



● ناصر عابدینی

تهیه کننده و سردبیر رادپو جوان

ما با وجود بهره مندی از انواع ابزارهای نوشتاری، در عمل برای «فرهنگ نوشتاری» در مقایسه با «فرهنگ شفاهی» ارزش کمتری قائل است.

شاید بتوانیم چنین تعبیر کنیم که ما ایرانیان هنوز علاقه مندیم هر مطلبی را به مانند قصه، از دیگران بشنویم. به بیان دیگر، «شنیدن» برای ما شیرینی و لذتی دارد که «خواندن» آن حلاوت راندارد.

البته جامعه ما در دوره فرهنگ نوشتاری است، اما مسئله این است که با وجود توسعه چنین فرهنگی، اغلب مردم، هنوز به «فرهنگ شفاهی» گرایش دارند. بررسی علل این گرایش مردم ایران برعهده جامعه شناسان، متخصصان علوم ارتباطات، مردم شناسان، روان شناسان و متخصصان امور آموزشی است. هدف این مقاله بررسی کارکرد و تأثیرات رادپو (به عنوان رسانه ای شنیداری) در تعامل با گرایش اغلب مردم ایران به فرهنگ شفاهی است.

درباره فرهنگ شفاهی و فرهنگ نوشتاری

«فرهنگ شفاهی» به فرهنگی اطلاق می شود که عامل ارتباطات و نحوه انتقال دانش و اطلاعات در آن (از نسلی به نسل دیگر) گفتن ها و شنیدن های آنان با یکدیگر می باشد.

در کدام فرهنگ زندگی می کنیم؟

رادپو چه نوع فرهنگی را تبلیغ می کند؟

با وجود سابقه کهن در فرهنگ و تمدن بشری و علیرغم ورود به قرن ۲۱ و همچنین پذیرش الزامات این قرن، (از جمله بهره وری از فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه های گوناگون) به نظر می رسد که هنوز بسیاری از ما ایرانی ها برای کسب آگاهی در زمینه های گوناگون، به جای «خواندن» به «شنیدن» گرایش داریم.

یکی از نشانه های این گرایش، شمارگان کتاب های چاپ شده در هر نوبت و ماندگاری طولانی مدت آنها در کتاب فروشی هاست. در کشور ما نزدیک به چندین دهه است که با وجود چندین برابر شدن جمعیت، رشد شتابان شهرنشینی، افزایش امکان دسترسی به تسهیلات آموزشی، بالا رفتن سطح سواد عمومی، افزایش تعداد فارغ التحصیلان دانشگاهی و افزایش تعداد دانشجویان به ویژه زنان (که در جوامع عقب افتاده معمولاً میزان قابل توجهی از بی سوادان و کم سوادان را تشکیل می دهند)، هنوز شمارگان چاپ کتاب در هر نوبت بین ۱۰۰۰ تا ۳۰۰۰ جلد است. از طرف دیگر، سرانه مطالعه کتاب در کشور ما بسیار پایین است و از چند دقیقه در روز تجاوز نمی کند.

احتمالاً این شاخص ها بیانگر این واقعیت است که جامعه

به عبارتی دیگر، افراد جامعه متعلق به آن فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی، آداب و رسوم و باورهای حاکم بر آن را سینه به سینه برای هم نقل می‌کنند.

در واقع مبنای «آموزش اجتماعی» در چنین جوامعی صرفاً گفتن‌ها و شنیدن‌ها و حفظ این مجموعه‌ها در «حافظه فردی» است.

«فرهنگ نوشتاری» از نظر تاریخی، در ادامه «فرهنگ شفاهی» پدید آمده است. در «فرهنگ نوشتاری» نگهداری و آموزش اندیشه‌ها، باورها، آداب و رسوم و هنجارهای اخلاقی، مبتنی بر مکتوبات است؛ از نوشتن بر روی سنگ چوب گرفته تا شکل تکامل یافته آن که ثبت دانش و اطلاعات بر کاغذ و سرانجام کتاب باشد. در جوامع مبتنی بر فرهنگ نوشتاری، آموزش اجتماعی بیش از هر چیزی از طریق خواندن و نوشتن انجام می‌شود. بنابراین در «فرهنگ نوشتاری»، دیگر، اطلاعات مورد نیاز آن جامعه صرفاً متکی بر «حافظه فردی» نیست، بلکه اطلاعات به شکل مکتوبات حفظ می‌شود و «ذخایر اطلاعاتی» از اتکا به حافظه فردی رهایی می‌یابد.

فرهنگ نوشتاری با اختراع دستگاه چاپ در سال ۱۴۵۰ میلادی رشدی شگفت‌انگیز یافت. انسان به مدد دستگاه چاپ توانست به سرعت به اطلاعاتی دست یابد که در جای دیگر تولید می‌شود. در واقع با اختراع دستگاه چاپ، «تکثیر اطلاعات» و «توزیع اطلاعات»، به شکلی گسترده امکان‌پذیر شد و از آن پس، این اطلاعات به سهولت در دسترس همگان قرار گرفت.

نکته مهم درباره «فرهنگ نوشتاری» آن است که در جامعه‌ای که این فرهنگ حاکم است به علت مکتوب شدن آموزه‌ها و تجربه‌های گذشته‌ها، همگان (حتی دیگران که متعلق به جوامع بسیار دورند) از این آموزه‌ها و تجربه‌ها آگاه

می‌شوند و در زندگی از آنها استفاده می‌کنند. به عبارت دیگر، «فرهنگ نوشتاری» بعد زمان و مکان را برای هر فردی حذف می‌کند، چنانکه او می‌تواند با افکار، تجربه‌ها و آموزه‌های هر فرد و اجتماع، در هر زمان و هر مکان آشنا شود. بنابراین فرد فقط محصور آموزه‌های جامعه خود نیست و فقط بایک طرز فکر و یک سلسله هنجارها و ارزش‌ها (و در نتیجه فقط بایک فرهنگ) آشنا نخواهد شد، بلکه در معرض آشنایی با مجموعه‌های متنوعی از «ذخایر فرهنگی» قرار خواهد گرفت. چنین جامعه‌ای از شکل بسته و محدود به در می‌آید و خود را ملزم به تبادل فرهنگ با دیگر جوامع می‌بیند، خواه این تبادل خوشایند باشد یا ناخوشایند. جامعه‌ای که در معرض این گونه تبادلات قرار می‌گیرد، برای حفظ موجودیت خویش باید در صدد تقویت و یا بازسازی بنیان‌های فکری خود باشد. همین تلاش فکری به باروری و شکفتگی اندیشه‌های مختلف در آن جامعه منجر خواهد شد.

طرح پرسش‌ها

نخستین پرسش اینکه اگر بپذیریم جامعه ما کمتر به مطالعه مستمر به مثابه رفتار فردی و اجتماعی گرایش دارد، آیا گرایش عموم مردم به فرهنگ شفاهی و شنیداری را می‌توان مزیتی برای کارگزاران رسانه رادیو (که صرفاً رسانه‌ای شنیداری است) در جهت نفوذ بیشتر و کسب مخاطب افزون‌تر به حساب آورد؟ چنانکه شماری از کارشناسان حوزه ارتباطات بر این باورند که «مردم جامعه ما کمتر اهل کتاب و مطالعه هستند و بیشتر به فرهنگ شفاهی اهمیت می‌دهند. این قدرتی است که مدیران رادیو، بسیار می‌توانند از آن استفاده کنند». (آزادی، ۱۳۸۲: ۳۵)

هر چند رادیو رسانه‌ای شنیداری است

ولی به نظر می‌رسد که در جهت تقویت و توسعه «فرهنگ شفاهی» عمل نمی‌کند. شاید علت این امر، آن باشد که اساساً ساختار برنامه‌سازی رادیویی (برخلاف ماهیت شنیداری رسانه رادیو) نوشتاری است. به عبارتی دیگر، چهره بیرونی رادیو آن را وسیله‌ای شنیداری معرفی می‌کند، اما آنچه رادیو را از درون، قوام می‌بخشد، فرهنگ و شیوه‌های نوشتاری است



جواب این پرسش مثبت است؛ زیرا شنیداری بودن رادیو (که در نقل قول نیز اشاره شد) با گرایش عمومی جامعه ما به «فرهنگ شفاهی» سازگار است و در این بعد، مزیتی برای این رسانه محسوب می‌شود.

اما پرسش مهم‌تر این است که آیا رادیو که رسانه‌ای صرفاً شنیداری است، در جهت تقویت «فرهنگ شفاهی» عمل خواهد کرد؟ در پاسخ این پرسش باید گفت: هرچند رادیو رسانه‌ای شنیداری است ولی به نظر می‌رسد که در جهت تقویت و توسعه «فرهنگ شفاهی» عمل نمی‌کند. شاید علت این امر، آن باشد که اساساً ساختار برنامه‌سازی رادیویی (برخلاف ماهیت شنیداری رسانه رادیو) نوشتاری است. به عبارتی دیگر، چهره بیرونی رادیو آن را وسیله‌ای شنیداری معرفی می‌کند، اما آنچه رادیو را از درون، قوام می‌بخشد، فرهنگ و شیوه‌های نوشتاری است.

رادیو، در تک‌گویی (مونولوگ)، دوگویی (دیالوگ) و چندگویی (میزگردها و نمایشنامه‌ها) به طور معمول متکی به نوشتار است. حتی موسیقی‌های پخش شده از آن، متکی به «نت‌های مکتوبی» است که از روی آنها نواخته شده‌اند.

از طرف دیگر، می‌دانیم که «فرهنگ شفاهی» فرهنگی سنتی است و معمولاً در جوامع مختلف سابقه‌ای طولانی دارد، اما رادیو رسانه‌ای است محصول «دنیای مدرن» که با ساختارهای چنین دنیایی منطبق است. رادیو محصول «فرایند فناوری مدرن» و «اطلاع‌رسانی مدرن» است و در مجموع تحت تأثیر «فرایند مدرنیته» قرار داشته و البته بر آن نیز تأثیر گذاشته است. «خردگرایی، علم‌باوری، اعتقاد به اصالت فرد و همچنین آزادی، از اصول اولیه مدرنیته‌اند» (بهنام، ۱۳۸۲: ۱۲) که رسانه رادیو کم‌وبیش به آنها ملزم است.

از طرف دیگر «سرمایه‌داری» و «صنعت‌گرایی» دو نهاد اصلی مدرنیته محسوب می‌شوند. (گیدنز، ۱۳۸۰) نمونه روشن تأثیرپذیری رادیو از دو نهاد سرمایه‌داری و صنعت‌گرایی (علاوه بر آنکه اساساً رادیو محصول آنهاست) رواج «آگهی‌های تجارتي» در جهت تشویق مخاطبان و تقویت انگیزه‌های آنان برای مصرف کالاهای متعدد صنعتی است که به تقویت و گسترش هرچه بیشتر اهداف «نظام سرمایه‌داری» و «توسعه صنعت» منجر می‌شود.

نهاد دموکراسی نیز از دیگر دستاوردهای جریان مدرنیته است. استفاده از رادیو برای «تبلیغات انتخاباتی» و سامان‌دهی به مدیریت‌های خرد و کلان سیاسی، اجتماعی و شهری، از دیگر مصادیق تأثیرپذیری رادیو (یا تأثیرگذاری آن) است.

«رادیو به عنوان اولین رسانه مردم فهم، نقشی جدی در نهادینه ساختن ارزش‌های مدرنیته داشته است. این تأثیرگذاری در سه جهت بوده است: در شکل دادن به فضای عمومی، در تقویت نهاد مردم و بالاخره در ایجاد زمینه‌ای برای

اگر بپذیریم جامعه ما کمتر به مطالعه مستمر به متابه رفتار فردی و اجتماعی گرایش دارد، آیا گرایش عموم مردم به فرهنگ شفاهی و شنیداری را می‌توان مزیتی برای کارگزاران رسانه رادیو (که صرفاً رسانه‌ای شنیداری است) در جهت نفوذ بیشتر و کسب مخاطب افزون‌تر به حساب آورد

حضور زن در فضای عمومی جامعه». (عاملی، ۱۳۸۲: ۳۲)
بنابراین رسانه رادیو هم از مدرنیته اثر پذیرفته و هم بر آن اثرگذار بوده است. درحالی‌که «فرهنگ شفاهی» فرهنگی سنتی بوده، ابزار اصلی برقراری ارتباط در آن، گفت و شنید است. به همین علت ایجاد تأثیرات گسترده و سریع در چنین فرهنگی ممکن نیست.

نکته دیگر آنکه فرهنگ شفاهی هر جامعه محصول تجربه همگانی آن جامعه است. اما رادیو و برنامه‌های آن، محصول تلاش گروهی خاص از «متخصصان فکری، هنری و فنی» است. آنان با استفاده از طرح‌های از قبل آماده شده فعالیت می‌کنند؛ طرح‌هایی که بازاندیشی درباره آنها و اعمال تغییرات سریع در آنها ممکن است.

و نکته آخر آنکه فرهنگ شفاهی به تدریج در حال تبدیل شدن به فرهنگ نوشتاری است؛ یعنی رو به افول می‌رود، اما رسانه رادیو همیشه شنیداری خواهد ماند؛ چراکه ماهیتش فقط در گرو شنیدنی بودن آن است.

در حال حاضر، رادیو درگیر رقابتی سخت با رسانه هاست، اما بدون آنکه به حذف خود بیندیشد، به سرعت در صدد تغییر کارکردها برآمده است.

با سپاس از علی اصغر شیرانی (در شبکه سراسری رادیو)
به خاطر راهنمایی‌های سودمندش.

منابع:

- آذری، غلامرضا. (۱۳۸۲)، مصاحبه با مجله رادیو. شماره ۲۰، اداره کل تحقیق و توسعه صدا.
- بهنام، جمشید و جهانگل، رامین. (۱۳۸۲)، تمدن و تجدد (گفت‌وگو). چاپ اول. تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۰)، پیامدهای مدرنیته. (مترجم: محسن ثلاثی). چاپ دوم. تهران: نشر مرکز.
- عاملی، سعیدرضا. (۱۳۸۲). تعامل معرفتی رادیو با دگرگونی‌های مدرنیته و جهانی شدن. فصلنامه ارتباطات و فرهنگ.

