



رادیو؛ رسانه دیروز، امروز و فردا

❖ خسرو رسولی

پژوهشگر و تهیه‌کننده رادیو زنجان

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

ادامه داشت. پس از آن عصر زندگی در کهکشان گوتنبرگ آغاز شد. مسافران این کهکشان، ۳۸۰ سال در آن ماندند و بعد سومین سفر خود را آغاز کردند. سفر به کهکشان مارکونی یعنی پیدایش رادیو.

مک‌لوهان برای آدم‌های ساکن هر کهکشان ویژگی‌هایی برمی‌شمارد. انسان کهکشان شفاهی، قضایا و رویدادها را متفاوت از انسان کهکشان گوتنبرگ می‌نگرد و دنیای طبیعی چنین انسانی را

(ساغروانیان، ۱۳۶۹: ۲۵۰)، گرچه شکل ارتباط در ادوار و اعصار مختلف متفاوت بوده؛ چرا که ابزار و وسایل متفاوتی به کار گرفته شده است.

مارشال مک‌لوهان کانادایی برای تقسیم‌بندی این دوره‌ها سه کهکشان مختلف را معرفی می‌کند:

- کهکشان اول؛ کهکشان شفافی بود که از دوردست تاریخ آغاز و تا سال ۱۴۵۳ میلادی یعنی تاریخ پیدایش ماشین چاپ،

انسان موجودی مدنی‌الطبع است؛ یعنی حیوانی است که به‌صورت اجتماعی زندگی می‌کند. از زمان تشکیل جامعه، مهم‌ترین امر زندگی اجتماعی بشر، ایجاد ارتباط با هم‌نوعانش بوده است و از آنجا که ارتباط بی‌واسطه ذهن‌ها با یکدیگر میسر نیست، به ناچار به استفاده از وسیله یا وسایلی خاص روی آورده است.

مهم‌ترین وسیله ارتباط افراد بشر همواره زبان در شکل‌های مختلف آن بوده است

در حد و حدود شنوایی او تعیین می‌کند؛ دنیایی کوچک با مرزی کاملاً در افق دید. (محسنیان‌راد، ۱۳۶۹: ۴۸۸)

دنیای انسان مقیم کهکشان گوتنبرگ از دنیای خطوط مستقیم و پشت سرهم، دنیای اعتقادات به فرضیه‌های ثابت و معلوم، دنیای طبقه‌بندی‌ها، دنیایی که در آن هر چیز باید در طبقه مخصوص خود قرار گیرد و هر معلولی فقط از علت تعیین شده خود ریشه گیرد، تشکیل می‌شود.

مک‌لوهان می‌گوید: انسان ساکن کهکشان گوتنبرگ توانست به تمامی هنرها و علوم، به ریاضیات و فیزیک، نقاشی و شعر، حالت و شکل جدیدی بدهد و به این ترتیب اقامت در این کهکشان مفهوم متداول زمان و مکان در تمام قرون و در تمام جهات و گوشه‌های فرهنگ موجود را یکسره تغییر داد. بر این اساس، ساکنان کهکشان مارکونی امکان یافتند که در کنار رادیو زندگی کنند؛ وسیله‌ای ارتباطی که مک‌لوهان آن را نیز مثل کتاب یک وسیله ارتباطی گرم می‌نامد، و در مقابل و نه در کنار تلویزیون از آن نام می‌برد.

آنها وارد دنیای درهم‌پیچیده‌ای شدند که ارتباطات شکل تازه‌ای پیدا کرده بود. تلویزیون وسیله ارتباطی سردی بود که بیننده، برای درک آن، باید خلأهای موجود را پر می‌کرد و در آن فرو می‌رفت و با آن یکی می‌شد. (احمدی، ۱۳۷۴: ۴۵۶)

سال ۱۹۲۰ میلادی که نخستین فرستنده رادیویی جهان در لندن به کار افتاد، نقطه عطفی در مناسبات ارتباطی و فرهنگی جهان به‌شمار می‌رفت؛ نقطه آغازی برای پیاده‌شدن در کهکشان جدید و به دنبال آن تلویزیون و پس از آن رایانه که تمدن این کهکشان را به اوج خود رسانید. (محسنیان‌راد، ۱۳۶۹: ۵۰۱)

مک‌لوهان به نیروی توسعه فناوری در ساحت گسترش توانایی‌های انسانی، تأکید می‌کند و می‌گوید: ابزار، ادامه نیروهای جسمانی ماست. یکی از نخستین ابزار اختراعی انسان چرخ‌گردنده است که سریع‌تر

و ساده‌تر از پای انسان فاصله‌ها را می‌پیماید و چکش امتداد یا تداوم دست است. دوچرخه تداوم پاست و رایانه تداوم مغز آدمی. در دوران مکانیکی، ما جسم خود را در سطح زمین گسترش می‌دادیم، اما اکنون نظام عصبی خود را به گونه‌ای فضایی گسترش می‌دهیم. دستاوردهای فناوری الکتریکی، نظام عصبی ما را گسترش داده‌اند و ما رویکردی تازه به محیط‌زیست خود یعنی سیاره زمین پیدا کرده‌ایم. از راه فناوری جدید ارتباطی درکی تازه از فضا و مکان به‌دست آورده‌ایم. محیط زیست ما تمامی سیاره زمین شده و ما-انسان کهکشان مارکونی- به یاری رسانه‌های ارتباطی جدید به همان سهولت از این محیط باخبر می‌شویم که یک روستایی از مسائل و مشکلات روستایش باخبر می‌شد. ویژگی اصلی این طلیعه روزگار نو ادراک به‌هم‌پیوسته ماست که به جای درک ازهم‌گسیخته دوران گوتنبرگ پدید آمده است. آن زمان فهم پاره‌پاره‌ای از واقعیت، تصویری نادرست از تمامیت می‌آفرید، اما امروز است که زیست مکان ما تبدیل به یک کل یکپارچه شده است.

از این روست که مک‌لوهان می‌گوید: «رسانه همان پیام است». البته از یاد نبریم که هنوز بنیان ادبی، نوشتاری و چاپی دانایی ما، ما را آماده رویارویی با زبان فناوری الکتریکی-مغناطیسی نکرده است، اما اصل این است که تجربه آفرینندگی و مهم‌تر از همه نیروهای بالقوه ما دگرگون شده است. اینجا نکته مهمی که در مرکز بحث مک‌لوهان قرار می‌گیرد، «اطلاعات» است. اساساً یکی از مشخصه‌های دوران ما، اعتبار اطلاعات است. اطلاعات به‌طور کامل در خدمت کارایی قرار گرفته است. ما را از چیزی باخبر می‌کنند که قطعاً به کار بیاید. در حالی که فناوری مکانیکی تفاوت‌ها را می‌پذیرفت، اما فناوری الکتریکی همه را یکسان می‌خواهد و به سوی سادگی پیش می‌رود. زبان، تقلیل‌گرا می‌شود و سطح گستره آموزش و اطلاع‌یابی وسیع اما در ژرفا، اطلاعات محدود می‌شود.

همگان به‌صورت مختصر از همه‌چیز باخبر می‌شوند، برخلاف اصل روشفکری کهکشان گوتنبرگ که معدودی افراد، به‌گونه‌ای ژرف از چیزها باخبر می‌شدند.

(احمدی، ۱۳۷۴: ۴۵۸-۴۵۷)

اساس دانایی و ارتباط در کهکشان نخست (شفاهی) شنیداری بود. در کهکشان گوتنبرگ، خواندنی و در کهکشان مارکونی به قول مک‌لوهان شنیداری-دیداری استوار به دانش برآمده از خواندن است. در هر کهکشان، فرهنگ کلی و جهان‌بینی آدمی شکل خاصی دارد. در نخستین مورد، یعنی روزگار فرهنگ شفاهی یا گفتاری-شنیداری، حدود دنیای آدمیان را توان حسی شنیداری آنها تعیین می‌کرد. واقعیت نیز چون قاعده ارتباط، مستقیم به انسان ارائه می‌شود. دنیای انسان کهکشان گوتنبرگ را ارتباط خواندنی از طریق کتاب و در نتیجه اعتبار شخص غایب و خطوط مستقیم و پی‌درپی تعیین می‌کرد. این جهان با اعتقاد به نظریه‌ها و فرضیه‌های ثابت و مشخص کار می‌کرد: دنیای طبقه‌بندی‌ها، علم اثباتی، جهان علت و معلولی و جهان خرد ابزاری.

رسانه ارتباط اصلی کتاب بود؛ یعنی در غیاب مؤلف، ارتباط ممکن می‌شد. ابزار ارتباطی گرم بودند و این اصطلاح ویژه مک‌لوهان است؛ یعنی رسانه‌های ارتباطی، خود رساننده معنا بودند و از مخاطب می‌خواستند که در ساختن معنا شرکت کنند.

رادیو رسانه‌ای است متعلق به کهکشان سوم. با اینکه در اساس استوار به شنیدار است، باز همچون کتاب و الفبا رسانه‌ای گرم است. چون معنای تمام‌شده و شکل‌گرفته‌ای را ارائه می‌کند و در تضاد با رسانه‌های سرد همچون تلویزیون قرار می‌گیرد که معنا سازی را برعهده مخاطب می‌گذارد. (همان: ۴۵۶)

برتولت برشت، هنگام فرار از دست نازی‌ها، درباره رادیو چنین گفته است: «ای جعبه کوچکی که هنگام فرار تو را به سینه می‌فشارم تا مبادا وجودم کمترین آسیبی ببیند. من تو را به همراه خود، از خانه به

کشتی و از کشتی به قطار می‌برم تا دشمنانم بتوانند به وسیله تو، در هر موقعیتی مرا بیشتر بیازارند. در کنار تاخت‌و‌خوابم، در اوقات دردمندی‌هایم و تا آخرین لحظات شب و از اولین لحظه بیداری صبح، مدام برایم از پیروزی‌هایشان بگویند و بدبختی‌هایم را به رخم بکشند، اما به من قول بده که ناگهان خاموش نشوی.»

از این گفته برشت می‌توان به خصوصیت و ماهیت رسانه رادیو پی برد؛ خصوصیتی مانند: کم‌هزینه‌بودن، دردسترس‌بودن، قابلیت تحرک و قدرت انتقال سریع پیام.

رادیو رسانه‌ای متفاوت با سایر رسانه‌هاست؛ زیرا تنها عناصر شنیداری را در اختیار دارد و با کلام، موسیقی و صدا تلاش می‌کند پیام خود را با کمترین اختلال و ابهام به مخاطب انتقال دهد. در سال ۱۹۳۶ میلادی که اولین فرستنده تلویزیونی راه افتاد، بسیاری از اندیشمندان، بر این باور بودند که عمر رادیو به پایان رسیده و رادیو در آستانه مرگ حتمی قرار دارد. اما امروزه، با وجود صداها کانال تلویزیونی، هزاران روزنامه و میلیون‌ها وبلاگ و وبسایت که مخاطبان خود را دعوت به توجه و همراهی می‌کنند، هنوز رادیو به عنوان یک رسانه مردمی و محبوب ایفای نقش می‌کند.

حتی مطالعات اخیر نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر مخاطبان رادیو افزایش چشمگیری داشته‌اند و این به دلیل نوع زندگی امروزی مردم، یعنی افزایش تحرکات اجتماعی است. (استوارت، ۲۰۰۳: ۱۰)

با وجود این، رادیو فرازها و فرودهای بسیاری را گذرانده است. سرعت گسترش تلویزیون بعد از جنگ جهانی دوم در امریکا، انگلستان و ژاپن این تصور را به وجود آورده که زوال رادیو فرا رسیده است. همچنین تنزیم شدید رادیو در یک دوره در میان مردم، تأییدی بر این فرض بود. اما باید اذعان کرد که تلویزیون، تنها چالشی بر سر راه رادیو پدید آورد تا این رسانه از عادات دیرینه خود دست بردارد و با استفاده از پیشرفت‌های تکنیکی و امتیازاتی که دارد، به تغییراتی

جدی در شیوه و زمان ارتباط خود با مردم روی آورد. بی‌تردید کسب جایگاه واقعی رادیو به شناخت کامل این رسانه و نحوه کاربرد آن در جامعه مربوط می‌شود. رادیو رسانه‌ای است که با هیچ رسانه دیگری قابل مقایسه نیست؛ همانگونه که هیچ رسانه دیگری خود را با آن قیاس نمی‌کند.

اولین مسئله‌ای که لازم است به آن توجه شود، کار ماده تولید برنامه‌های رادیویی، یعنی صداست. هرچند اصحاب رادیو از سه عنصر کلام، موسیقی و افکت (صداها) تأثیرگذار در تجسم محیط، و حتی برخی از سکوت به عنوان عنصر ساخت و تولید برنامه‌های رادیویی نام می‌برند، اما در حقیقت می‌توان گفت که همه آنها از یک جنس و یک چیزند و آن، صداست.

مطلب کلامی، بسیار بیشتر از مطلب چایی، توجه افراد را به خود جلب می‌کند؛ چرا که زبان گفتاری رایج مردم بیشتر ایجاد تصویر می‌کند. عناصر صوتی رادیو مانند کلام و موسیقی در بیان رادیویی نقش حساس و مهمی دارند و در صورتی که با عنصر تصویری سینمایی یا تلویزیونی مقایسه شوند، اهمیت آنها آشکارتر می‌شود. تصویر بیانگر وجود چیزی است؛ حال آنکه صدا معرف حرکت اشیا یا فعالیت افراد است. از این رو، ترکیب آن با دیگر عناصر صوتی رادیو ارتباط فکری و معنوی کاملی برقرار می‌سازد. از طرف دیگر، تصویر به دلیل ماهیت خود از ارائه کلیات، عاجز است و تنها می‌تواند جزئیات را نشان دهد.

یکی از خصوصیات ویژه رادیو در تماس با مخاطب، رهاسازی تخیل اوست. اولین کارخانه‌ای که انسان احداث کرد، کارخانه عظیم گونی‌بافی یا حریربافی نبود. اولین و بزرگ‌ترین کارخانه انسان، کارخانه خیال‌بافی بود. انسان بدون تخیل متصور نیست و رادیو رسانه‌ای است که با خیال‌مندی بشر سازگاری تمام‌عیار دارد. تصاویر یک مخاطب در تماس با رادیو خاص خود اوست. هیچ مخاطب دیگری با او هم‌تصویر نیست. در رادیو صداها صاحب شخصیت می‌شوند

و کلام در ترکیب با مظاهر مختلف صوت، شنونده را صاحب تصاویر ذهنی متفاوت می‌کند.

یک برنامه‌ساز خلاق می‌تواند با ترکیب صداها شنونده را صاحب تصویری ذهنی کند که هیچ اثر تجسمی و حتی سینمایی، قادر به تولید آن نباشد؛ چرا که یک برنامه رادیویی فیلمی است که مخاطب آن را نه با چشم بلکه با گوش خود می‌بیند.

امروز رادیو، متناسب با پیشرفت فناوری‌های نوین، خود را تطبیق داده است. شاید وجود فضاهای پادکستی دلیلی محکم بر اثبات این ادعا باشد و قطعاً متناسب با فناوری‌های بعدی هم شکل تماس خود را با مخاطب تغییر می‌دهد.

رادیو ساخته تخیل انسان است و خود در تماس با انسان خیال‌مندی او را ارتقا می‌دهد. تا زمانی که انسان‌هایی از نوع ساکنان سیاره ما وجود دارند، رادیو هم وجود خواهد داشت.

منابع و مأخذ

- احمدی، بابک (۱۳۷۴). **حقیقت و زیبایی**. تهران: مرکز.
- چاتلر، پاول و هریس، سیم (۱۳۸۶). **اصول ژورنالیسم در رادیوهای محلی**. ترجمه زهره جنابی، تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.
- خجسته، حسن (۱۳۸۱). **درآمدی بر جامعه‌شناسی رادیو**. تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- خجسته، حسن (۱۳۸۴). **تأملاتی جامعه‌شناختی درباره رادیو**. تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- خجسته، حسن (۱۳۸۵). **مطالعاتی جامعه‌شناختی درباره رادیو**. تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- ساغروانیان، سیدجلیل (۱۳۶۹). **فرهنگ اصطلاحات زبان‌شناسی**. مشهد: نما.
- شانکلمن، لوسی (۱۳۸۲). **مدیریت سازمان‌های رسانه‌ای در BBC و CNN**. ترجمه دکتر ناصر بلیغ، تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- فریلند، سینتیا (۱۳۸۰). **اما آیا این هنر است؟** ترجمه کامران سپهران، تهران: مرکز.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۶۹). **ارتباط‌شناسی**. تهران: سروش.
- مک‌کوی، کونسی (۱۳۸۲). **برنامه‌سازی خلاق در رادیو**. ترجمه دکتر ناصر بلیغ، تهران: تحقیق و توسعه صدا.