

# رادیو ویژگی‌هایی که همچنان باید شناخت...

❖ بهروز خیریه

تهیه‌کننده پیشکسوت رادیو سندج



## چکیده

رسانه‌های جمعی در برقراری ارتباط میان جوامع انسانی، نقشی اساسی بر عهده دارند. اهمیت رسانه‌ها در جهان امروز بر کسی پوشیده نیست، زیرا برقراری ارتباط با دیگر جوامع، از دیرباز در زندگی انسان جایگاهی ویژه داشته است و بشر همواره سعی نموده است از طریق ابداع شیوه‌های گوناگون با دیگران تماس برقرار کند. تلاش‌های بشر در این زمینه، در نهایت منجر به اختراع رسانه‌هایی شده است که امروز با عنوان «رسانه‌های جمعی» از آنها نام می‌بریم. یکی از رسانه‌هایی که می‌توان اذعان کرد تحولی عظیم در ارتباطات راه دور به وجود آورد، رادیو بود. این رسانه به دلیل ویژگی‌هایی که داشته و دارد، به زودی توانست جایگاهی ویژه در عرصه ارتباطات جمعی به دست آورد. در این مقاله سعی شده است، با بررسی مختصر تاریخچه ارتباطات و اختراع رادیو، ویژگی‌های رادیو در حد توان بررسی شود تا خوانندگان گرامی بیشتر با خصوصیات این وسیله ارتباط جمعی آشنا شوند.

## دیباچه

ارتباط یکی از ویژگی‌های مهم جامعه انسانی در همه دوران‌هاست و رشد و گسترش آن در دوران ما چنان سریع اتفاق افتاده است که می‌توان گفت در طول تاریخ بی‌سابقه بوده است. امروز نقش ارتباطات در توسعه جوامع گوناگون بر کسی پوشیده نیست. منابع علمی و صاحب‌نظران علوم ارتباطی تعریف‌هایی مشابه از واژه «ارتباط» ارائه داده‌اند. در کتاب **رادیو و ارتباطات توسعه‌ای** در مورد معنای «ارتباط» آمده است: «ارتباط ترجمه‌ای است برای لغت - commu-nication و هر چند استعمال آن در کلیه کتب و نوشته‌های فارسی عمومیت ندارد، اما از سایر لغات متداول تر به نظر می‌رسد. ریشه این لغت، کلمه لاتین communis است که می‌توان آن را به تفاهم و اشتراک فکر ترجمه کرد. وقتی با شخصی ارتباط برقرار می‌کنیم، کار ما در حقیقت برقراری یک نوع اشتراک فکر و تفاهم اندیشه است. ارتباط را می‌توان عبارت از جریانی دوطرفه دانست که طی آن دو یا چند نفر به تبادل افکار، نظریات، احساسات و حقایق می‌پردازند و از طریق به‌کاربردن پیام‌هایی که معنای آنها برای کلیه آنها یکسان است، به انجام این امر مبادرت می‌ورزند.» (خاتون آبادی، ۱۳۷۴: ۴۳)

به هر حال، در یک عبارت مختصر می‌توان گفت: ارتباط یعنی یک جریان پویا که در آن تبادل اطلاعات صورت می‌گیرد.

در واقع آنچه هم‌اکنون به صورت یک پدیده متحول در جوامع بشری نمود یافته است، شکل تکامل یافته ارتباطی بشر نخستین تا به امروز است. عصر حاضر، عصر تحول است؛ تحولاتی که نه تنها به‌روز هستند، بلکه حتی دقیقه‌ها نیز در آن نقش اساسی دارند و همین امر موجب گسترش بی‌سابقه وسایل ارتباط جمعی شده است. از این‌رو، صاحب‌نظران علوم ارتباطی، این دوران را «عصر ارتباطات» نام نهاده‌اند.

بی‌تردید، یکی از رسانه‌ها که اختراع آن انقلابی در ارتباطات جمعی به‌وجود آورد و تحولی عظیم در شیوه‌های ارسال پیام ایجاد کرد، رادیوست. رادیو به دلیل «وسعت»، «سرعت» و «سهل‌الوصول» بودن راهی تازه در پیش بشر گشود و حتی می‌توان گفت اختراع آن موجب شد انسان به فکر اختراع انواع دیگر رسانه‌های راه دور بیفتد. در این مقاله سعی شده است با بررسی مختصر تاریخچه ارتباطات و اختراع

رادیو، قابلیت‌ها و ویژگی‌های این رسانه در حد توان بیان شود.

## مروری بر تاریخچه ارتباطات

هنگامی که جوامع انسانی کوچک و محدود بودند، نخستین ابزار تبادل اطلاعات و ارسال پیام، «زبان اشاره» و «بیان شفاهی» بود. اما با پیشرفت فرهنگ و رشد و توسعه جوامع، وسایل ارتباطی نیز تکامل یافتند؛ به طوری که ابتدا «خط تجسمی» و سپس «خط الفبایی» رواج یافت.

هر چند تاریخ اختراع خط به روشنی مشخص نیست، اما در کتاب **ارتباطات** آمده است: «قدیمی‌ترین علائم نوشتنی، پیکرنگاره‌های سومری متعلق به ۳۰۰ سال قبل از میلاد است. هنگامی که انسان ضرورت ثبت موارد مورد نیاز خود را درک کرد، می‌بایست شیوه‌ای برای نوشتن اختراع می‌کرد. بنابراین، نخست از پیکرنگاری شروع کرد و رفته رفته این پیکرنگاری به اندیشه‌نگاری تحول یافت. بعدها نشانه‌هایی ابداع شد که نمایانگر حروف بودند. با این روش اخیر تعداد علائمی که برای نوشتن لازم بود کاهش یافت. از این نشانه‌ها بود که الفبای امروزی به وجود آمد.» (استیونس، ۱۳۶۹: ۶)

این روند همچنان ادامه داشت تا اینکه با اختراع چاپ، انقلابی بزرگ در ارتباطات انسان پدید آمد. طی قرن‌های متمادی، انسان از طریق ارسال نامه یا پیک، با جوامع دیگر ارتباط برقرار می‌کرد، اما چون تنها عده معدودی خواندن و نوشتن می‌دانستند، امکان برقراری ارتباط با این شیوه تنها در بین قشرهای خاصی از مردم وجود داشت. پیک‌های رسمی و دولتی قرن‌ها وظیفه دشوار برقراری ارتباط را برعهده داشتند. در اسناد به‌دست آمده از دوران باستان، موارد متعددی از نقش این پیک‌ها و قاصدان به چشم می‌خورد؛ به طوری که نقش اساسی آنها را در شکوفایی تمدن‌های ایران و یونان نباید نادیده گرفت. برای این کار، پیام‌رسانان یونانی مسافت‌های طولانی را جهت رساندن پیام در حال دویدن طی می‌کردند و مسابقه دو ماراتون که امروزه جزو مسابقات رسمی بازی‌های المپیک نیز محسوب می‌شود، یادگار پیام‌رسانان یونانی است. همچنین در ایران باستان نیز پیک‌ها نقش اساسی در پیام‌رسانی برعهده داشته‌اند.

در دوران هخامنشی مردانی با اسبانی تیز تک

وظیفه ادارات پست امروزی را برعهده داشتند. در کتاب ایران باستان در توصیف این پیک‌ها آمده است: «هیچ چیز در جهان از این قاصدان پارسی تندروتر نیست... گفته می‌شود که در هر ایستگاه در طول جاده، مردان و اسبان آماده وجود دارند و تعداد آنها برابر تعداد روزهایی است که مسافرت طول می‌کشد. یک مرد و یک اسب برای هر روز. این قاصدان به جز در این ایستگاه‌ها که پیام را تحویل قاصد بعدی می‌دهند، در هیچ‌جا توقف نمی‌کنند و با تندترین سرعت ممکن حرکت می‌کنند. نه برف، نه باران، نه گرما و نه تاریکی مانع از حرکت آنها نمی‌شود... کردار آنها شبیه کار مشعلداران یونانی در فستیوال المپیا است. پارسیان اینگونه چاپارگری را آنگاریون (angareion) می‌نامند.» (ویسهوفر، ۱۳۸۰: ۱۰۱)

این شیوه ارسال پیام تا گذشته‌های نه چندان دور در روستاها وجود داشت و هم‌اینک نیز در برخی جوامع که از وسایل ارتباطی مدرن بی‌بهره‌اند، کاربرد خود را حفظ کرده است. معمولاً برای ایجاد تماس میان دو روستا یا دو طایفه یا دو ایل، فرستاده‌ای را اعزام می‌کنند. در گذشته نیز مالکان و سران قبیله‌ها و عشایر افرادی تندرو و چابک را در اختیار داشتند که آنها را شاطر می‌گفتند و از ایشان برای ارسال پیام استفاده می‌کردند. هنوز هم در نقاط دوردست هنگام بحران یا برای درخواست کمک و یاری از این شیوه استفاده می‌کنند.

البته همچنان که می‌دانید، انسان در طول تاریخ از شیوه‌های دیگری نیز برای ارسال پیام و برقراری ارتباط استفاده کرده است. استفاده از نقاشی، درفش، نمادها و نشانه‌ها نیز یکی دیگر از ابزارهای ارسال پیام بوده است. همچنین، انسان از آلات موسیقی نظیر طبل و شیپور و دود و آتش نیز برای ایجاد تماس با دیگران استفاده می‌کرد و با این ادوات و وسایل می‌توانست پیام‌هایی را تا چند کیلومتر آن‌سوتر ارسال کند؛ زیرا صدای طبل و شیپور یا سایر ادوات موسیقی تا مسافتی خاص شنیده می‌شد و دود و آتش نیز از فاصله‌ای دور قابل رؤیت بود. نمونه‌هایی از این شیوه‌های ارسال پیام در اسناد به‌جای مانده از دوران باستان و حماسه‌های ایرانی وجود دارد که بیانگر استفاده نیاکان ما از این روش‌هاست.

به‌عنوان نمونه، در ماجرای تصرف «روئین دژ» توسط «اسفندیار» در شاهنامه فردوسی آمده

است: در ماجرای تصرف این دژ هنگامی که کار گره می‌خورد و اسفندیار پی می‌برد با محاصره و نبرد نمی‌تواند دژ را فتح نماید، با لباس بازرگانان وارد دژ می‌شود و به سپاهیان می‌گوید: چنانچه در روز دود و به شب بر بام دژ، آتشی را مشاهده کردید بدانید که من به دژ نفوذ کرده‌ام و هنگام حمله فرا رسیده است:

«اگر دیده‌بان دود ببند به روز

شب آتش چو خورشید گیتی فروز

چنین دان که آن کارکرد من است

نه از چاره هم نبرد من است»

در **گرشاسب‌نامه** اسدی طوسی نیز مواردی از این دست وجود دارد. از جمله هنگامی که «گرشاسب» برای کشتن اژدهای مردم‌خوار به کنام او نزدیک می‌شود، دیده‌بانی را می‌بیند که بر خانه‌ای از گچ و سنگ ایستاده و آمدن اژدها را با دود و آتش به مردم خبر می‌دهد:

«من ایدر بوم روز و شب دیده‌بان

چو آید شب، آتش کنم در زمان

که تا هر که ببند گریزند، زود

نشانست شب آتش و روز دود»

در حماسه‌های ایرانی ابیات زیادی در مورد استفاده از آلات موسیقی در پیام‌رسانی به چشم می‌خورد. استفاده از کوس و نقاره و تیره و کرنا و نای روئین و روئینه خم و هندی درای و زنگ به منظور پیام‌رسانی در میان ایرانیان باستان مرسوم بوده است.

نمونه‌ای از **شاهنامه** فردوسی:

«زبس ناله بوق با کرنا

ترنگیدن زنگ و هندی درای

میان دو لشکر دو پرتاب ماند

به خاک اندرون، مار بی‌تاب ماند»

و نمونه‌ای از **گرشاسب‌نامه**:

«ز کوس و ز زنگ درای و خروش

ز شیبور وز ناله نای و جوش

تو گفتی زمانه سر آید، همی

به هم کوه و دشت اندر آید، همی»

اما هیچکدام از این شیوه‌های پیام‌رسانی بشر را به‌طور کامل راضی نکرد، زیرا سرعت پیام‌رسانی کافی نبود و با این ابزار و شیوه‌ها نمی‌شد در زمانی مناسب از اخبار و رویدادهای سایر نقاط جهان باخبر شد. همچنان که گفتیم، ایجاد ارتباط با شهرها و سرزمین‌های دیگر و به‌دست‌آوردن اطلاعات و اخبار از راه‌های دور، یکی از آرزوهای دیرینه بشر بوده است و در طول تاریخ همواره

ذهن انسان را به خود مشغول داشته است. این آرزو که بتوان با وسیله‌ای خاص و توسط ابزار و وسایلی جدید به‌سرعت از اخبار و رویدادهای سرزمین‌های دیگر باخبر شد، به حدی ذهن بشر را به‌خود مشغول کرده بود که در قصه‌ها و حکایات بازمانده از گذشته نیز به اشکال گوناگون متجلی شده است. در حماسه‌های ایرانی نیز از «جام جم»، یا جام جهان‌نما یا جام گیتی‌نمای به اشکال مختلف نام برده شده است.

البته «جام جهان‌نما» بر اساس روایت **شاهنامه** فردوسی «جام کیخسرو» بوده است که در آن می‌توانست هفت اقلیم جهان را مشاهده کند. اینک نمونه‌هایی از این آرزوی بشر را که به اشکال مختلف در حماسه‌های ایرانی منعکس شده است، جهت آگاهی خوانندگان گرامی نقل می‌کنیم:

در داستان «بیژن و منیژه» **شاهنامه** فردوسی، هنگامی که بیژن در توران اسیر می‌شود و به فرمان افراسیاب او را در چاهی به بند می‌کشند، گیو و ایرانیان هرچه می‌گردند او را نمی‌یابند. از این‌رو، گیو پدر بیژن مسئله را با کیخسرو در میان می‌گذارد. کیخسرو جام جهان‌نما را در بر می‌نهد و محل زندانی شدن بیژن را می‌یابد. استاد طوس جام کیخسرو را اینگونه توصیف می‌کند:

«یکی جام بر کف نهاد و بدید

بدو اندرون هفت کشور پدید

زمان و نشان سپهر بلند

همه کرده پیدا چه و چون و چند

ز ماهی به جام اندرون تا بره

نگاریده پیسکر همه یکسره

چو کیوان و بهرام و ناهید و شیر

چو خورشید و تیر از بروما، زیر

همه دیدنیها بدو اندرا

بدیدی جهاندار افسونگرا»

اما از قرن ششم به بعد به واسطه شهرت جمشید و یکی دانستن او با حضرت سلیمان (علیه‌السلام) جام مزبور را به جمشید نسبت داده‌اند و جام جم و جام جمشید گفته‌اند؛ چنانکه «عطار» گوید:

«آب حیوان چون به تاریکی در است

جام جم در دست جان خواهیم نهاد»

و حافظ شیرازی نیز در یکی از ابیات مشهورش،

اینچنین از جام جم استفاده کرده است:

«سال‌ها دل طلب جام جم از ما می‌کرد

■  
رادیو به دلیل  
وسعت، سرعت و  
سهل‌الوصول بودن  
راهی تازه در  
پیش بشر گشود و  
حتی می‌توان گفت  
اختراع آن موجب  
شد انسان به فکر  
اختراع انواع دیگر  
رسانه‌های راه  
دور بیفتد.

آنچه خود داشت ز بیگانه تمنا می کرد»  
در منظومه حماسی **بهمن نامه** نیز آمده است:  
هنگامی که بهمن به دخمه پهلوان وارد می شود،  
در بالای جنازه رستم لوحی چوبی می یابد. رستم  
در این لوح، ضمن شرح دلآوری های خویش و  
گلایه از بهمن به خاطر ویران نمودن زابلستان،  
نوشته است: «بر بالین من گوهری گرانبه است  
و تو می توانی آن را برای خود برداری.» هنگامی  
که بهمن شیء مزبور را برمی دارد، متوجه می شود  
که آن گوهر گرانبه جام جهان نماست:

«ز چیزی که داننده آمیخته است

ز بالای این خانه آویخته است

فرود آر و سوی خزانه فرست

چو بهمن به بالین او کرد دست

برون کرد از جام گیتی نمای

کجا داشت «کیخسرو» پاک رای

به بخشش فریدون فرخنده بی

نمودی همه هفت کشور به کی

ز یاقوت سرخ، آن گرانمایه جام

یکی شیشه از زر گرفته تمام»

در **گرساسب نامه** اسدی طوسی نیز در

مورد طشت جهان بین داستانی وجود دارد که

بازگومودن آن خالی از لطف نیست. هنگام

گشت و گذار گرشاسب با «مهرج» هندی ایشان

با مردی روبه رو می شوند که طشتی جهان بین

دارد و با آن می تواند همه چیز را مشاهده کند و از

اخبار دریاها و سرزمین های دور باخبر شود:

«یکی مرد ملاح بد راهبر

که بودش همه راه دریا زیر

بد آگه که در هر جزیره چه چیز

زبان همه، پاک دانست نیز

به دریا همانجا که آب آزمای

ببویید آن گل، بگفت از کجای

چو دریا به شورش گرفتگی شتاب

یکی طشت بودش بکردی پرآب

همه بودنیها درو کم و بیش

بدیدی چو در آینه روی خویش»

آرزوهای دیرینه بشر در نهایت در سال های

نه چندان دور، موجب اختراع وسایل گوناگون

شد. همان طور که گفتیم، اختراع چاپ توسط

یوهان گوتنبرگ آلمانی در قرن پانزدهم میلادی،

انقلابی در ارتباطات بشری به وجود آورد؛ زیرا با

این روش می شد نوشته ها و کتابها را با سرعت

زیاد و هزینه کمتر تولید کرد. ناگفته نماند، روش

چاپ با استفاده از چوب در حدود قرن پنجم

میلادی در چین و ژاپن وجود داشت، اما آن  
روش و کنده کاری تخته ها برای چاپ هر صفحه،  
نیازمند وقت زیادی بود.

به دنبال اختراع چاپ، علاوه بر گسترده تر شدن  
سیستم چاپ و نشر کتاب، روزنامه ها نیز به تدریج  
قدم به عرصه ارتباطات گذاشتند. در قرن هفدهم  
به تدریج انتشار روزنامه ها شکلی سازمان یافته و  
منظم پیدا کرد؛ اما با وجود اختراع این ابزار هنوز  
هم در ارتباطات انسانی مشکلاتی وجود داشت.

نخست اینکه برقراری ارتباط با رسانه های  
مکتوب نیازمند سواد بود؛ در حالی که اغلب مردم  
در آن دوران از نعمت خواندن و نوشتن بی بهره  
بودند. دیگر اینکه ارسال این مکتوبات چایی خود  
نیازمند هزینه و زمان قابل توجهی بود. بنابراین  
عده ای از دانشمندان و مخترعان با پژوهش های  
خویش درصدد اختراع ابزارها و روش هایی بودند  
که بتواند راه دور سرعت لازم را در ارتباطات  
ایجاد کند و ارسال پیام در زمان کوتاه تری انجام  
شود.

در این راستا، با اختراع تلگراف، گام نخست  
در تحقق ارتباطات راه دور برداشته شد. در اینجا  
بهرتر است اشاره کنیم که «تله» واژه یونانی و  
به معنای دور است و «گرافین» نیز در یونانی  
به معنی نوشتن است و این نام را بر اختراعی  
گذاشتند که به وسیله آن می توانستند پیامی را به  
صورت رمز، به فاصله ای دور ارسال کنند.

بد نیست بدانید اغلب وسایل ارتباطی که  
ما امروزه وجود آنها را در زندگی خود لازم و  
حتمی می دانیم، در ابتدای اختراع با کم توجهی  
روبه رو شده اند؛ زیرا مردم یا اهمیت آنها را  
درک نمی کردند و یا به دلیل هزینه های بالایی  
که داشتند به چشم وسایل گران قیمت به آنها  
می نگریستند. دولت ها نیز در ابتدا از پذیرفتن  
فناوری جدید اکراه داشتند. اما نیاز بشر بالاخره او  
را واداشت تا به این وسایل جدید با تأمل بیشتری  
بنگردد و در نهایت، تلگراف در کنار خطوط راه آهن  
برای گزارش وضعیت خط و هشدار در مورد  
امنیت مسیر به کار گرفته شد. به دنبال آن تلفن  
و سپس تلفن بی سیم و رادیو پا به عرصه وجود  
نهادند. باز هم نیاز، انسان را برآن داشت تا به  
این رسانه ها بیشتر توجه کند. به عنوان نمونه،  
جنگ جهانی اول اختراع رادیو را سرعت بخشید  
و در جنگ دوم جهانی رادار به عنوان وسیله ای  
مؤثر برای دفاع در مقابل هواپیماها و کشتی ها و  
زیردریایی های دشمن به کار گرفته شد.

## اختراع رادیو

شاید بتوان نقطه عطف ارتباطات راه دور را اختراع  
رادیو و سپس تلویزیون دانست. آری در ۱۲  
دسامبر سال ۱۹۰۱ مارکونی با ارسال یک پیام  
رادیویی از کورنوال انگلستان به مقصد نیوفاندلند  
کانادا، نشان داد که بسیاری از دانشمندان به خطا  
رفته بودند. این امواج مسافتی حدود ۳۴۴۰  
کیلومتر را طی کردند و با انحنای زمین به مقصد  
رسیدند. (استیونسن، ۱۳۶۹: ۲۱)

رادیو ابتدا برای برقراری ارتباط کشتی ها مورد  
استفاده قرار گرفت و سپس رادیوهای آماتوری به  
وجود آمد که به وسیله آنها برنامه های تفریحی را  
پخش می کردند. این امر موجب شد تا سازندگان  
رادیو خود درصدد برآیند از این وسیله برای پخش  
برنامه های تفریحی استفاده کنند و به این صورت  
رادیو با کاربرد جدید پا به عرصه وجود نهاد و به  
زودی امواج رادیو توانست تمامی جهان را فتح  
کند. برای توسعه رادیو و استفاده از توانایی های  
آن، کم کم وسایل دیگری نظیر میکروفون،  
استودیو و... نیز اختراع شدند و مورد بهره برداری  
قرار گرفتند.

اما آنچه بیش از هر چیز موجب توسعه رادیو و  
استقبال عمومی از آن شد، ویژگی های خاص این  
رسانه بود. رادیو از جمله وسایل ارتباطی است که  
توانسته با برنامه های جذاب و سرگرم کننده خود  
ارزش ها و افکار مختلف را انتقال دهد و سطح  
آگاهی مردم را بالا برد.

در کشور ما نیز رادیو در سال ۱۳۰۳ با ورود  
تلگراف بی سیم به وزارت جنگ وارد معادلات  
ارتباطی شد و در اردیبهشت ۱۳۰۵ با ارسال یک  
تلگرام برای کشورهای مختلف جهان کار خود را  
آغاز کرد. به طوری که ایرج برخوردار در کتاب  
**تهیه کنندگی برای رادیو** نوشته است: «از  
سال ۱۳۱۱ مؤسسات بی سیم توسعه پیدا کرد،  
که به ایجاد رادیو منتهی شد. دوم مهرماه ۱۳۱۳  
هیئت وزیران تصویب نامه هایی صادر کرد و  
فروش دستگاه های گیرنده رادیو را برای دریافت  
صدا و نغمه های رادیو مجاز اعلام کرد. بر اساس  
این تصویب نامه، مقرراتی وضع شد مبنی بر اینکه  
برای نصب آنتن و استفاده از رادیو، اجازه وزارت  
پست و تلگراف و تلفن الزامی است.

روز چهارم اردیبهشت ۱۳۱۹، نخستین  
فرستنده رادیویی ایران آغاز به کار کرد. تا سال  
۱۳۲۱ اداره امور رادیویی زیر نظر وزارت پست و



این آرزو که بتوان با وسیله‌ای خاص و توسط ابزار و وسایلی جدید به سرعت از اخبار و رویدادهای سرزمین‌های دیگر باخبر شد، به حدی ذهن بشر را به خود مشغول کرده بود که در قصه‌ها و حکایات بازمانده از گذشته نیز به اشکال گوناگون متجلی شده است.

امروز کشورهایی که به نقش پر اهمیت رادیو واقف هستند، سعی کرده‌اند تا با به خدمت گرفتن این وسیله، گام‌هایی اساسی در راستای ارسال پیام و توسعه جوامع خویش بردارند.



تلگراف و تلفن بود. در آن سال با تأسیس اداره تبلیغات و انتشارات، تهیه برنامه رادیویی در اداره مزبور متمرکز شد. نیروی فرستنده‌های رادیویی در آن موقع منحصر به یک دستگاه موج کوتاه و یک دستگاه موج متوسط به قدرت ۲۰ کیلو وات بود که در شبانه‌روز پنج ساعت برنامه به وسیله آنها پخش می‌شد. یک دستگاه ۲۰ کیلو واتی موج کوتاه نیز خریداری شده بود که به سبب قطع راه‌های ارتباطی در اثر جنگ جهانی دوم، استفاده از آن تا سال ۱۳۲۶ به تعویق افتاد...

از زمان شروع به کار فرستنده‌های شهرستان‌ها می‌توان چند مورد را ذکر کرد: رشت (۱۳۲۷)؛ گرگان (۱۳۲۷)؛ ارومیه (۱۳۲۷)؛ شیراز (۱۳۲۰)؛ تبریز (۱۳۲۵)؛ کرمان (۱۳۲۷)؛ مشهد (۱۳۲۷)؛ کرمانشاه (۱۳۳۷)؛ اهواز (۱۳۳۴)؛ اصفهان (۱۳۲۸)؛ زاهدان (۱۳۳۸)؛ و سندج (۱۳۳۰).

این فرستنده‌ها در آغاز از عصر تا نیمه‌شب برنامه‌های محلی پخش می‌کردند و تا سال‌ها بعد که نقش تقویت‌کننده اخبار سراسری و برخی برنامه‌های رادیویی را به عهده داشتند، به فعالیت‌های محدود خود ادامه دادند. (برخوردار، ۱۳۷۱: ۵-۱۰)

آری! از آن دوران رادیو به عنوان یک وسیله ارتباط جمعی در کشور ما نیز به راه افتاد و نقشی مهم در ارتباطات اجتماعی و رویدادهای سیاسی و اجتماعی برعهده داشته است. اما آنچه موجب شد رادیو در سراسر جهان به شکلی وسیع و در زمانی نه‌چندان طولانی گسترش یابد، بیش از هر چیز ویژگی‌های این رسانه بود.

همان‌طور که می‌دانید هر رسانه‌ای دارای ویژگی‌های خاصی است. البته در این مقاله منظور ما از رسانه تنها «رسانه‌های جمعی» یا «رسانه‌های راه دور» نیست، بلکه منظور ما معنایی وسیع‌تر و اصولی‌تر است؛ زیرا به قول آد بورن: «در مکالمات روزمره، واژه رسانه به گروهی از ابزارهای ارتباطی که اطلاعات را به مخاطبان بسیاری می‌رساند و در اصطلاح، رسانه‌های جمعی نامیده می‌شود؛ مانند: تلویزیون، رادیو، روزنامه، فیلم و مجله‌ها اطلاق می‌شود. این تعریف جامع نیست، چون به صورت مشخص رسانه‌هایی را که بشر از روزهای اول برای برقراری ارتباط مورد استفاده قرار می‌داده و به عبارت دیگر زبان کلامی «Verbal Language»؛ زبان بدنی و ایما و اشاره، رقص، موزیک، دکوراسیون، تزئینات، نقاشی و... را شامل نمی‌شود. مقصود ما

از واژه رسانه، معنایی اصولی‌تر و وسیع‌تر است و کلیه انواع محمل‌هایی را دربرمی‌گیرد که مردم برای تبادل نظر مورد استفاده قرار می‌دهند.» (اد بورن، ۱۳۷۹: ۱۵۷-۱۵۶)

حال که تعریف ما از رسانه مشخص شد، باید این نکته را یادآوری کنیم که در میان تمامی رسانه‌ها و همه وسایل ارتباط جمعی، رادیو جایگاهی ویژه دارد و بر همگان روشن است که وسایل ارتباط جمعی در حال حاضر مهم‌ترین وسیله ارتباطی در برقراری ارتباط میان نقاط مختلف جهان به‌شمار می‌روند. امروز کشورهایی که به نقش پراهمیت رادیو واقف هستند، سعی کرده‌اند تا با به‌خدمت‌گرفتن این وسیله، گام‌هایی اساسی در راستای ارسال پیام و توسعه جوامع خویش بردارند.

البته این نکته را نباید فراموش کرد که «بیشتر رسانه‌های جمعی به خودی خود ارزش ارتباطی کمی دارند. آنها عبارتند از: فناوری انتقال اطلاعات

است روانی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی باشند و همچنین احتمال دارد بر عقاید، ارزش‌ها، اطلاعات، مهارت‌ها، سلیقه‌ها و رفتارهای ظاهری تأثیر بگذارند.» (پژوهش و سنجش، ۱۳۸۰: ۲۷۳)

پس برای اینکه یک رسانه را بشناسیم، باید با ویژگی‌های آن آشنا باشیم. این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که: هیچ رسانه‌ای جایگزین ندارد و نباید این تصور پیش آید در عصری که انواع و اقسام وسایل ارتباطی به حدکافی توسعه یافته است، ممکن است رسانه‌های جمعی قدیمی‌تر جایگاه خود را از دست بدهند.

اما ممکن است این سؤال نیز پیش آید که: با وجود اختراع انواع وسایل مدرن ارتباطی چرا رادیو هنوز هم توانسته جایگاه خود را حفظ نماید؟

پاسخ این سؤال را باید در ویژگی‌های این رسانه جمعی جست‌وجو کرد؛ ویژگی‌هایی که در هر رسانه‌ای وجود دارد و خاص همان رسانه

برای اینکه یک رسانه را بشناسیم، باید با ویژگی‌های آن آشنا باشیم. این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که: هیچ رسانه‌ای جایگزین ندارد و نباید این تصور پیش آید در عصری که انواع و اقسام وسایل ارتباطی به حدکافی توسعه یافته است، ممکن است رسانه‌های جمعی قدیمی‌تر جایگاه خود را از دست بدهند.

که به‌صورت عمده به‌عنوان محملی برای سایر رسانه‌های سنتی عمل می‌کنند. رسانه‌های چاپی به‌عنوان محملی برای زبان نوشتاری، نقاشی و تصاویر و... به‌کارگرفته می‌شوند. رادیو نیز محملی برای زبان کلامی، موسیقی، ترانه و نمایش رادیویی است.» (همان: ۱۵۹)

از سوی دیگر رسانه‌های جمعی هر کدام جایگاه و نقش اثرات خاص خود را دارند و همواره باید به این نکته فکر کنند که: رسانه با مخاطب چه می‌کند و در مقابل مخاطب چه اثری بر رسانه می‌گذارد و این اثرات از چه ناشی می‌شود؟

«برلسون» (Berelson) و «جانوویتس» (Janowitz) درباره تأثیر وسایل ارتباط جمعی چنین می‌گویند: «اثرهای وسایل ارتباط جمعی بسیار وسیع و گوناگون است. این اثرها ممکن است در بلندمدت و یا کوتاه‌مدت بروز نمایند و ممکن است ضعیف یا قوی باشند. این اثرها ممکن است از جنبه‌های مختلفی که در محتوای ارتباطات وجود دارد، نشئت بگیرند و ممکن

آن گذشت. با حضور یک گوینده یا مجری در پشت میکروفون یا کاشتن یک نوار روی دستگاه ضبط صوت، به سادگی می‌توان در کمترین زمان ممکن پیامی را به دورترین نقاط جهان مخابره کرد. شاید همین ویژگی رادیو موجب شد که در جنگ جهانی دوم برخی کشورها به فکر استفاده از این رسانه و انتقال پیام از طریق آن بیفتند. رادیوهای متفکین و متحدین در جنگ جهانی دوم، اخبار و اطلاعات لازم را به سایر نقاط جهان ارسال می‌کردند و همین شیوه موجب نوعی جنگ رسانه‌ای میان حکومت‌ها شد؛ به گونه‌ای که پس از پایان جنگ نیز، رادیوها بیشترین نقش را در ارسال پیام و برقراری ارتباط با سایر ملت‌ها برعهده داشتند.

سرعت انتقال پیام در رادیو نقش مهمی در توسعه کشورهای مختلف جهان ایفا کرده است. در اغلب کشورها از همین سرعت، برای انتقال سریع اطلاعات- به‌ویژه در دوران بحران- بهره‌برداری شده است. از سوی دیگر سرعت این رسانه و سهولت ارسال پیام- که در ادامه در مورد آن سخن خواهیم گفت- برای انتقال نوآوری‌ها و اطلاعات استفاده می‌شود.

## ۲- وسعت

وسعت یک رسانه عبارت است از گستردگی و میزان اطلاعاتی که رسانه در مورد یک موضوع بخصوص ارائه می‌کند. رادیو در این زمینه نیز در رده بالایی قرار دارد. نخست باید گفت رادیو به دلیل نوع ارائه مطالب قشرهای گسترده‌تری از جامعه را دربرمی‌گیرد؛ زیرا گوش دادن به آن نیازمند سواد و آموزش خاصی نیست. با توجه به اینکه هنوز هم در اغلب کشورها بی‌سوادان میزان قابل‌ملاحظه‌ای از جمعیت را تشکیل می‌دهند، از این‌رو، پیام‌های ارسالی از رادیو مختص قشر خاصی نیست. در حالی که برای استفاده از رسانه‌هایی نظیر کتاب، مجله و روزنامه باید استفاده‌کنندگان حداقل، سواد خواندن و نوشتن را دارا باشند.

دیگر اینکه در رادیو با توجه به وسعت آن و میزان ساعات پخش برنامه‌ها که خود فرصت مناسبی است، می‌توان به‌طور اختصاصی‌تر به موضوعات پرداخت و برای هر یک از اقشار و گروه‌های اجتماعی و نیز برای هر گروه سنی برنامه‌هایی خاص را تولید و پخش کرد. امروز در جهان حتی رادیوهای خاص برای گروه‌های

است. ضمن آنکه ممکن است برخی خصوصیات وجه اشتراک میان چند نوع از رسانه‌ها باشند. اما همچنان که گفتیم، هر رسانه‌ای ویژگی‌های خاص خود را نیز داراست.

حال بهتر است ویژگی‌های رادیو را بررسی کنیم تا با خصوصیات این رسانه جمعی بهتر و بیشتر آشنا شویم؛ ویژگی‌هایی که ممکن است عموم مخاطبان تاکنون آنگونه که باید، بدان نیندیشیده باشند.

## ویژگی‌های رادیو

نقاط قوت رادیو به عنوان یک رسانه

### ۱- سرعت انتقال پیام

شاید بتوان گفت، بارزترین ویژگی رادیو سرعت انتقال پیام است. البته هرچه سرعت انتقال پیام در یک رسانه بیشتر باشد، پیام رسانه عمق کمتری دارد. اما با توجه به ساختار رادیو و ساده‌بودن فناوری به‌کاررفته در آن، سرعت قابل توجه این رسانه امری است که به سادگی نمی‌توان از کنار

مختلف مردم با سلیقه‌ها و نیازهای گوناگون وجود دارد. در کشور ما نیز افتتاح و راه‌اندازی رادیوهای اختصاصی، تخصصی و استانی در همین راستا انجام شده است. هر گروه خاص می‌تواند به رادیوی اختصاصی خود گوش فرا دهد و اطلاعات لازم را کسب کند. در اغلب کشورهای توسعه‌یافته روستایی را در دستور کار خود قرار داده‌اند، رادیوهای ویژه روستائیان هر منطقه وجود دارد که از

نمونه‌های موفق آن می‌توان به کشورهای کانادا و استرالیا و برخی کشورهای آفریقایی و آسیایی اشاره کرد. همچنین، اغلب کشورها با راه‌اندازی رادیوهای برون‌مرزی به زبان‌های گوناگون پیام‌های خاص خود را به مردم سایر نقاط جهان انتقال می‌دهند.

وسعت موضوعات در رادیو نیز ویژگی بارز دیگری از وسعت این رسانه جمعی است. در رادیو موضوعات گوناگون را به شکلی نامحدود می‌توان مطرح کرد و می‌توان گفت: مرز خاصی برای انتخاب موضوع در رادیو وجود ندارد.

### ۳- سهولت دستیابی

میزان دسترسی به رسانه‌ها با توجه به تنوع آنها در جهان کنونی متفاوت است. در این مورد نیز رادیو دارای ویژگی‌های بارزی است. ارزیابی گیرنده‌های رادیو، نخستین علت سهولت دستیابی به این رسانه به‌شمار می‌رود. امروزه هزینه یک دستگاه رادیوی ترانزیستوری کوچک ارزان‌تر از هزینه خرید یک جلد کتاب است. این وسیله حتی نیازی به برق ندارد و در هر جا می‌توان از آن استفاده کرد. برای گوش دادن به برنامه‌های رادیویی نیازی به متوقف کردن سایر فعالیت‌های روزمره نیست. یک کشاورز هنگام کار روی زمین زراعی می‌تواند رادیو را با خود حمل نماید و در هنگام شخم و درو و سایر کارهای روزمره از برنامه‌های متنوع رادیو نیز استفاده کند. خانم خانه‌دار می‌تواند هنگام آشپزی یا دیگر کارهای خانه به برنامه‌های رادیو گوش فرا دهد؛ در حالی که برای خواندن یک کتاب یا مجله، تماشای یک فیلم در سالن سینما و حتی دیدن برنامه‌های تلویزیونی، به شرطی که برنامه واقعاً تلویزیونی باشد، باید سایر فعالیت‌ها را کنار گذاشت.

علاوه بر آن، امواج رادیو را در هر نقطه‌ای می‌توان به راحتی دریافت کرد. بسیار هستند روستاها یا مزارعی که حتی دارای جاده مناسب و

به قول معروف «ماشین‌رو» نیستند، اما به آسانی از برنامه‌های رادیویی استفاده می‌کنند؛ در حالی که نمی‌توان به سهولت ارسال امواج رادیو، یک کتاب یا مجله یا روزنامه را به هر نقطه‌ای در زمان تعیین‌شده ارسال کرد. در این زمینه علاوه بر مسافت، شمارگان محدود تأثیرگذار است، اما همچنان که گفتیم، این محدودیت در رادیو وجود ندارد.

از سوی دیگر، چون معمولاً از رادیو با امواج گوناگون استفاده می‌شود، موانع طبیعی نظیر کوه‌ها نمی‌توانند بر نحوه ارسال پیام تأثیرگذارند؛ در صورتی که هنگام ارسال امواج تلویزیونی از طریق فرستنده‌های زمینی، کوهستانی بودن منطقه مشکلات فراوانی را ایجاد می‌کند.

رادیو مرز نمی‌شناسد، اما بسیاری از رسانه‌های دیگر نظیر: کتاب، مجله، روزنامه، فیلم، نوار و لوح فشرده (CD) را به آسانی نمی‌توان به خارج از مرزهای جغرافیایی کشورها صادر کرد. زمانی که برای ارسال آنها صرف می‌شود نیز قابل توجه است. اما همچنان که گفتیم، با رادیو در کوتاه‌ترین زمان ممکن می‌توان پیام‌های موردنظر را ارسال کرد. بنابراین سهولت دستیابی به امواج رادیو واقعیتی است که نباید به سادگی از کنار آن گذشت.

### ۴- درگیر نمودن حواس

هر کدام از رسانه‌های ارتباط جمعی یکی از حواس انسان را به کار می‌گیرند. کتاب، حس بینایی انسان را درگیر می‌کند و رادیو حس شنوایی را؛ با این تفاوت که رادیو با استفاده از امکاناتی که در اختیار دارد (نظیر: گفتار، موسیقی و ساندفاکت)، می‌تواند مخاطب را به شکلی شدیدتر در فعالیت ارتباطی درگیر کند.

### ۵- اعتبار

اعتبار یک رسانه در میان مردم به دلایل گوناگونی به دست می‌آید. از لحاظ علمی به‌طور سنتی رسانه‌های چاپی و به‌خصوص کتاب دارای اعتبار بیشتری هستند.

اما تحقیقات صاحب‌نظران علوم ارتباطی نشان داده است، اعتبار یک رسانه تا حدود زیادی به اعتبار اداره‌کنندگان آن و جایگاهی که در میان مخاطبان کسب کرده است، بستگی دارد. بنابراین، رادیو در صورتی که با یک برنامه‌ریزی خاص مبادرت به پخش برنامه کند و برنامه‌های آن به صورت مستند و با استفاده از تحقیقات

علمی تهیه و تولید شود، می‌تواند اعتبار خاص خود را کسب نماید.

مک لوهان از صاحب‌نظران علوم ارتباطی در مورد اعتبار و تأثیر رادیو می‌گوید: «رادیو بسیاری از مردم را صمیمانه تحت تأثیر قرار می‌دهد. یک نوع تأثیر رودرروست. به وسیله رادیو، نویسنده، گوینده و شنونده در دنیای ارتباطی واحد و مشترکی قدم می‌گذارند. این همان جنبه فوری و صمیمانه رادیوست که می‌تواند یک نوع تجربه خصوصی و شخصی نیز به حساب آید. رادیو قدرتی عمیق دارد که بر ناخودآگاه اثر می‌گذارد و همه چیز و همه کس را دربرمی‌گیرد. رادیو می‌تواند ارواح و اجتماع را یکی سازد. قدرت رادیو به توانایی طبل‌ها و شیپورهای قبایل بدوی شباهت دارد. با این همه هنوز بسیاری از نویسندگان برنامه‌های رادیویی به آنچه با این وسیله می‌توانند انجام دهند، آگاهی ندارند.» (خاتون‌آبادی، ۱۳۷۴: ۶۲-۶۱)

### کاربردهای رادیو در زمینه‌های مختلف

آنچه تاکنون گفته شد، توانایی‌ها و ویژگی‌های رادیو در مقابل سایر رسانه‌ها بود که می‌توان آنها را جزو امتیازات رادیو به‌شمار آورد. اما همچنان که گفتیم، از این توانایی‌ها می‌توان در زمینه‌های گوناگون و به منظور پیشبرد اهداف مختلفی استفاده کرد که در این بخش نگاهی گذرا به کاربردهای رادیو در زمینه‌های مختلف خواهیم داشت.

### - رادیو و اطلاع‌رسانی

بی‌گمان امروز یکی از اصلی‌ترین مأموریت‌های رادیو، «اطلاع‌رسانی» است. با توجه به ویژگی‌هایی که برای رادیو برشمریم، رادیو وسیله‌ای سریع و مطمئن برای ارسال پیام به شمار می‌رود. از طریق رادیو می‌توان در کمترین زمان ممکن، خبرهای جدید را به دورترین نقاط جهان فرستاد.

این واقعیت بر کسی پوشیده نیست که زندگی انسان در عصر حاضر به اطلاعات وابسته است؛ به طوری که می‌توان ادعا کرد: زندگی خوب، توسعه و پیشرفت، بدون تبادل اطلاعات و آگاهی از آنچه در جهان ما می‌گذرد، امکان‌پذیر نیست. بنابراین، مطلع‌نمودن مخاطبان از رویدادهای جهان، کشور و منطقه تحت پوشش دارای اهمیت بسیاری است. خبرهای مربوط به رویدادهای اقتصادی،



اجتماعی، پیشرفت‌های علمی، آخرین دستاوردهای علوم، بیماری‌ها، حوادث غیرمترقبه، تغییرات وضع هوا و رویدادهای سیاسی و جنگ‌های منطقه‌ای از جمله مواردی هستند که می‌توان از طریق رادیو و در کمترین زمان ممکن به اطلاع مخاطبان رساند. جایگاه و نقش رادیو در بحران‌ها نیز غیرقابل انکار است و همچنان که گفتیم، رادیو در این زمینه در جنگ دوم جهانی و پس از آن نیز جایگاه و نقشی ویژه داشته است.

### – رادیو و آموزش

به دلایلی که گفتیم، به خصوص سهولت و وسعت دسترسی، رادیو می‌تواند در زمینه‌های «آموزشی» نیز جایگاه و نقشی اساسی داشته باشد. در واقع، یکی از کاربردهای اساسی رادیو در جهان، بعد آموزشی آن است. بر اساس تحقیقات یونسکو، رادیو به عنوان یکی از وسایل ارتباط جمعی مؤثر در توسعه کشاورزی در کشورهای درحال توسعه شناخته شده است.

به قول دکتر سیداحمد خاتون‌آبادی: «از جمله راه‌هایی که ممالک پیشرفته برای افزایش اطلاعات روستائیان و انتقال نوآوری‌ها به جوامع روستایی، در پیش گرفته و توفیق فراوانی به دست آورده‌اند، استفاده از وسایل ارتباط جمعی؛ به‌ویژه رادیوست. این کشورها توانسته‌اند با استفاده از رادیو برای ایجاد تغییرات اساسی و مطلوب در باورهای روستائیان همت ورزند و از طریق ارتباط دائمی و روزانه با این قشر، آنها را تحت آموزش‌های مستمر غیررسمی قرار دهند. این نوع آموزش، آسان‌ترین و علمی‌ترین شیوه‌ای است که ارتباط دائمی با قشر موردنظر را تضمین می‌کند.» (همان: ۱۳)

با توجه به اینکه نیمی از جمعیت کشور ما در روستاها ساکن هستند و از دیگر سو با در نظر گرفتن درصد بی‌سوادان و کم‌سوادان در سطح کشور، کاربرد آموزشی رادیو در مسیر توسعه اهمیت بسیاری دارد.

همچنین این رسانه ارزشمند را می‌توان در جهت آموزش بهداشت، سوادآموزی، مسائل خانوادگی، مسائل سیاسی و اقتصادی و رشد و اعتلای فرهنگ یک جامعه به کار گرفت. از سوی دیگر، پدیده‌های نوظهوری که وارد چرخه تولیدات کشاورزی و دامپروری شده‌اند، نیازهای اطلاعاتی جدیدی را برای کشاورزان به وجود آورده‌اند. از این رو، آنها نیازمند اطلاعات جدید

و آموزش‌های لازم برای استفاده از شیوه‌ها و ابزارهای جدید هستند. رادیو در این راستا نیز می‌تواند به عنوان رسانه‌ای مؤثر به کار گرفته شود.

«همچنین، پیشرفت‌ها و تحولات وسیع، در تمامی زمینه‌ها و ضرورت انتقال نوآوری‌ها به جوامع سنتی و عقب‌مانده، رادیو را به عنوان ابزار کارسازی که می‌تواند در جهت آموزش و اشاعه یافته‌های علمی به کار گرفته شود، بر سر زبان‌ها انداخته است.» (همان: ۶۵)

احمد خاتون‌آبادی در کتاب **رادیو و ارتباطات توسعه‌ای** می‌نویسد: «رادیو به عنوان وسیله‌ای ارزان و هدایت‌گر در اکثر کشورها برای تحقق هدف‌های توسعه کشاورزی به کار گرفته می‌شود. نقش مؤثر برنامه‌های رادیویی در توسعه کشاورزی کشورهایی چون کانادا و هند

خانم خانه‌دار می‌تواند هنگام آشنیزی یا دیگر کارهای خانه به برنامه‌های رادیو گوش فرا دهد؛ در حالی که برای خواندن یک کتاب یا مجله، تماشای یک فیلم در سالن سینما و حتی دیدن برنامه‌های تلویزیونی، به شرطی که برنامه واقعاً تلویزیونی باشد، باید سایر فعالیت‌ها را کنار گذاشت.

را می‌توان به وضوح مورد کنکاش قرار داد.» (همان: ۶۷)

به همین سبب در اغلب کشورهای جهان یا مبادرت به راه‌اندازی ایستگاه‌های خاص روستائیان کرده‌اند و یا برنامه‌های خاصی برای آنان ایجاد کرده و یا اینکه در قالب باشگاه‌های رادیویی مبادرت به پخش برنامه‌های خاص کشاورزی کرده‌اند، که از نمونه‌های موفق آن می‌توان کشور هند را نام برد.

یک مورد دیگر از کاربردهای رادیو ایجاد مدارس رادیویی و رادیوهای آموزشی است. از طریق رادیو می‌توان برنامه‌های درسی مدارس و دانشگاه‌ها را پخش و به این شیوه، به امر آموزش کودکان، نوجوانان و جوانان کمک کرد. کلام آخر

اینکه رادیو در کشورهای درحال توسعه می‌تواند به منظور آموزش علوم گوناگون مورد استفاده قرار گیرد؛ مدرسه‌ای با دانش پژوهان و شاگردانی نامحدود!

### – رادیو و سرگرمی

بی‌شک یکی از نقش‌های مهم و سنتی رادیو پخش برنامه‌های سرگرمی و تفریحی است. اصولاً همانگونه که در تاریخچه رادیو ذکر آن رفت، نخستین بار پس از اختراع رادیو، رادیوهای آماتور به پخش برنامه‌های تفریحی پرداختند و این حرکت موجب شد تا تولیدکنندگان فرستنده‌های رادیویی ایجاد برنامه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده را در دستور کار خود قرار دهند. رادیو به زودی در این زمینه توانست جایگاه خود را بیابد. برنامه‌های سرگرمی و تفریحی همراه با پخش موسیقی‌های مفرح می‌توانست هر شنونده‌ای را به خود جذب کند. علاوه بر آن، با توجه به نیاز فطری انسان به تفریحات سالم و پر نمودن اوقات فراغت و عدم دسترسی تعداد زیادی از مردم به سایر امکانات برای گذراندن اوقات فراغت خویش، هزینه پایین و سهولت دسترسی موجب شد تا رادیو بتواند تا حد زیادی کمبودهای موجود در جوامع را جبران کند.

هم‌اینک در نقاط دورافتاده، اغلب مردم از دسترسی به امکاناتی نظیر: سالن‌های سینما و تئاتر و اماکن ورزشی و تفریحی محروم هستند. به عنوان نمونه، در شهرستان سنندج که مرکز استان کردستان و بزرگ‌ترین شهر این استان است و حدود چهارصد هزار نفر جمعیت دارد، تنها دو سالن سینما وجود دارد که البته یکی از آنها نیز مدت‌هاست به خاطر تعمیر بسته است. بدیهی است این اماکن نمی‌توانند نیاز اقشار مختلف مردم و به‌خصوص جوانان و نوجوانان را تأمین کنند. مسائلی چون: صرف‌هزینه، کمبود وقت، تنوع کم و مشکلات تردد را نیز باید به این موارد افزود. درحالی که رادیو به دلیل سهولت دستیابی، کم‌هزینه بودن و این خاصیت که گوش دادن به آن موجب قطع سایر فعالیت‌های روزمره نمی‌شود، می‌تواند وسیله خوبی برای سرگرمی مردم و پر کردن اوقات فراغت آنها باشد.

نیاید این نکته را فراموش کرد که روستائیان تلاشگر ما که نیمی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند، در اغلب نقاط به‌طور کلی امکان دسترسی به اماکن تفریحی، ورزشی و فرهنگی



را ندارند. از این رو، رادیو در پرکردن ساعت‌های بیکاری روستانشینان نیز جایگاه خاصی دارد. این امر در زمستان و در نقاط سردسیر و معتدل که روستائیان اوقات بیکاری بیشتری دارند، اهمیت بیشتری دارد.

مسئله مهم دیگر این که در برنامه‌های سرگرمی و تفریحی می‌توان یک ارتباط دوسویه با مخاطبان برقرار کرد. در این نوع برنامه‌ها که اغلب به‌طور زنده و مستقیم پخش می‌شوند، مخاطبان می‌توانند از طریق تلفن یا واحدهای سیار با برنامه ارتباط برقرار کنند و بخشی از نیازهای خود را نیز از همین طریق به اطلاع تهیه‌کنندگان برنامه‌های رادیویی برسانند. بدین ترتیب ارتباطی دوجانبه میان دست‌اندرکاران و مخاطبان برنامه به‌وجود می‌آید و این امر در هماهنگ‌سازی پیام‌های موردنظر با نیازها و انتظارات آنها تأثیری مستقیم دارد. معمولاً این نوع برنامه‌ها در برقراری ارتباط با مخاطبان موفق خواهند بود.

### تخیل آفرینی

یکی از ویژگی‌های بارز رادیو تخیل آفرینی است. چون رادیو تنها با یک حس انسان سر و کار دارد و یکی از حواس انسان را درگیر می‌سازد، از این رو، قدرت تخیل آفرینی آن بسیار قوی است. شنونده یک برنامه یا یک نمایش رادیویی باید صحنه‌ها را در ذهن خود بازسازی کند. این امر قدرت تخیل را در فرد بالا می‌برد. در برخی قالب‌های رادیویی مانند: برنامه‌های مستند یا نمایش‌های رادیویی به بهترین شکل می‌توان از قدرت تخیل آفرینی رادیو استفاده کرد.

البته بر کسی پوشیده نیست که ویژگی‌های رادیو تنها در این چند سطر خلاصه نمی‌شود، اما آنچه بیان کردیم، برخی از ویژگی‌های بارز و نقاط قوت این رسانه جمعی بود.

### کاستی‌های رادیو در مقایسه با سایر رسانه‌ها

#### ۱- عمق

همچنان که گفتیم هرچه سرعت یک رسانه بیشتر باشد، عمق آن رسانه کمتر است. رادیو نسبت به سایر رسانه‌ها نظیر کتاب دارای عمق کمتری است. در یک تقسیم‌بندی، رسانه‌ها به ترتیب عمق عبارتند از: کتاب، مجله، فیلم، تلویزیون و رادیو. در رسانه‌هایی چون رادیو یا تلویزیون نمی‌توان مانند کتاب به شکلی عمیق

به بررسی مسائل پرداخت. از این رو، تأثیر کتاب بر ذهن خواننده از تأثیر سایر رسانه‌ها بیشتر است.

#### ۲- تداوم

کتاب نسبت به سایر رسانه‌ها تأثیری پایدار در ذهن انسان برجای می‌گذارد. ممکن است محتوای یک کتاب در تمامی عمر در حافظه خواننده باقی بماند. علاوه بر آن، کتاب و مجله را می‌توان برای مدت بسیار طولانی در کتابخانه نگهداری کرد تا در مواقع لزوم به آن مراجعه نمود؛ در حالی که برنامه‌های رادیو در ذهن شنندگان حفظ و ضبط نمی‌شود. البته برای نگهداری آنها در حافظه می‌توان از تکرار موضوعات استفاده کرد. با تکرار یک موضوع در رادیو می‌توان به نگهداری آن در حافظه مخاطب تداوم بخشید.

#### ۳- بازخورد پیام

در رادیو و در نگاهی کلان، در وسایل ارتباط جمعی یا رسانه‌های گروهی، بازخورد پیام به میزان کم و دور از دسترس است. چون جریان پیام معمولاً یکسویه است. این تفاوت میان تمامی رسانه‌های جمعی با وسایل ارتباط میان فردی وجود دارد. چون در وسایل ارتباط میان فردی، زمینه پیام معمولاً چهره به چهره است، از این رو، جریان پیام دوسویه است و بازخورد پیام به میزان وسیع قابل مشاهده است. اما این امر در مورد رسانه‌ای مانند رادیو کمتر امکان‌پذیر است. این نقیصه را در رادیو معمولاً با سنجش افکار و برقراری ارتباط مستقیم در برنامه‌ها با مخاطبان جبران می‌کنند.

#### ۴- اختلال در پیام‌رسانی

در رسانه‌های جمعی معمولاً اختلال در پیام‌رسانی پیش می‌آید. در رادیو نیز چون تنها یک حس انسان درگیر می‌شود، اختلال در این ارتباط ممکن است به سرعت ایجاد شود. از سوی دیگر، خرابی دستگاه‌های فنی، پارازیت، خش و صداهای ناشی از اشکال فنی میکروفون و سایر وسایل مورد استفاده در رادیو، همچنین ضعیف‌بودن امواج و خرابی گیرنده‌ها می‌تواند در فرایند ارتباط اختلال ایجاد کند و این اختلال هر لحظه و در هر شرایطی ممکن است پیش آید. این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که رادیو موج است و شنونده نمی‌تواند مانند خواننده کتاب بازگردد یا دوباره بخشی از برنامه را مرور کند.

#### ۵- گسترش فرهنگ عوام

«برخی معتقد هستند که رسانه‌ها و وسایل

ارتباط جمعی، موجب بروز و گسترش شدید فرهنگ عوام هستند. به‌ویژه از زمان پیدایش تلویزیون و به کمک سینما، این دو توانسته‌اند این دامنه را توسعه دهند. از این اصطلاح، عموماً برای توصیف پدیده‌هایی چون قطعات طنز اکثر برنامه‌های رادیو و تلویزیون، رمان‌های فرمول‌وار؛ مانند: داستان‌های عاشقانه، داستان‌های پلیسی و داستان‌های تخیلی - علمی، موسیقی کوچه بازاری، مدهای روز (Fashion) و برنامه‌های ورزشی استفاده می‌شود. به عبارت دیگر فرهنگ عوام عبارت است از فرهنگی که از طریق رسانه‌های جمعی منتقل می‌شود و همچنین، سایر ابعاد فرهنگ که به‌صورت عام، تعداد زیادی از مردم به شکل مستمر آنها را مصرف می‌کنند.» (خجسته، ۱۳۸۰: ۶۱)

البته اگر بخواهیم منصفانه قضاوت کنیم، امروز این امر کاملاً به اثبات رسیده است. اما با این حال نباید به خاطر این تهدیدها مزایای اینگونه رسانه‌های راه دور را فراموش کرد، بلکه برای کاهش این تهدیدها باید در امر برنامه‌سازی خود تجدیدنظر کنیم.

#### منابع و مأخذ

- ابن‌ابی‌الخیر، ایرانشاه (۱۳۷۸). **بهمین نامه**، ویراسته رحیم عقیقی، تهران: علمی و فرهنگی.
- استیونس، جان (۱۳۶۹). **ارتباطات**، ترجمه: رضا قریب، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- اسدی طوسی، احمد (۱۳۵۴). **گر شاسب‌نامه**، به اهتمام حبیب یغمایی، تهران: طهوری.
- برخوردار، ایرج (۱۳۷۱). **تهیه‌کنندگی برای رادیو**، تهران: واحد انتشارات و مطبوعات روابط عمومی صدا و سیما.
- بورن، اد (۱۳۷۹). **بعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه**، ترجمه: مهرسیما فلسفی، تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- پژوهش و سنجش (۱۳۸۰). **فصلنامه علمی و پژوهشی**، تهران: معاونت تحقیقات و برنامه‌ریزی سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- خاتون‌آبادی، سیداحمد (۱۳۷۴). **رادیو و ارتباطات توسعه‌ای**، تهران: انتشارات سروش.
- خجسته، حسن (۱۳۸۰). **مخاطب‌شناسی در رادیو**، فصلنامه **پژوهش و سنجش**.
- فردوسی، ابوالقاسم (۱۳۷۷). **شاهنامه**، تحت‌نظر برتلس، تهران: سوره.
- ویسهوفر، یوزف (۱۳۸۰). **ایران باستان**، ترجمه: مرتضی ثاقب‌فر، تهران: ققنوس.