وقت است. لازارسفد دوره‌ای را برای کارمندی که در حیطه یک سیستم رادیویی دولتی فعالیت می‌کنند، برگزار کرد.

با وجود اینکه CIE معتقد بود کارمندان NHK برای بالا بردن مهارت‌هایشان در یک سیستم تجاری نیازمند آموزش هستند، اما هنگام شروع فعالیت برنامه‌سازی رادیویی سعی کرد تمامی برنامه‌های تبلیغاتی و حتی نگارش متون آنها را شدیداً کنترل کند، در حالی که بعدها با زحمت در برنامه سازان NHK از فنون تجاری برای آمریکایی‌کردن رادیویی



ژاپن بهره گرفت. اگر بخوایم در این فرایند به تبلیغات پنهان در برنامه‌سازی نظر کنیم، برنامه **حالا می‌توان گفت** نمونه خوبی است. بخش این برنامه که در دسامبر ۱۹۲۵ آغاز شده بود، ۱۰ هفته به طول انجامید، هدف این برنامه

که توسط CIE نوشته و تولید شده بود. القای نظر آمریکایی‌ها به مردم ژاپن در خصوص حقایق جنگ بود.

CIE با رانداندازی این برنامه قصد داشت برای مردم ژاپن موضوعاتی از قبیل: عوامل اصلی شکست آنان، مقصود اصلی جنگ، نقش نظامیان در رنج و محرومیت ژاپنی‌ها و اهداف لشغال نظامی توسط نیروهای متحد را به شیوه آمریکایی تفسیر و توجیه کند.

برنامه **حالا می‌توان گفت** در حقیقت ارائه حقایق را مد نظر نداشت، بلکه قصد داشت از طریق رادیو عقابیت اشغال را به ژاپنی‌ها بقبولاند. هنگامی که این برنامه به پایان رسید، برنامه دیگری جایگزین آن شد که برنامه‌ای پرش و پاسخ، با عنوان **جعبه حقایق** بود. CIE در این برنامه از سبک نوشتار آمریکایی استفاده کرد و پیام برنامه را در روح ژاپنی‌ها رسوخ داد و با آنان دست همانند یک کالای تجاری برخورد کرد. برنامه‌های آمریکایی با آنگهی‌های تحریف شده و شیوه برنامه‌سازی که مصرف‌گرایان را وراج می‌داد، هم مبلغ فروش کالا بود و هم مروج روش زندگی، مسئولان CIE به جای کالا، دموکراسی آمریکایی را می‌فروختند و براین باور بودند که برنامه‌های آنان می‌تواند عقاید خاصی را به مردم القا کند و شیوه نگرش آنان را تغییر دهد.

با وجود اینکه برنامه **حالا می‌توان گفت** در ساعات پرشنونده رادیو بخش می‌شد اما CIE قصد داشت هر بخش را به گونه‌ای جلوه دهد که گویی یک برنامه تبلیغی است. مثلاً در اخبار ساعت هفت از شنونده‌ها سؤال می‌کرد که آیا شما برنامه **حالا می‌توان گفت** را شنیدید؟ این درست همان سوالی است که شنونده‌های این سلسله برنامه‌های مهیج از دوستان خود می‌پرسند. و یا در اخبار ساعت ۹:۳۰ به شنونده‌ها می‌گفت: «مردم در همه جا درباره این برنامه جدید صحبت می‌کنند. برنامه **حالا می‌توان گفت** همان برنامه‌ای است که حقیقت جنگ را برای شما آشکار می‌کند. حقایقی درباره نظامیان و رهبران مردمی که ژاپن را به سوی جنگ کشاندند.

برنامه **حالا** می توان گفت دومین فصل از برنامه های مهیج خود را همین یکشنبه ساعت هشت آغاز می کند. با ما در این ساعت همراه باشید. اما در صحبت های شونده های ژاپنی تنفر و ازتراج از این برنامه موج می زد.

شواهد متعددی در شایعه رادیویی CIE وجود دارد که نفرت شونده های ژاپنی را از این برنامه نشان می دهد. در یک سند رسمی که در سال ۱۹۷۷ منتشر شد آمده است: «این برنامه برای مردمی که هنوز شکست خود را باور نداشتند، مانند یک شوک بوده، و با محتوای اصلی ۳۰۰ نامه که برای NHK ارسال شده بود در محور تفریح این برنامه دور می زد. در یک سند NHK آمده است: «در ابتدا مسئولان CIE چنین عکس العمل هایی را نشانه تأثیر گذاری برنامه ها می پنداشتند اما چندی بعد برنامه **حالا** می توان گفت برای پایان دادن به واکنش های منفی مردم پایان یافت. مارلین مایو- مورخ این دوران- خاطرات و مدارک بسیار جالبی را گردآوری کرده که نشان می دهد به رغم انکار مسئولان CIE این گونه برنامه های آمریکایی واکنش منفی مخاطبان ژاپنی را برانگیخته بودند.

ژاپنی ها اطلاعات ارائه شده در این برنامه را باور نمی کردند. در گزارش NHK آمده است: «محتوای این برنامه ها برای مردم بسیار دور از واقعیت بود، موضوعاتی که آمریکایی ها ارائه می کردند موضوعاتی عجیب و غریب باور بود. بسیاری از مردم که اولین بار چنین موضوعاتی را درباره کشورشان می شنیدند، حتی دچار دردهای جسمانی می شدند.

مسئولان CIE واکنش منفی مردم ژاپن به برنامه **حالا** می توان گفت ناشی از استفاده نکردن از سلفه و تعریف در این گونه برنامه ها می دانستند در یکی دیگر از گزارشات CIE این برنامه مطابق دقیق ترین سنن برجسته آمریکایی قلمداد شده و عنوان شده بود که مردم در نامه های لسانی خود متذکر می شوند که نمی توانند برنامه را به خوبی دنبال کنند. زیرا سرعت آن زیاد است و ضمناً از برنامه سازان خواسته بودند که در

زیر کلام، موسیقی بخش نکند؛ زیرا آنها نمی توانند تمرکز داشته باشند.

برنامه **حالا** می توان گفت ترکیبی از بخش های کوتاه بود که در آمیزه ای از گویندگی و موسیقی برای شونده ها خاطرات ملموس و لحظات به یادمانشی را فراهم می آورد. این نوع برنامه سازی ملهم از برنامه موفق **پشروی** زمان در رادیوی آمریکا بود که توسط روزنامه تابع حمایت می شد و **صدای آمریکا (VOA)** از این گونه برنامه ها

برای اولین بار در تاریخ رادیویی

ژاپن یک بررسی مستمر علمی از

شونده های رادیویی در حال

شکل گیری است و این رادیو به

جایی رسیده که با اتکا به نتایج این

بررسی مستمر، برنامه های کم

شونده را حذف می کند و به جای

آنها برنامه های دیگری جایگزین

می نماید.

به عنوان الگوی برنامه سازی در رادیویی اروپایی، غلظه تلسیس خود در زمان شغال نازی ها استفاده می کرد و دفتر اطلاعات جنگ (OWI) نیز تبلیغات اولیه خود را از این طریق انجام داد.

برنامه **حالا** می توان گفت که توسط CIE ارائه می شد درست مثل نمایش های رادیویی نوومن کوروی، وودسون ولز و چان هاسن به دنبال ایجاد تلسیس بود که در آن تلسیس و مستند با هم ترکیب می شد. برنامه ها این **حقایق را حفظ کردیم** کوروی که از سوی دفتر سابق OWI جهت بزرگداشت صد و پنجاهمین سالگرد **زندگ حقوق (Rights Bill)** به اجرا درمی آمد مسلماً بهترین نمونه این گونه برنامه سازی ها بود. تمام شبکه های رادیویی آمریکا هشت روز پس از حمله ژاپنی ها در پل هاروی این برنامه را به صورت اتفاقی بخش کردند. این برنامه که ترکیبی از

کلام، نالذ، موسیقی، نمایش و وقایع بود این حقیقت را به دست اندرکاران رادیو تجاری باوراند که تبلیغات سیاسی (پروپاگاندا) با رادیویی تجاری همخوانی کامل دارد. مورخان مانند جرهارد هورن ارتباط بین پروپاگاندا که از سوی دولت تهیه می شود و تبلیغاتی را که در برنامه های تجاری پخش می شود، این گونه بیان می کند: «طی جنگ جهانی دوم رادیوی آمریکا درهمانگ ساختن سرگرمی و تفریحات، آگهی ها و پروپاگاندا به بهترین شکل عمل کرده.

صدای آمریکا (VOA) مدت ها پیش از پایان جنگ، نمایش های مستند تبلیغاتی را که بسیار شبیه برنامه **حالا** می توان گفت بودند، از فهرست برنامه های خود حذف کرد زیرا چنین برنامه های، تبلیغات نازی ها را در ذهن شونده ها تقاضی می کرد. OWI از تولید برنامه های مستند نمایشی فاصله گرفت و به سوی ترکیب تبلیغات سیاسی با شوها و برنامه های متنوع حرکت نمود.

ژاپنی ها که مردمی نادان بودند - درست مانند مبارزان فرانسوی که از رادیو VOA متفر بودند - برنامه **حالا** می توان گفت را بسیار نزدیک به تبلیغات سیاسی (پروپاگاندا) دولت آمریکا می دانستند؛ زیرا پیش از این چنین برنامه هایی را شنیده بودند. گوردون فانیل در مقاله ای که موضوع آن تبلیغات فیلم و رادیویی ژاپن طی جنگ جهانی دوم بود، می نویسد: «یکی از مهم ترین نقاط قوت NHK در برگزاری دوره های هماهنگ شده بود تا تأکید و اسرار مجددی بر روی زوایای خاصی از جنگ داشته باشد... اینک ها، کارهای ادبی، نمایش، صحبت ها و نشست های یک روز از برنامه های این رادیو به گونه ای بود که گویی زوایای خاص نبرد ژاپن را تشریح و احساسات را برمی انگیزد... کارمندان رادیویی ژاپن بر این باور بودند که مخاطب آنها به میزان بسیار بالایی جدی است.

در گزارشی که NHK درباره هفته ملی سیخ فکری منتشر کرد، آمده بود که در این هفته شعر و موسیقی اجرا شد، سخنرانی هایی انجام گرفت و در کنار آن یک برنامه رادیویی





برنامه معروف **حالا می توان گفت کاملاً** برهم ریخت؛ زیرا این برنامه وظیفه بسیار مهمی را در ارائه اصول اولیه دموکراسی آمریکایی به مردم ژاپن از طریق سرگرمی ایفا کرده است. CIE. چنین توضیح می دهد:

با نام **کمانی** به سوی **فصل** ساخته شد که همگی دارای موضوعاتی به هم پیوسته و مرتبط بودند.

برنامه **حالا می توان گفت** با دستاویز قرار دادن هویت شناخته شده رادیو به عنوان یک وسیله بسیار خوب برای تبلیغات، هم به دنبال ارائه اطلاعات بود و هم قصد داشت حقانیت این اطلاعات را برای شنونده‌ها ثابت کند. CIE قصد داشت با ارائه این برنامه، الگویی برای اولین تجربیات تبلیغاتی آمریکا (که از رادیوی تجاری نشئت گرفته بود) مطرح کند. در طول جنگ، سلاح تبلیغات سیاسی دولت آمریکا به سمت ژاپنی‌ها شانه رفته بود اما آنان از پذیرش هر گونه تبلیغات رادیویی تحت کنترل مسئولان آمریکایی و تأمین‌کننده‌های منافع آنان بیزار بودند و

در سال ۱۹۴۷، NHK در بیانیه‌ای تصریح کرد که در برنامه‌ها از حضور مردم بیشتر استفاده می‌شود، زیرا بر این باور است که رادیو از مردم و برای مردم است و هرگز نمی‌توان نقش رادیو را در هدایت مردم ژاپن به سوی دموکراسی نادیده گرفت.

هلی جنگ قبلی در آمریکا رادیو با برنامه‌هایی که به صورت غیرمستقیم اطلاع‌رسانی می‌کردند از مبارزات مسئولان حمایت می‌کرد مسلماً این روش تنها راه ممکن برای تأمین منافع رادیو تجاری است؛

زیرا در غیر این صورت منابع مالی این رادیو برای برنامه‌سازی تأمین نخواهد شد و آگهی‌دهنده‌های قلیلی از برنامه‌های اطلاع‌رسانی استقبال خواهند کرد. بنابراین طبیعی است که در ژاپن اطلاع‌رسانی در لوای برنامه‌های تفریحی هم دوام بیآورد.

البته ژاپنی‌ها به این گونه برنامه‌ها نه به عنوان سرگرمی بلکه به عنوان تبلیغ گوش می‌دادند. چنان‌که SCAP در یکی از گزارشات خود تصریح می‌کند که نامه‌های زیادی درخصوص برنامه **چاهه چیهیبه** دریافت کرده که در آنها این برنامه به سبب تبلیغات برای منافع آمریکا مورد حمله شدید قرار گرفته و از اینکه مسئولان NHK در مقابل آن موضع می‌بهم و ضعیفی داشته‌اند انتقاد شده است. SCAP طی دوران اشغال هم بر هدفمندی تبلیغات سیاسی رادیو ژاپن نظارت و کنترل داشت و هم در ترویج حس برنامه‌سازی تجاری می‌کوشید، اما پس از پخش برنامه **حالا می توان گفت** این سیاست کتاری به هم

خورد؛ زیرا CIE برنامه‌هایی را با حضور مخاطبان اجرا کرد که در آنها محتوای ایدئولوژیکی برنامه‌ها کنترل می‌شد و در کنار آن جلوه‌های پررنگی از تجاری شدن به چشم می‌خورد. این برنامه‌ها بر این اصول فکری استوار بود که برای شکوفا شدن دموکراسی، ژاپنی‌ها باید بیاموزند که به عقاید و نظریات تک تک افراد احترام بگذارند. برنامه‌هایی که از سوی CIE و در حضور مخاطبان اجرا می‌شد مختلف بود و کارهای نسخه‌برداری شده از مسابقات کوتاه رادیویی به سبک آمریکایی، مصاحبه‌های خیابانی با مردم و میزگردهای مسئولان برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های شهروندان را در برمی‌گرفت. عنوان این برنامه‌ها **دوازده** **دوازده** (نسخه دیگری از برنامه آمریکایی **دوازده سوال و سرحشمه دانش** الگو گرفته از **لفظاً اطلاعات** بود که شنونده‌ها را ترغیب می‌کرد تا سوالات خود را برای کارشناسان بفرستند؛ برنامه دیگر **رقابت هوش آموذوب** که حریفان بسیاری را طلبید، و همچنین برنامه‌های جدی‌تری مثل **فری در خیابان**

و یا شورای میزگرد که به صورت زنده پخش می‌شد و از شنونده‌های ژاپنی می‌خواست پرسش‌های خود را از مسئولان حاضر در استودیو مطرح کنند. از جمله این برنامه‌ها

حضور مردم عادی ژاپن در این برنامه‌ها و طرح آزادانه افکارشان در رادیو باعث شد که رادیوی تجاری، البته از نوع آمریکایی آن، محقق شود که بدین ترتیب اندیشه‌های دموکراتیک و البته سودجویانه آمریکا در رادیو ژاپن تثبیت می‌شد.

بود. یک روزنامه ژاپنی درباره برنامه فردی در خلبان چنین نوشت:

بسیار شگفت‌انگیز است که می‌بینم تغییرات صورت گرفته به نفع مردم است، در حالی که قبلاً گزارشگران مجبور بودند مردم را برای گرفتن مصاحبه متقاعد کنند. اما امروزه مردم برای صحبت کردن در برابر میکروفون سر از پا نمی‌نمایند. به عبارت دیگر افرادی از این جامعه که حرف زدن را نوعی نقیضت می‌دانستند، اکنون دیدگاهشان کاملاً عوض شده است و این افرایق‌آمیز نیست که بگوییم برنامه فردی دو خلبان در این تغییر سهیم بوده است.

حضور مردم عادی ژاپن در این برنامه‌ها و طرح آزادانه افکارشان در رادیو باعث شد که رادیوی تجاری، البته از نوع آمریکایی آن، محقق شود که بدین ترتیب اندیشه‌های دموکراتیک و البته سودجویانه آمریکا در رادیو ژاپن تثبیت می‌شد.

در سال ۱۹۶۷، NHK در بیانیه‌ای تصریح کرد که در برنامه‌ها از حضور مردم بیشتر استفاده می‌شود. زیرا بر این باور است که رادیو از مردم و برای مردم است و هرگز

نمی‌توان نقش رادیو را در هدایت مردم ژاپن به سوی دموکراسی نادیده گرفت. بنابراین NHK که در دوران اشغال زیر نفوذ آمریکای بود از این سیاست که آنچه چیزی باید برای مردم تهیه شده به این سیاست که شنونده‌ها چه چیزی را می‌پسندند تغییر موضع داد.

با نگاهی به رادیوی ژاپن تحت اشغال می‌بینیم که چگونه سیستم رادیوی تجاری شده آمریکایی در میان مردم جا باز کرد که آمریکایی‌ها به رادیویی جز رادیوی تجاری فکر نمی‌کردند. یعنی در حالی که عقاید خود را به ژاپنی‌ها القا می‌کردند و از آن دفاع می‌نمودند، مروج دموکراسی تجاری شده‌ای نیز بودند که براساس آن سرنوشت مردم ژاپن با سرمایه و بازار فروش رقم می‌خورد.

برای نمونه برنامه‌هایی که مخاطب حضوری داشت، تغییر سیاست آمریکا را از برنامه‌سازی تحت کنترل شنونده‌ها نشان می‌داد. آمریکایی‌ها معتقد بودند که تنها یک سیستم تجاری می‌تواند حقیقتاً دموکراتیک باشد؛ زیرا برخوایسته‌های شنونده‌ها تا آنجا که می‌تواند اما این دیدگاه کاملاً نادرست است؛ زیرا در یک سیستم خصوصی این منافع تجاری است که به جای دولت خواست مردم را تعیین می‌کند. آمریکایی‌ها فکر می‌کردند که یک سیستم تجاری در مقایسه با یک سیستم دولتی تمایل بیشتری بخداست به مردم دارد. صورتی که آنها از دیدگاه مشکلات خویش عاجز بودند. آمریکایی‌هایی که مسئول تغییر شکل رادیو بودند تنها به تجاری شدن و خصوصی‌سازی فکر می‌کردند و این ترفیضه در رویکرد جدید برنامه‌سازی رادیوی ژاپن کاملاً به چشم می‌خورد.

CIE از همان ابتدا معتقد بود که NHK باید بررسی آماری دقیق‌تری از جمعیت شنونده‌ها داشته باشد تا از این طریق به شمار مخاطبان خود پی ببرد و برنامه‌های بر جایزه از دیدگاه شنونده‌ها را شناسایی کند. ارتباط میان نظرسنجی و عواری تجاری آمریکایی‌ها به خوبی مشهود بود. نیویورک

تا به امروز در مقاله‌ای با عنوان تلاش‌های اشغالگرانه برای اصلاح رادیوی ژاپن نوشت: هم‌اکنون مشکل اساسی، کشف حلقه‌های این جمعیت ۳۰ میلیونی است. پیش از این هر آنچه را که از ایات برای آنها می‌پسندید پخش می‌کردند... از آنجایی که آمریکایی‌ها در گذرش فنون رادیویی، بیشتر فروخته شده بودند تا هنرپرور، برای آنان سوء استفاده‌های ملموس در الگوهای فرهنگی رادیوی ژاپن امری طبیعی بود.

اما قبل از انجام یک نظرسنجی با کیفیت و علمی باید چندین مسئله در ارتباط با رادیوی ژاپن روشن می‌شد. براساس استناداردهای آمریکایی به تنظیم وقت رادیوی ژاپن اهمیتی داده نمی‌شد. در اگوست ۱۹۴۷ در گزارش رئیس شعبه رادیویی CIE آمده بود که کل سیستم NHK به کنترل مرکزی و ساعت‌های هماهنگ شده نیازمند است و تا آنجایی که او ملاحظه کرده است در رادیو توکیو بجز در اتاق کنترل اصلی در استودیوها و اتاق‌های کنترل دیگر، ساعت دقیقی وجود ندارد و کل

رادیوی دولتی علاقه چندانی به زمان‌بندی دقیق برنامه‌ها نداشت اما یک سیستم تجاری شده رادیویی، آمریکایی‌ها را ناگزیر از زمان‌بندی دقیق برنامه‌ها کرده بود؛ زیرا در یک مدل تجاری شده متولیان رادیو، زمان را می‌خرند و بر نحوه خرج شدن پول خود نظارت می‌کنند.

سیستم با ساعت مهندسان اداره می‌شود. رادیوی دولتی علاقه چندانی به زمان‌بندی دقیق برنامه‌ها نداشت اما یک سیستم تجاری شده رادیویی، آمریکایی‌ها را





ناگزیر از زمان بندی دقیق برنامه‌ها کرده بود زیرا در یک مدل تجاری شده متولیان رادیو، زمان را می‌خرند و بر نحوه خرج شدن پول خود نظارت می‌کنند. علاوه بر آن جهت بالا بردن میزان درآمد خود در زمان‌های خاص بر روی مخاطبان نظرسنجی‌های علمی انجام می‌دهند.

آمریکایی‌ها زمان تلف شده در رادیوی ژاپن را وحشتناک توصیف می‌کردند. مدیر CIE در یکی از اولین سخنرانی‌های خود که در اکتبر ۱۹۷۵ ایراد کرد، گفت:

من به هر جهت قصد دارم رادیوی ژاپن را آمریکایی کنم. هدف من برآورد نیازهای مردم ژاپن است. آن گونه که من فهمیده‌ام، NHK برای درک سلیقه مردم ژاپن تلاش نمی‌کند... احساس ناخوشایندی که از گوش دادن به رادیوی ژاپن به انسان دست می‌دهد ناشی از اتلاف وقت فراوان در آن است. باید بگویم برنامه‌هایی که به‌طور متناوب به‌دنبال یکدیگر ردیف می‌شوند، فاقد قدرت لازم برای جذب شنونده‌اند.

البته CIE هم قبول داشت که شنونده ژاپنی اتلاف وقت در برنامه‌ها را می‌پسندد. در یکی از گزارشات CIE آمده بود: شنونده ژاپنی با فزون پیچیده رادیویی آشنا نشده است. بنابراین اغلب پس از یک کلام رادیویی برای درک مفهوم آن، فرصتی پنج دقیقه‌ای را طلب می‌کند. شوک وارده به آمریکایی‌ها از زمان تلف شده‌ای که قابل فروش هم نبود باعث شد تا آنها مغلوب خواسته‌های شنونده‌های ژاپنی شوند.

سیستم ریمبه که زمان بخش برنامه‌ها را به بخش‌های ۱۵ دقیقه‌ای تقسیم کرده و به گونه‌ای نوآوری محسوب می‌شده، بیش از حد مورد تفر ژاپنی‌ها بود. اگر گزارشات NHK را بررسی کنیم، می‌بینیم که این سیستم در ابتدا از سوی مسئولان این مؤسسه مورد مخالفت قرار گرفت؛ زیرا تلفیق و بخش برنامه‌ها را با محدودیت روبه‌رو می‌کرد. اما CIE در پاسخ به مخالفت NHK اعلام کرد که این یک سیستم دارای استاندارد جهانی است و برای برنامه‌سازی آسان و مستمر طراحی

شده است. بنابراین باز دیگر چنین سیستمی خارج ازعلائق شنونده‌ها شکل گرفت تا بتواند زمان را بر اساس استدلال عقلی خود به متولیان بفروشد. وجود چنین سیستمی جز برای ایجاد رادیوی تجاری خصوصی توجیبه نداشت. هر چند که این سیستم عملاً جایگاه خود را در رویدادسازی رادیوی ژاپن به دست رساند.

برنامه‌سازی مبتدع سیستم ریمبه باعث شد تا نظرسنجی‌هایی که مورد نظر CIE بود، راحت‌تر صورت گیرد. آمریکایی‌ها با تلاشی

شده است. بنابراین باز دیگر چنین سیستمی خارج ازعلائق شنونده‌ها شکل گرفت تا بتواند زمان را بر اساس استدلال عقلی خود به متولیان بفروشد. وجود چنین سیستمی جز برای ایجاد رادیوی تجاری خصوصی توجیبه نداشت. هر چند که این سیستم عملاً جایگاه خود را در رویدادسازی رادیوی ژاپن به دست رساند.

برنامه‌سازی مبتدع سیستم ریمبه باعث شد تا نظرسنجی‌هایی که مورد نظر CIE بود، راحت‌تر صورت گیرد. آمریکایی‌ها با تلاشی

با وجود اینکه رادیوی ژاپن تاکنون تجاری نبوده و متولی خصوصی نداشته اما بررسی‌های دقیق نشان می‌دهد که رقابت برنامه‌سازان در این رادیو روند صعودی داشته و مخاطبان خود را از ثمرات این رقابت بهره‌مند ساخته است.

مندرجات این جزوه، هم به زبان انگلیسی و هم به زبان ژاپنی بود و اطلاعاتی را در زمینه ارتباط آماری موضوعات و مخاطبان برنامه‌ها ارائه می‌داد.

در حالی که در ظاهر، این نظرسنجی‌ها شائبه تجاری نداشت، اما این امر مسلم بود که سران اشغالگر این نظرسنجی‌ها را برای ارائه به متولیان تبلیغاتی انجام می‌دهند. سیستم رادیویی انگلیسی که در سال ۱۹۳۶ بخش تحقیقات مربوط به شنونده‌ها را راه اندازی کرده بود، قصد داشت بداند که چه شنونده‌هایی در چه ساعاتی به این رادیو گوش می‌دهند.

البته انگیزه اولیه BBC برای نظرسنجی

شنونده‌ها از درگیری‌های دهه ۱۹۳۰ نشأت می‌گرفت؛ وقایعی که باعث شد رادیوی آمریکا در نسبت بخش موسیقی کلاسیک به جاز تجدیدنظر کند. بررسی‌های **NHK** با هدایت **CIE** کمی فراتر از بررسی‌های **BBC** بود که فراوانی شنونده‌های رادیو را در ساعات مختلف بر اساس جنس و منطقه جغرافیایی مشخص می‌کرد؛ زیرا **CIE** علاوه بر نوع برنامه‌ها در مورد برنامه‌های خاص هم از مردم سؤال می‌کرد. برای مثال **CIE** در حدود ۲۲ تحقیق در سال انجام می‌داد که در خلال آنها هم از نوع موسیقی مورد علاقه مخاطبان می‌پرسید و هم از برنامه خاص مورد نظرشان.

البته **CIE** دریافته بود که چنین پژوهش‌هایی از رادیوی تجاری الگو گرفته است. اما معتقد بود که این پژوهش‌ها در **NHK** هم کاربرد دارند. در این زمینه در مقاله‌ای آمده بود:

به این ترتیب برای اولین بار در تاریخ رادیوی ژاپن یک بررسی مستمر علمی از شنونده‌های رادیویی در حال شکل‌گیری است و این رادیو به جایی رسیده که با اتکا به نتایج این بررسی مستمر، برنامه‌های کم شنونده را حذف می‌کند و به جای آنها برنامه‌های دیگری جایگزین می‌نماید. با وجود اینکه رادیوی ژاپن تاکنون تجاری نبوده و متولی خصوصی نداشته اما بررسی‌های دقیق نشان می‌دهد که رقابت برنامه‌سازان در این رادیو روند صعودی داشته و مخاطبان خود را از نمرات این رقابت بهره‌مند ساخته است.

اعطایی به ژاپنی‌ها بیهوده و بی‌اثر به نظر می‌رسد، اما آمریکایی‌ها معتقدند که در نظرسنجی‌ها به ارتباط محکم میان علایق ژاپنی‌ها و رادیوی آزاد پی برده‌اند. در یکی از گزارشات **CIE** آمده بود: «هنوز برای کارمندان رادیوی ژاپن، آزادی، یکی ایده جدید محسوب می‌شود. آنها به این موضوع خوشبین و علاقه‌مندند؛ زیرا رادیو یکی از بزرگ‌ترین ایده‌های مردم و قابل استفاده‌ترین رسانه

برای تسهیل روند آزادسازی ژاپن بوده. تجاری کردن رادیوی ژاپن و نسبت دادن آن به آزادی، یکی از جالب‌ترین زوایای اعمال سیاست اشغال درآوردن ژاپن است. این حقیقت که آمریکایی‌ها تنها در پناه یک رادیوی تجاری و خصوصی می‌توانستند شعار دموکراسی بدهند، راز حضور گسترده رادیو تجاری را در آمریکا بر ملا می‌کند و پرده از فریب کاری‌های این ابرقدرت برای نمایش

اما این امر مسلم بود که سران اشغالگر این

نظرسنجی‌ها را برای ارائه به

متولیان تبلیغاتی انجام

می‌دهند. سیستم رادیویی

انگلیس که در سال ۱۹۳۶

بخش تحقیقات مربوط به

شنونده‌ها را راه اندازی

کرده بود، قصد داشت

بداند که چه شنونده‌هایی

در چه ساعاتی به این رادیو

گوش می‌دهند.

دموکراسی برمی‌دارد.

اصلاحات ناشی از سیلیست‌های اشغالگرانه در رادیو از تغییر برنامه‌سازی به بازیگری مجدد ساختار رادیویی منتهی شد و این موضوع به نتایجی سؤالاتی و غریبانه هویت رادیو مطرح نمود. خاتم کیوکو هیرانو (Kyoko Hirano) در کتاب جالب خود با نام آقای اسمیت با توکیو می‌رود معتقد است که سینمای ژاپن تحت اشغال آمریکایی‌ها به‌طور جامع تقابل میان نیروهای اشغالگر و صنعت سینمای ژاپن را آشکار می‌سازد. او می‌نویسد: «در حالی که سران اشغالگر در محتوا و انتخاب شخصیت‌های فیلم دخالت می‌کنند اما هرگز سخنی از چگونگی اداره

صنعت سینما بر زبان نمی‌رانند؛ آن‌گونه که **CIE** به **NHK** در خصوص اداره کردن رادیو تعلیم داده بود؛ زیرا دیدگاه یک شخص می‌تواند به‌عنوان بررسی یک فیلم محسوب شود (مهم بودن جست‌وجو برای کمیونیت‌ها در صنعت فیلم‌سازی ژاپن و آمریکا از این منظر بود) اما رادیو که رسانه‌ای فراگیر است، حکایت‌دهی گمبزی دارد. همان‌گونه که مایکل هیلمز (Himes) نوشته است: «رادیو صدای یک روایت ملی را بیان می‌کند. برقراری یک سیستم رادیویی دولتی یکی از خطاهای متوالان دولت ژاپن بود؛ زیرا بی‌واسطگی رادیو، حضور دائم و صمیمیت آن، می‌توانست انگیزه خوبی برای شبکه‌سازی اشغالگران باشد تا به آموزش دموکراسی آمریکایی که از اهداف عمده فرهنگی اشغالگران بود اقدام کنند».

بالاخره **CIE** سه هدف خود را در ارتباط با رادیو عملی کرد. این اهداف عبارت بودند از: تبلیغات سیاسی تجاری شدن و آموزش دموکراسی. **CIE**، معتقد بود که کوچک بودن یک سیستم رادیویی تجاری شده، به آنها اجازه می‌دهد تا به همه اهداف خود دست پیدا کنند. به‌رغم تضاد میان تجاری شدن رادیو با آزادی، آمریکا با افتخار نشان داد که این دو سیستم با هم منطبق و هماهنگ‌اند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که ایالات متحده از اشغال ژاپن نه فقط برای آموزش دموکراسی، بلکه برای فروش دموکراسی استفاده کرده است. آمریکا در این روند نه تنها توانست آموزش و فروش آزادی را با هم پیامزد بلکه مفهوم دموکراسی و مصرف‌گرایی را نیز باهم درآمیخت.

منبع:

این مقاله ترجمه قسمتی از فصل چهاردهم کتاب **Radio Reader** است که به زودی توسط دفتر تحقیق و توسعه صدا منتشر خواهد شد.

