



قسمت دوم

رادیو آلمان در دهه ۱۹۳۰

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

● پاتریس پولتزر
ترجمه شهرام جمالیان

به نمایش شباهت داشت. هنگامی که هیتلر به قدرت رسید، کاربرد آنها را تغییر داد. گردهماییهای حزب، قبل از سال ۱۹۳۳، تنها یک فعالیت سیاسی محدود به شمار می‌رفت، اما در سالهای پس از آن، سخنرانیها و رژه‌های حزب نازی به مسئولیتی بزرگ و ملی تبدیل شد. تمام وسایل ارتباط جمعی آلمان برای تبلیغات چه در داخل کشور و چه در خارج از آن به کار گرفته شدند.

هیتلر از پیش برنامه اجرای تجمعات را

هزاران طرف‌دار حزب سخنرانی می‌کرد. همیشه در روزهای قبل از برپایی این گردهماییها، زمان و مکان آن بارها و بارها به مردم اطلاع داده می‌شد. هنگامی که روز موعود فرا می‌رسید، تقریباً هیچ‌کس نمی‌توانست از شنیدن پیام بگریزد؛ زیرا سخنرانی از تمام ایستگاههای رادیویی رایش سوم و نیز بلندگوهای نصب‌شده در خیابانها، کارخانه‌ها، رستورانها و سایر نقاط پرجمعیت شهرها پخش می‌شد. تجمعات و رژه‌های حزب نازی بیشتر

تجمعات نورنبرگ و ظهور بلندگو

علاوه بر گسترش رادیو، ظهور بلندگو نیز هیتلر را در رسیدن به اهداف خود یاری رساند. بلندگو تا سال ۱۹۳۵ اختراع نشده بود، اما در سالهای پس از آن پیشوای آلمان به شدت از آن برای تبلیغات و سخنرانیهای خود بهره برد. هیتلر در جریان تجمعات بزرگ حزب نازی در نورنبرگ که بارزترین قدرت‌نمایی حزب محسوب می‌شد، بلندگو را به شکل گسترده‌ای به خدمت گرفت. در این تجمعات، رهبر آلمان برای

مطالعه می‌کرد و معمولاً چند هفته قبل از برپایی آنها به نورنبرگ می‌رفت تا از نزدیک، تدارکات لازم برای روز سخنرانی را مورد بازرسی قرار داده و با مسئولان کمیته برگزاری تجمعات در مورد جزئیات مراسم، به گفت‌وگو بپردازد.

میدان رژه لوتیتپولد (Luitpold) که کار ساخت آن در سال ۱۹۳۶ به پایان رسید، به دفعات مکرر مورد مرمت و بازسازی قرار گرفت تا هیتلر بتواند از این مکان جمعیتی بالغ بر ۴۰۰ هزار نفر را در گردهماییهای نورنبرگ مورد خطاب قرار دهد.

مراسمی که شب هنگام در این میدان رژه برگزار می‌شد، از ابهت خاصی

حزب نازی تنها منحصر به او باشد و تمایل داشت وی تنها کسی باشد که مردم را در جریان امور قرار می‌دهد. سیاست پایین نگاه داشتن قیمت فروش گیرنده‌های رادیویی بسیار کارساز بود. از میان انواع گوناگون گیرنده‌های رادیویی که بین اوت ۱۹۳۳، تا ژوئیه ۱۹۳۴ به فروش رسیدند، ۳۷ درصد آنها از نوع «گیرنده مردم» بود. این رقم طی ۱۲ ماه بعد، به ۴۴ درصد رسید.

در طول دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰، رادیو به عنوان وسیله ارتباط جمعی مهمی توجه جهانیان، به ویژه اروپائیان را به خود جلب کرد. آنچه که بیش از هر چیز، در مورد رادیو اهمیت داشت این بود که این وسیله می‌توانست حوادث زنده را در فاصله بسیار

روان‌شناسان و محققان عقیده دارند، اگر هیتلر در زمان ظهور و گسترش تلویزیون به قدرت می‌رسید، قادر نبود آنچه که از طریق رادیو به دست آورد، کسب کند.

برخوردار بود. پخش اپراهای واگنر از طریق بلندگوها، به کارگیری صداها نورافکن، پرچمهای برافراشته صلیب شکسته، ستونهای عظیم و نیز جایگاه سخنرانی هیتلر، همه و همه مردم حاضر در میدان را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دادند. اکنون صدای هیتلر با به کارگیری ایستگاههای رادیویی و هزاران بلندگو در حریمهای خصوصی و عمومی نفوذ می‌کرد. چه مردم دوست داشتند و چه نداشتند، پیشوای آلمان این قدرت را یافته بود که صدای خود را به گوش همه توده‌های مردم در سراسر آلمان برساند. این موضوع، یعنی رخنه به حیطه‌های خصوصی و عمومی، دگرگونی مهمی در تاریخ رادیو محسوب می‌شد.

هیتلر دوست داشت که اطلاعات

شنوایی را ارتقا بخشد.

سخنران آلمان

«اگر رادیو وجود نداشت، مردم آلمان چگونه می‌توانستند از شخصیت پیشوای خود آگاه شوند؟ چگونه می‌توانستند به فداکاریهای صمیمانه او در راه خدمت به منافع عموم پی ببرند؟ چگونه می‌توانستند با افکار او به طور مستقیم ارتباط برقرار کنند؟»
(هورست درسلر - آندرس (Address Horst Dressler) یکی از مسئولان وزارت تبلیغات آلمان)

هیتلر به خاطر داشتن استعداد خاصی در فن کلام معروف بود. توانایی او به عنوان یک سخنران قوی، یکی از دلایل مهم پیروزی او محسوب می‌شد. رهبر آلمان برای آنکه همیشه بتواند صدای خود را آماده نگاه دارد، قبل و بعد از سخنرانیهای طولانی از شیر داغ و تخم مرغ خام، به منظور نرم کردن تارهای صوتی خود استفاده می‌کرد. همراهان نزدیک وی اجازه نداشتند در حضور او سیگار یا پیپ بکشند تا مبادا گلوی او آزرده شود. هیتلر این استعداد ذاتی را داشت تا بتواند احساسات عمیق شنونده‌های خود را برانگیزد. وی اعتقاد راسخ داشت که در تبلیغات، گفتار از نوشتار موثرتر است. رادیو این امکان را به هیتلر داد تا از استعدادهای خود، برای برانگیختن احساسات و تعصبات بخش عمده‌ای از عامه مردم و در نتیجه تحکیم قدرت خود بهره‌گیرد.

سخنرانیهای هیتلر در تمام دنیا پخش می‌شد. در سال ۱۹۴۲، سخنرانیهای وی به ۳۶ زبان مختلف به گوش مردم جهان می‌رسید. نازیها بر این باور بودند که اگر مردم به صورت گروهی و نه به شکل انفرادی، با به کارگیری رادیو از جریان سخنرانیها و تجمعات آگاه شوند، بیشتر

اندکی به اطلاع میلیونها نفر - بدون در نظر گرفتن سطح معلومات، قومیت و نژاد - برساند.

رادیو هم در داخل و هم در خارج از کشور برای آلمان سلاح مهمی در جنگ روانی به شمار می‌رفت. با شکست نظامی کشورهای اروپایی از ارتش آلمان، نازیها ایستگاههای رادیویی آنها را به تدریج در خدمت خود گرفتند، تا جایی که سرانجام بیشتر ایستگاههای رادیویی اروپا به چنگ آلمانها افتاد. شاید بعضیها از اینکه رادیو برای نازیها تا این حد پراهمیت بود شگفت زده باشند. در ادامه این بحث، این موضوع مورد تجزیه و تحلیل قرار خواهد گرفت. در ارتباطات اجتماعی، رادیو این قدرت را دارد تا از اهمیت «دیدن» بکاهد و در عوض نقش صدای انسان و حس

تحت تاثیر قرار می‌گیرند. بنابراین آنها از مردم می‌خواستند که در هنگام پخش سخنرانیها از رادیو، دورهم گردآمده و به صورت گروهی به آن گوش دهند. یک شنونده آلمانی، عکس‌العمل خود را در قبال پخش این برنامه‌ها از طریق رادیو، این‌گونه توصیف می‌کند: «نمی‌دانم چگونه احساسی را که در زمان سخنرانی این مرد (هیتلر) در درونم به وجود آمد، توضیح دهم. کلام او به یک تازیانه شباهت داشت. هنگامی که در مورد تحقیر شدن آلمان سخن می‌گفت، احساس کردم که همان لحظه برای یورش به دشمن آماده‌ام. دعوت او از مردم برای زنده کردن مجدد افتخارات کشور همانند فراخوان ملت به نبرد بود. اصولی را که برمی‌شمرد، حقایقی مقدس جلوه می‌کرد... بر انگیزندگی روحی که در آن دقایق تجربه می‌کردم به هیچ چیز شباهت نداشت جز حالات روحانی در طول مراسم مذهبی، احساس می‌کردم برای هرکسی که آن روز به سخنان هیتلر گوش فرا می‌داد، شکی باقی نمانده بود که وی مرد سرنوشت است؛ یک نیروی حیاتی، برای آینده آلمان.»

سادگی، بهترین روش بود

هیتلر متوجه شده بود که سخنان وی، هنگامی بیشترین تاثیر را می‌گذارد که سطح این سخنان با درک محدود مردم عامی هماهنگ می‌شد. نازیها از این تئوری استفاده می‌کردند و آن را در تمام روشهای تبلیغاتی خود به کار می‌گرفتند. از دیدگاه هیتلر، توده‌های مردم کم‌تحرک و تنبل بودند، حافظه آنها خوب عمل نمی‌کرد، و تنها زمانی از خود عکس‌العمل نشان می‌دادند که ساده‌ترین مسائل بارها و بارها برایشان توضیح داده می‌شد. رادیو این امکان را به هیتلر داد که شنونده‌های خود را برانگیزد و این حس را در آنان القا کند که می‌توانند در مورد مسایل مطرح شده،

مشارکت داشته باشند.

رادیوی آلمان به میکروفون پیشوا تبدیل شده بود. از سویی دیگر، نازیها در مورد تاثیرات صدای هیتلر مبالغه و برای آن تبلیغ می‌کردند؛ آنها ادعا داشتند هنگامی که سخنان آهنین پیشوا، همانند ندایی آسمانی و مقدس در قلوب زنان و مردان، دختران و

با سخنران می‌یابد، همان طوری فکر می‌کند که گوینده فکر می‌کند، و متکلم نیز کاملاً مراقب است تا این نکته را گوشزد کند که وی و شنونده‌ها در یک جبهه واحد قرار گرفته‌اند. هیتلر در القا چنین حسی، یک نابغه بود.

هیتلر نگاه

پرنفوذی

نداشت و ظاهر

وی نیز چندان

تاثیر گذار نبود.

اگر سخنان وی از

طریق تلویزیون

پخش می‌شد،

شنونده با فشار

یک تکه کانال

را عوض می‌کرد

و ناگهان آتش

سخنان وی به

خاموشی

می‌گرایید.



پسران آلمان جای می‌گیرد، دیگر هیچ نیرویی توانایی مقابله با عزم ملت را نخواهد داشت.

در کتاب روان‌شناسی رادیو (Radio Psychology) نوشته کانتریل و آلپورت (Conrill and Allport's)، نویسنده‌ها این موضوع را مورد بررسی قرار می‌دهند که چرا رادیو می‌تواند تا این حد برای «قانع کردن» تاثیرگذار باشد. در این کتاب آمده است: «از آنجایی که در طول پخش سخنرانی، شنونده وجوه مشترک زیادی را

جلب حمایت مردمی از طریق رادیو روان‌شناسان و محققان عقیده دارند، اگر هیتلر در زمان ظهور و گسترش تلویزیون به قدرت می‌رسید، قادر نبود آنچه که از طریق رادیو به دست آورد، کسب کند. هنگامی که فردی در یک جمع سخنرانی می‌کند، مخاطبان نه تنها براساس گفتار، بلکه از ظاهر و حرکات سخنران نیز، پی به خصوصیات او برده و وی را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. زمانی که تنها رادیو برای انتقال پیام مورد استفاده قرار می‌گیرد، این

علائم ظاهری که از طریق حس بینایی منتقل می‌شوند، دیگر وجود ندارند، در چنین حالتی، یعنی هنگامی که شنونده از حس بینایی خود برای شناخت متکلم محروم است، بسیاری از ویژگیهای سخنران پنهان باقی مانده و باعث ایجاد فاصله بین سخنران و شنونده می‌شود.

برای سخنران پرحرارتی چون هیتلر، رادیو بهترین ابزار بود. اگر هیتلر همان سخنرانیها را در مقابل دوربینهای تلویزیونی انجام می‌داد، ممکن بود بسیار احساساتی و یا حتی بیمار روانی به نظر برسد. مارشال مک‌لوهان (McLuhan Marshall) در کتاب لبه نرم (The Soft Edge) نوشته پل لوینسون (Paul Levinson) در مورد هیتلر چنین می‌گوید: «برگ برنده او رادیو بود. او برای رسانه‌های تصویری مانند تلویزیون بیش از اندازه آتشین بود». گفته می‌شد هیتلر در طول هر سخنرانی خود حدود دو کیلوگرم وزن کم می‌کرد، زیرا وی آن چنان پرحرارت سخن می‌گفت که انرژی زیادی از دست می‌داد.

حتی در جوامع امروزی، مردم به واسطه ظاهر فیزیکی

افراد، طرز ادای عبارات و حتی حالات چشمان متکلمان، آنان را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. هیتلر نگاه پرنفوذی نداشت و ظاهر وی نیز چندان تاثیرگذار نبود. اگر سخنان وی از طریق تلویزیون پخش می‌شد، شنونده با فشار یک تکمه کانال را عوض می‌کرد و ناگهان آتش سخنان وی به خاموشی می‌گرایید. گرچه این سخن در مورد رادیو نیز صادق است و شنونده می‌تواند موج رادیو را تغییر دهد؛ اما شنونده

قادر نخواهد بود با استفاده از حس بینایی خود در مورد هیتلر قضاوت کند.

بیشتر مردم شنیدن را به خواندن ترجیح می‌دهند. در تحقیقی که در سال ۱۹۳۵ توسط کانتریل و آلپورت صورت گرفت، مشخص شد که از هر ۱۰ نفر، ۹ نفر ترجیح می‌دادند که سخنرانیهای سیاسی را



در طول پخش سخنرانی، شنونده وجوه مشترک زیادی را با سخنران می‌یابد و همان طوری فکر می‌کند که گوینده فکر می‌کند، متکلم نیز باید کاملاً مراقب باشد تا این نکته را گوشزد کند که وی و شنونده‌ها در یک جبهه واحد قرار گرفته‌اند؛ هیتلر در القا چنین حسی، یک نابغه بود.

از طریق رادیو بشنوند، تا اینکه آنها را در روزنامه بخوانند. این افراد عقیده داشتند که شنیدن از طریق رادیو به مراتب راحت‌تر از خواندن روزنامه است و نه تنها شنیدن رادیو آسان است، بلکه جذابیت بیشتری هم دارد. یک صدا به یک شخص زنده تعلق دارد و این اشخاص زنده هستند که می‌توانند توجه مردم را به خود جلب کرده و بیش از رسانه‌های نوشتاری آنان را در جای خود می‌خکوب کنند.

هیتلر به شنونده‌های خود اجازه نمی‌داد تا آزادانه بیان‌دیشند و تصمیم بگیرند. وی یک عوام‌فریب تمام‌عیار بود. او در جریان سخنرانیهای خود، احساسات مردم را به شدت برمی‌انگیخت و آنان را به حرکت وامی‌داشت. کانتریل و آلپورت در این مورد می‌گویند: «این حس خیالی در شنونده ایجاد می‌شود که در یک حرکت عمومی شریک شده است. در این حالت او دیگر قدرت تفکر ندارد.»

شنونده متوجه می‌شود که دیگران نیز همانند او در حال شنیدن هستند، این موضوع این حس را به وجود می‌آورد که وی منافع مشترکی با سایر افراد بیرون از منزل دارد. چنین حالتی این حس را در او ایجاد می‌کند که اتحاد اجتماعی گسترده‌ای در سطح جامعه وجود دارد و او نیز باید جزئی از این اتحاد بوده و از خواست آن که همانا حرکت در مسیر فرمانهای پیشواست، متابعت کند. رسانه‌های نوشتاری هرگز توانایی چنین تاثیرگذاریهایی را ندارند.

همین نکته به تنهایی می‌تواند پیروزی هیتلر، در جلب حمایت توده‌های مردم را توضیح دهد. هیتلر از طریق رادیو به مردم دسترسی داشت و آنان را در راه اهداف خود بسیج می‌کرد. اگر رادیو وجود نداشت، وی هرگز نمی‌توانست اعمالی را که در طول جنگ جهانی دوم انجام داد، محقق سازد.
ادامه دارد...

