



● ملکه شاهی زاده  
دانشجوی دکتری فلسفه غرب

#### مقدمه

مقاله حاضر در ضمن ارائه گزارشی از رده‌بندی اهمیت و نفوذ رسانه‌ها در دنیای آشفته معاصر - عمدتاً براساس سه مؤلفه «جذابیت»، «گسترده‌گی» و «عمق تأثیر» - بر آن است که مدلل دارد رادیو آن‌گونه که از نتایج تحقیقات میدانی در این خصوص برمی‌آید، از «عمق تأثیر» و «گسترده‌گی» زیادی برخوردار است. در مقابل، مؤلفه «جذابیت» را، که به گفته برخی با برقراری رابطه اصیل و ایجاد تأثیر عمیق رابطه عکس دارد (به نحو امکانی و نه ضروری)، تنها به نحو حداقلی دارا می‌باشد. این امر نه تنها در گستره تحقیقات عینی به ثبوت رسیده، بلکه به نحو غیرمستقیم‌تر و ظریف‌تری در برخی از فیلم‌های سینمایی هم رخ نموده است.

اینک می‌کوشیم که با توسل به داده‌های تجربی، در ضمن تبیین جایگاه رادیو در مقابل رقبای قدرتمندی چون تلویزیون و اینترنت، به‌ویژه با آوردن نمونه‌هایی از فیلم‌های مهم سینمایی، که تم اصلی آنها برجسته‌نمودن عمق تأثیر رادیو و بیان هایدگری «ارتباط اصیل انسانی» است، به بررسی جوانب مسئله و تبیین چرایی آن بپردازیم.

### بررسی رادیو بر اساس مؤلفه «جذابیت»

بحث از توانایی یا ناتوانی رادیو در رقابت با تلویزیون یا اینترنت در عرصه پژوهش‌های رادیو چنان به جد مطرح شده است که گویی ادامه حیات رادیو در دنیای کنونی با موانعی غیرقابل‌رفع روبروست، به طوری که گروهی از این بحث را با نام «مرگ رادیو»<sup>۱</sup> یاد کرده‌اند و دلایلی اقامه نموده‌اند مبنی بر این که رادیو در زمانه کنونی نقش و کارکرد گذشته خود را از دست داده و از این به بعد هم در برابر هجوم برنامه‌های متنوع و رنگارنگ رسانه‌های تصویری کمر راست نخواهد کرد. افزون بر این تحولات تکنولوژیک، نیاز ما به رادیو را کمتر نموده و استفاده‌کنندگان اینترنت نیازی ندارند اطلاعات و یا سرگرمی مورد نیازشان را از رادیو دریافت کنند، بلکه می‌توانند اطلاعات و یا سرگرمی مورد نظرشان را از میان توده‌ها بیرون بکشند و از بقیه پرهیز کنند.<sup>۲</sup> در یک جمع‌بندی کلی نتایج حاصل از پژوهش‌ها و نظرسنجی‌ها<sup>۳</sup> را می‌توان در نمودار زیر نشان داد:

گلستان دانست. و هم از این روست که رادیو برای بقای خود و مقابله با صاحبان فرضیه «مرگ طبیعی رادیو» دست به تمهیداتی زده و به فکر چاره‌اندیشی افتاده است.<sup>۴</sup>

### بررسی رادیو بر اساس مؤلفه «عمق تأثیر»

**تخاطب اصیل انسانی به مثابه ویژگی ممتاز رادیو**  
از تونی شوارتز<sup>۵</sup> مدیر تبلیغات در ایالات متحده آمریکا نقل می‌کنند که: وقتی از برخی افراد سؤال می‌شود که آیا به رادیو گوش می‌دهند، می‌گویند: «نه». بعد از آنها سؤال می‌کنید: آیا برای رفتن به سر کار رانندگی می‌کنید؟ می‌گویند: «بلی». آنگاه سؤال می‌کنید: آیا هنگام رانندگی برای رفتن به سر کار رادیوی شما روشن است؟ و آنها می‌گویند: بلی. آنها به رادیو گوش نمی‌دهند بلکه پای رادیو می‌نشینند.<sup>۶</sup>  
اینک می‌توان این پرسش را مطرح نمود که آیا عبارت فوق

			۷۴/۹٪	
				۵۵/۶٪
		۴۲/۴٪		
	۲۹٪			
			۸۴/۰٪	
رادیو و تلویزیون (از طریق اینترنت)	اینترنت	روزنامه	تلویزیون	رادیو

که از قول شوارتز نقل شد، حسن رادیو به شمار می‌رود یا عیب آن؟

به یک معنا، نقل قول فوق به طور ضمنی می‌گوید رادیو اگر هم روشن باشد چنان جذابیت اندکی دارد که توجه مخاطب را جلب نمی‌کند، به طوری که مخاطب رادیو احساس نمی‌کند که به آن گوش می‌دهد. این از جمله نکاتی است که اشاره به بحث سابق ما در زمینه قرارگرفتن رادیو در انتهای طیفی دارد که حداقلی بودن جذابیت رادیو را در مقایسه با رسانه‌های جذاب‌تر و قدرتمندتر نشان می‌دهد. روزنامه، کتاب، تلویزیون و اینترنت، بنا به گزارش آمارها و نتیجه پژوهش‌ها<sup>۷</sup> جذابیت بالاتری داشته و در مقایسه با رادیو از توجه و اقبال عمومی بیشتری برخوردارند.

### دلایل تجربی بحث

اما این بحث را از زاویه‌ای دیگر هم می‌توان مطرح نمود که در آن بی‌نیازی رادیو از توجه، به عنوان یکی از نکات قوت رادیو مطرح گردد. در سطح بحث تجربی گفته شده اینکه رادیو به توجه زیاد نیاز ندارد بدین معناست که «مجبور نیستید به رادیو نگاه کنید یا آن را در دستتان بگیرید و ورق بزنید. رادیو سر جایش

(توجه کنیم که تنها ۳۸٪ از کل کسانی که در جامعه‌ای چون ایران به رادیو و تلویزیون دسترسی دارند، کاربران اینترنت را تشکیل می‌دهند و از این جهت سلطه اینترنت بر رسانه‌ها بسیار شدید و جدی است؛ چرا که با وجود اینکه در دسترس همگان نیست، رقم بالایی را نشان می‌دهد.)

### بررسی رادیو بر اساس مؤلفه «گسترده‌گی»

به نظر می‌رسد با رشد فزاینده تأثیرات شگرف انقلاب الکترونیکی، «گسترده‌گی» استفاده از رادیو و سهولت دسترسی به آن، که رادیو را در محل کار، در حین رانندگی و تقریباً در همه جا قابل دسترس می‌کرد و مزیت رادیو در مقابل رسانه‌های رقیب به شمار می‌رفت، با فراگیر شدن استفاده از اینترنت، امکان اتصال به شبکه‌ها از طریق گوشی‌های تلفن همراه، تعبیه دستگاه‌هایی که امکان تماشای فیلم را در اتومبیل‌ها امکان‌پذیر می‌کند و... به طور چشمگیری کمرنگ شده و می‌شود و می‌توان گفت در دنیای تکنیک‌زده معاصر دیگر نمی‌توان رادیو را تنها رفیق گرمابه و

قرار دارد. رادیو از مخاطب توجه زیادی نمی‌خواهد. اما با اینکه از شنونده توجه زیادی نمی‌خواهد، آنچنان فضا را احاطه می‌کند که هیچ رسانه دیداری به پایش نمی‌رسد...»<sup>۸</sup>

نکته اصلی مرتبط با این بحث این است که «توجه نخواستن عمل گوش دادن به رادیو، بازگذارنده رؤیاهای بیداری است»<sup>۹</sup>؛ بدین معنا که اگر افراد حرفه‌ای دست‌اندرکار در رادیو این واقعیت را درک کنند که بالاترین مزیت رادیو این است که می‌توان آن را نادیده انگاشت و دریابند که کار رادیو فراهم آوردن زمینه برای بارورساختن رؤیاهای بیداری و خیال‌پردازی است، دیگر فکر نخواهند کرد که توجه نخواستن تهدیدی برای این رسانه است.<sup>۱۰</sup>

در سطح و محدوده بحث تجربی پژوهشگرانی که درباره رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو اظهارنظر کرده‌اند، همواره بر این نکته تأکید نموده‌اند که «رادیو بارورسازنده تخیلات و رؤیاهاست». رادیو به دلیل فراگیربودن در فضای فیزیکی و روان‌شناختی اطراف

تعبیر سارتر یک وجود لغیره است. مثال مشهور سارتر در این زمینه این است که: فرض کنیم من در راهرو یک هتل چمپاته زده‌ام و دارم از سوراخ کلیدی به اتاقی نگاه می‌کنم. من ابداً به خودم توجهی ندارم و به آن نمی‌اندیشم. توجهم به آنچه در اتاق می‌گذرد جلب شده است... ناگهان متوجه می‌شوم که یکی از کارمندان یا میهمانان هتل ایستاده است و به من نگاه می‌کند. من یکباره شرمنده می‌شوم و توجه‌کردن متحقق می‌شود... به اصطلاح مرتبه آگاهی به من هجوم می‌آورد و من در برابر آگاهی خود قرار می‌گیرم... از این رو مورد توجه آگاهی قرار گرفتن به معنای جداشدن و دورگشتن از وجود نفسی و تبدیل شدن به وجود لغیره است.<sup>۱۱</sup>

این بحث را در مثال هایدگر به نحو روشن‌تری ملاحظه می‌کنیم: وقتی نجاری با میخ و چکش و... کار می‌کند، اگر در کار خود ماهر باشد هیچ توجهی به میخ و چکش ندارد و

بحث از توانایی یا ناتوانی رادیو در رقابت با تلویزیون یا اینترنت در عرصه پژوهش‌های رادیو چنان به جد مطرح شده است که گویی ادامه حیات رادیو در دنیای کنونی با موانعی غیرقابل‌رفع روبروست، به‌طوری‌که گروهی از این بحث تحت عنوان «مرگ رادیو» یاد کرده‌اند.

همچنان‌که کارش را انجام می‌دهد ممکن است به مسائل مختلفی هم فکر کند یا با همکار بغل دستی‌اش مشغول صحبت باشد؛ در این هنگام اگر اشکالی در کارش ایجاد شود و یا یکی از ابزارهایش از کار بیفتد، تازه متوجه وسایل کار خود شده علت مشکل را جست‌وجو می‌کند.

به بیان هایدگر چیزهایی که ما در زندگی هر روز خود با آنها محسوسیم و از این رو به تعبیری برای ما دم دستی می‌شوند اموری هستند که ما آنها را از فرط وضوح و نزدیکی نمی‌بینیم و بدانها توجه نشان نمی‌دهیم اما این اصلاً به معنای بی‌اهمیت بودن و کم‌رنگ بودن آنها در زندگی ما نیست.

اینک در مورد عدم جلب توجه توسط رادیو که در بحث‌های مربوط به خصوصیات رادیو مطرح شده است باید از این بحث کمک گرفت تا بتوان تبیین درستی از آن ارائه کرد. علاوه بر اینکه رادیو نه تنها به معنایی از فرط دم دستی بودن مورد توجه نیست، بلکه از طریق تداعی معانی هم تأثیر می‌گذارد «در حالت عادی فکر نمی‌کنیم که خیلی چیزها را از رادیو شنیده‌ایم و تنها وقتی فعالیتی را که در آن زمان مشغول آن بوده‌ایم (مثلاً ریش تراشیدن

شنونده... و از نظر آزادگذاران تصورات مخاطب باز است و به عنوان اولین زمینه پرورش‌دهنده رؤیای بیداری و خیال‌پردازی فرد تلقی می‌شود. لیکن در موارد بسیاری مخاطب رادیو برای سیر در دنیای تخیلات خود تلاش آگاهانه‌ای برای خیال‌پروری نمی‌کند، بلکه این فرایند به صرافت طبع اتفاق می‌افتد. در تحلیل فیلم... اثر... و تصویری که فیلم از رادیو ارائه می‌دهد به این مطلب برخوام گشت.

### دلایل نظری و وجودشناسانه<sup>۱۲</sup>

این بحث را می‌توان در سطح و تراز دیگر هم مطرح نمود و جلب‌توجه نکردن رادیو برای مخاطب را با مفهومی ساده در فلسفه وجودی توضیح داد. فلسفه وجودی در بیان ساده از وجود انسان در جهان آغاز می‌کند و بر آن است که در جهان پیرامون ما آنچه تفکر آدمی را برمی‌انگیزد، به عنوان متعلق شناسایی من و مستلزم رابطه‌ای بین آگاهی من و کس یا چیز دیگر است. آنچه به‌عنوان یک متعلق شناسایی در برابر آدمی قرار می‌گیرد به

یا تمیزکردن ماشین)، به یادمان بیاید، متوجه می‌شویم که این مطلب را از رادیو شنیده‌ایم... برای برخی اشخاص بعضی آهنگ‌ها همیشه تداعی‌کننده بعضی خیابان‌های خاص است، زیرا اولین بار آن آهنگ‌ها را وقتی شنیده که در آن خیابان‌ها رانندگی می‌کرده است. البته می‌توان پرسید، نکند در آن موقع میزان توجه او به رادیو بیشتر از رانندگی بوده است؟ ولی باید بگوییم که در آن زمان، واقعاً حواس‌ها به رانندگی بود و نسبت به آن موسیقی آگاهی نداشتیم.<sup>۱۳</sup>

### مروری بر تصویری که تلویزیون از رادیو ارائه می‌دهد

اینک می‌توانیم با توجه به مطالب گفته‌شده - که به مثابه مقدمات و لوازم نظری بحث حاضر به شمار می‌روند - به مسئله اصلی مقاله یعنی ارائه گزارشی از تصویری که در فیلم‌های سینمایی از رادیو ارائه می‌شود پرداخت.

البته به جهت اینکه تحلیل چند فیلم مختلف در یک مقاله باعث بی‌دقتی و پراکنندگی بحث می‌گردد، ما می‌توانیم بحث خود را به یک مورد خاص، مثلاً فیلم *Frankie and Johnny* ساخته Garry Marchall محصول سال ۱۹۹۱ متمرکز کنیم.

فیلم، درگیری وجودی و رابطه انسانی زن و مردی را بازمی‌گوید که با مشکلات ساختاری روابط انسانی در جهان به اصطلاح مدرن درگیر شده‌اند و می‌کوشند تا از شئ‌شدگی فرار کنند که در آن فرد هم برای خود و هم برای دیگران به صورت انباشتی از کارکردها جلوه می‌کند.

جان و فرانکی همدیگر را دوست دارند. آنها درباره یکدیگر می‌اندیشند. ولی فرض بر آن است که درباره عشق به صورتی انتزاعی می‌اندیشند و مسائلی درباره آن طرح می‌کنند. و باز فرض بر آن است که فرانکی از تجربه عشق واقعی فاصله گرفته، آن را به صورت شئی یا پدیده‌ای در برابر خود عینیت می‌دهد و می‌پرسد عشق چیست؟ تا اینجای فیلم، عشق به صورت مسئله‌ای که باید حل شود مورد بحث قرار می‌گیرد؛ یعنی مسئله تعریف و ماهیت عشق است که به‌وسیله تحلیل عقلی طرح می‌شود. روند فیلم که - در نظر نخست - می‌کوشد این تحلیل را از عشق به مثابه ارتباطی زنده بین اشخاص دور کند، به معیت<sup>۱۴</sup> واقعی عشق و ارتباط و اتحادی زنده بین اشخاص گذر می‌کند و نکته مهم مطلب این است که این دگرگونی و استحاله از طریق «کارکرد رادیو» در زندگی روزمره شخصیت‌های فیلم رخ می‌نماید.

اما این تأثیر رادیو چنان نامحسوس است که در ابتدا اصلاً برای بیننده مطرح نمی‌شود. در صحنه‌ای از فیلم که فرانکی با طیب خاطر به برقراری رابطه‌ای شورانگیز با جانی می‌پردازد؛ برنامه‌ای که از رادیو پخش می‌شود همچون موسیقی متن فیلم را همراهی می‌کند و در آن مرحله از فیلم هنوز نمی‌دانیم که برنامه رادیویی نه به‌عنوان امری حاشیه‌ای که تم اصلی و پیام مهم فیلم را تشکیل می‌دهد.

در ادامه فیلم، اختلاف دیدگاه شخصیت‌های فیلم و

ناهماهنگی تجارب آنها در زمینه ارتباط اصیل انسانی غیرقابل رفع به نظر می‌رسد و در این هنگام تنها راه‌حلی که به ذهن جانی خطور می‌کند، کمک‌گرفتن از تأثیر رادیوست. او با تلفن به روابط عمومی رادیو و درخواست پخش مجدد یک برنامه و توضیح اهمیتی که پخش آن می‌تواند بر زندگی وی داشته باشد بر آن می‌شود که تأثیر آن را در کنار نهادن تعارض‌ها به عنوان آخرین راه حل امتحان کند. مسئولان در واحد پخش خواسته او را اجابت می‌کنند و اینک با صحنه دیگری مواجهیم که باز هم برنامه رادیویی همچون موسیقی متن فیلم را همراهی می‌کند، ولی این بار بیننده همراه با شخصیت‌های اصلی فیلم تمام هم خود را صرف این می‌کند که تأثیر برنامه را در تغییر روند پر تنش فیلم ارزیابی کند....

نکته قابل توجه در اینجا این است که رادیو اولاً به طور نامحسوس یا به گونه‌ای که جلب توجه نکند به‌صورت حقیقی و اصیل با مخاطب ارتباط برقرار می‌کند (و این بخشی از تصویری است که فیلم از نحوه حضور رادیو در زندگی نشان می‌دهد) و ثانیاً خود رادیو به عنوان رسانه چنین قابلیتی دارد که به مثابه عاملی دارای نقش و اهمیت در زندگی واقعی مردم - هرچند به‌طور ضمنی - معرفی گردد.

پی‌نوشت:

1-The Death of Radio ,by John C. Dvorak

- بنگرید به:

<http://www.pcmag.com/article2/0,1759,2020285,00.asp>

۲- مک فارلند، دیوید (۱۳۸۱) راهبردهای برنامه‌سازی برای رادیو در آینده، مترجم

مینو نیکو، تهران: تحقیق و توسعه صدا

۳- بنگرید به:

<http://www.itca.ir/index.php?Page=newstext&UID=527>

و نیز

<http://www.tcwmagazine.com/tahlil/m21-5.htm>

و نیز

<http://www.iranclubs.net/forums/archive/index.php/t-4635.html>

۴- بحث از امکان‌هایی که به خلاقیت و نوآوری در طراحی برنامه‌ها می‌پردازد و برنامه‌های پژوهشی که از مسائلی چون «مخاطب‌شناسی رادیو»، «مینی‌مال‌سازی برنامه‌ها جهت متناسب‌ساختن رادیو با روحیه آدمیان در عصر سرعت»، «روی آوردن رادیو به ساختار شکنی»، «اقبال به زبان عامیانه و دورشدن از زبان فخیم» و... همه از تلاش رادیو برای دور نگه‌داشتن خود از مرگ مورد پیش‌بینی است.

5- Tony Schwartz

۶- درک رادیو، اندرو کرایسل، ترجمه معصومه عصام، تحقیق و توسعه صدا،

فروردین ۱۳۸۱، ص ۱

۷- همان، ص ۵۴

۸- راهبردهای برنامه‌سازی برای رادیو در آینده؛ ص ۵۲ و ۵۳

۹- همان، ص ۵۶

۱۰- همان، ص ۱۴۳

11-Existensial

۱۲- درک رادیو، اندرو کرایسل، ترجمه معصومه عصام، ۱۳۸۷، دفتر پژوهش-

های رادیو، ص ۳۷۰

13-Togetherness

