

تنها صداست که می ماند\*

درآمدی بر انسان‌شناسی رادیو

ناصر فکوهی

استاد دانشگاه تهران و

مدیر موسسه انسان‌شناسی و فرهنگ

رادیو و تلگرام یعنی امکانات فناوریانه انتقال صدا از طریق امواج الکترونیک در سال 1895 (1274 شمسی) به وسیله یک مخترع ایتالیایی به نام گولیلمو مارکونی (Guglielmo Marconi) ابداع شدند که به همین دلیل نیز در سال 1909 پس از نخستین پخش رادیویی در سال 1901 (1280 ش.) جایزه نوبل در فیزیک را به دست آورد. مارکونی، عضو حزب فاشیست ایتالیا، رئیس منتصب آکادمی سلطنتی ایتالیا به وسیله موسولینی، رهبر فاشیست این کشور در سال 1930 بود و در همان زمان در تعبیری بسیار تمثیلی و تأمل‌برانگیز رشته‌های صوتی الکترونیک اختراع خود را به رشته‌های به هم‌بافته پرچم فاشیستی تشبیه و رادیو را در خدمت پراکندن ایده‌های فاشیستی حزب و رهبرش اعلام کرد. و این شاید سرنوشتی محتوم برای رادیو و سپس سایر رسانه‌ها بود که تا امروز بر روند شکل و محتوایشان تأثیر گذاشته و آنها را زیر سلطه قدرت سیاسی قرار داده و به نوعی قربانی. تمایل دائم این قدرت به دخالت در آنها و بهره جستن از آنها برای رسیدن به اهداف خویش در کنترل و هدایت افکار عمومی.

نزدیک به بیست سال پس از نخستین پخش آزمایشی رادیو، موسسه بی بی سی در سال 1922 (1301 ش.) تاسیس و از همان سال برنامه های خود را آغاز کرد. و جالب آنکه در ایران نیز نخستین استفاده از سیستم های تلگراف از همین سالها (1303 ش.) در وزارت جنگ انجام شد و رادیو تهران نیز نخستین برنامه خود را از سال 1319 (1340 میلادی) آغاز کرد و اهمیت آن در نظر قدرت حاکم آنچنان بود که مدیریتش را به دکتر عیسی صدیق اعلم استاد دانشگاه تهران واگذار کردند.

رادیو اما سال های طلایی خود را ابتدا در طول جنگ جهانی دوم و در سال های پیش و پس از آن تجربه کرد: تبلیغات فاشیست‌ها در ایتالیا، نازیستها در آلمان، استالینیستها در شوروی، بی بی سی در بریتانیا و رادیو آمریکا در ایالات متحده با محوریت ایدئولوژی و سیاست که موسیقی همیشه چاشنی مناسبی برای آنها بود، از پیش از جنگ آغاز شدند و به دموکراتیزه شدن گفتمان سیاسی در قالبی بسیار قابل دسترس تر از متن مکتوب (کتاب و مطبوعات) و بسیار ارزان تر رسیدند. رادیو در آن واحد هم فرهنگ را به خانه مردم می‌برد و هم سیاست را؛ هم آنها را با زیبایی‌ها و ظرافت‌های عالم دانش و هنر آشنا می‌کرد و به فضاهایی رویایی و به دور از ذهن آنها، همچون تالارهای آپرا و کاخ‌های سلطنتی و میدان‌های جنگی می‌بردشان و هم راهی ارزان و مطمئن برای آن بود که سیاستمداران ذهنیت آنها را در دست بگیرند و «واقعیت» را در قالب «صوت» (که سپس در ترکیب و صوت و تصویر باز هم «واقعی‌تر» جلوه‌گر شد) باز تعریف کنند: از این پس «از رادیو شنیدن» معنایی یافت که پیش و پس از آن «در روزنامه خواندن» و «در تلویزیون دیدن» معانی مشابهی برایش می‌ساختند و واقعیتی مطلق به شمار می‌آمدند که تا عصر اینترنت و رسانه های مجازی مدرن ادامه یافتند.

سال های طلایی که وودی آلن در فیلم معروف و بسیار زیبای خود با عنوان «روزهای رادیو» (Radio Days) (1987) تصویری آرمانی شده، پرنشاط و گرم و صمیمی از آن به دست می‌دهد، کانون خانواده را بازتعریف کرد. وقتی به گذشته تاریخچه تحول انستان می‌نگریم می‌بینیم که خانواده انسانی از قدیمی‌ترین ایام، بر پایه کانون گرمی که همان شعله آتش (برای امن ماندن از حمله جانوران، گرم شدن و پختن) شکل گرفته بود. بعدها نیز خانواده، در شکلی فرهنگی‌تر مرکزیت خود را در مفهوم سفره و میز غذا به دست آورد. از این رو «بر سر سفره عقد نشستن» معنای آغاز خانواده به مثابه سلول اولیه یک زندگی اجتماعی را می‌داد که سپس به معنای «بر سر سفره کسی نشستن» و معنای خانواده داشتن یا دعوت شدن به یک خانواده یا تربیت شدن در یک خانواده و کمک گرفتن از آن یا «نان و نمک کسی خوردن» را در خود توسعه بخشید. این معانی اما، از ابتدای قرن بیستم در اروپا و آمریکا و با فاصله‌ای کمتر از بیست سال در ایران، محوریت غذا و سفره را که عنصری کاملاً درونی بودند، در ترکیب با محوریت یک عنصر بیرونی: «صدا» بی که از بیرون می‌آمد، تعریف جدیدی از کانون خانواده، یعنی فضا / زمان گردهم‌آمدن اعضای خانواده به خود گرفتند. اگر پیش از آن زمان گردهم‌آمدن‌ها، زمان صرف غذاهای سه‌گانه (صبح و ظهر و شام) بود و جا به جایی اندک زمانی و احتمالاً فضایی بر اساس فصول و اقلیم تعریف می‌شد، با ورود عنصر جدید، زمان‌ها و فضاها پیچیده‌تر شدند. رادیو ممکن بود تمام روز روشن باشد و به

همدمی همیشگی برای همه اهالی تبدیل شود. رادیو ممکن بود در ساعاتی توجه و هیجان خاصی را به گرد خویش برانگیزد (اخبار، قصه‌های رادیویی، برنامه روزهای تعطیل). اما رادیو می‌توانست در فواصل زمانی دیگری، موقعیت‌های شادی و آسایش را نیز تداعی کند برای آنکه کسی و یا همه خانواده با هم در کنارش بنشینند و به روایت‌هایش گوش دهند و یا رادیو می‌توانست عاملی برای اخطار و هشدارهایی باشد که باید به آن گوش سپرده می‌شد (در زمان جنگ، کودتا، مصیبت‌های طبیعی و...). این روابط البته بعدها با تلویزیون نیز ادامه یافت اما با دگرگونی‌هایی دیگر.

کانون خانواده‌ای که رادیو تعریف می‌کرد، اما، با تحول خانواده دچار تحول می‌شد: خانواده اروپایی و آمریکایی پس از جنبش مه 1968 و خانواده ایرانی پس از دهه 1360 (1980) راه زایش سوژه‌ها را درون خود، یعنی گنشگرانی تفکیک شده از هم را، و از این طریق، تفکیک زمان / فضاها درون خانوادگی را پیش گرفتند. افزایش درآمدها و کاهش بهای رادیو عاملی اساسی در این زمینه بود که سال‌های 1940 تا 1970 در غرب و 1330 تا 1350 در ایران اندک اندک رادیو را کاملاً دموکراتیزه کرد و حتی از شکل جمعی به شکل فردی در آورد. ظهور رادیوهای ترانزیستوری یعنی رادیوهای کوچک و قابل حمل و نقل و استفاده بدون برق در جهان به سال‌های اواخر دهه 1950 و اوایل 1960 (دهه 1340 ایران) آغاز شدند این روند را تشویق و گسترش دادند. کوچک شدن اندازه رادیو و استفاده آن از باتری به جای برق امکان می‌داد یک فرد بتواند با رادیو و جهان خودش در آن و سبک و سلاخی که رادیو و کانال‌های متعدد آن عرضه می‌کرد، تنها بماند و سوژگی هر چه بیشتر شکل بگیرد. به همین دلیل نیز بود که از همین دوران رادیو با پذیرش اصل تفاوت در سلاخی و سبک‌های زندگی تعداد کانال‌های رادیویی و تنوع برنامه‌ها و تقسیم‌بندی‌های زمانی را نیز در تحول خود شاهد بود. چند سال بعد از دهه 1970 میلادی (1350 در ایران) موج اف. ام امکان داد که کیفیت بسیار برتری از لحاظ صدایی گستره باز هم بیشتری از برنامه‌ها و مخاطبان و شکل‌گیری فردیت‌ها و سبک‌های زندگی را بر اساس برنامه و ساعات پخش و در عین حال میانگنشی شدن (رابطه مستقیم با مجریان رادیو در برنامه‌های زنده) فراهم کند و این امر تا دهه 2010 میلادی (1990) که رادیو‌های اینترنتی گسترش پیدا کردند، ادامه یافت.

دو محور سبک زندگی و رابطه با زمان، از مهم‌ترین محورهای هویت ساز مدرن بودند که پدید آمدن اشکال جدید آنها را مدیران ظهور رسانه‌های جدید هستیم. افراد دیگر ناچار نبودند که سلیقه‌ای مشابه سلیقه خانواده و یا حتی دوستان خود داشته باشند و با دموکراتیزه شدن وسایلی چون رادیو، گرام‌های کوچک سیار، تلویزیون‌های کوچک، و افزایش هرچه بیشتر کانال‌ها به صورتی که در نهایت به کانال‌هایی با مضمون‌های بسیار تخصصی مثل موسیقی کلاسیک، تئاتر، سینما، کتاب و غیره برسیم، همراه با تغییرات فضایی دیگر برای نمونه در فضای خانگی (تقسیم اتاق‌ها) و در شهر (تقسیم فضاهای شهری) جامعه مدرن را به وجود آورده و بازتولید می‌کردند. از آن‌رو نباید تعجب کرد که چگونه نهادی همچون سازمان تلویزیون ملی در ایران در نیمه دهه 1340 پیش‌تاز هنرها و برنامه‌های مدرن در همه زمینه‌ها از شعر و موسیقی و نمایش و سینما و جشنواره‌ها بود. افزون بر این رابطه جدید با زمان نیز اهمیت بسیار زیادی داشت: می‌دانیم که تغییر رابطه با زمان از مهم‌ترین مشخصات مدرنیته‌ای بود که تقویم صنعتی و مراسم و روزها و مناسک شهری خود را جایگزین تقویم قدیمی سنتی و دینی می‌کرد. شهرهایی که جای ناقوس کلیسا را به ساعت شهرداری (میدان‌های ساعت در ایران) می‌دادند و با تنظیم قوانین شهری جدید، ساعات رفت و آمد، ورود و خروج از خانه، ساعات استفاده از وسایل حمل و نقل، ساعات شروع و اتمام کار اداری، روزهای تعطیل رسمی و روزهای کاری را تعیین می‌کردند و در نهایت مردم همه به دلایل کارکردی به استفاده از اختراع ساعت مچی و بستن آن به دست هایشان رسیدند. اما همین ساختار در اشاعه رادیو نیز مطرح بود برنامه‌های رادیویی در ابتدا با تبعیت از الگوی تقسیم زمانی/ فضایی خانواده‌ها (تقسیمات غذایی و خواب و بیداری و کار) خود را تنظیم کردند. مثلاً ساعات اخبار با ساعات غذاهای روزانه انطباق داشتند و برنامه اصلی شب در رادیو یا تلویزیون درست با زمان استراحت پس از شام یا نهارو غیره. اما رفته‌رفته و با گذار از عصر رادیو به عصر تلویزیون، کنترل بسیار بالاتری بر تنظیم زمان و فضا پیدا شد. بسیاری از کسانی که امروز در دهه‌های شصت و هفتاد خود هستند به یاد دارند که تعبیر «خالی شدن خیابان‌ها» در زمان پخش یک برنامه رادیویی و سپس تلویزیونی چگونه در برخی از فرهنگ‌ها، از جمله در خود ایران، دیده می‌شد و می‌دیدیم چگونه سلبریتی‌های سینمایی با سلبریتی‌های رادیویی و تلویزیونی در هم‌می‌خندند. رادیو بدین ترتیب نقشی عظیم نه فقط در شکل گرفتن مدرنیته و سوژگی آن داشت، بلکه عاملی اساسی در دموکراتیزه شدن فرهنگ و هنر و دانش بود. الگویی که بعدها با تلویزیون و از حدود سی سال پیش با رایانه و اینترنت و تلفن‌های پیشرفته همراه و اپلیکیشن‌های آن ادامه یافته و پیچیده‌تر و پیشرفته‌تر شده است.

در این میان همانگونه که گفتیم تقریباً در کل تاریخ رادیو و الگویی که بعدها برای تمام رسانه‌ها به کار برده شد، نوعی رقابت میان دو قطب اساسی وجود داشت: در یک سو قطب قدرت‌سبایی و تلاش آن برای بازتولید خود از طریق سلطه بر رادیو و در نتیجه استفاده یا سوء استفاده از برنامه‌های رادیویی مختلف به صورت زیرکانه یا بسیار مبتدیانه برای انتقال ایدئولوژی خود به مردم بود که هنوز آثاری از آن در کشورهای در حال توسعه دیده می‌شود که جای خود را به همین تلاش روی شبکه‌های اینترنتی داده است. و از سوی دیگر قطب فرهنگ بود که رادیو و سایر رسانه‌ها را بهترین حامل برای انتقال فرهنگی، اشاعه آن و دفاع از فرهنگ‌های در اقلیت و حاشیه‌ای و حتی نجات این فرهنگ‌ها با میدان دادن به آنها برای عرصه خود می‌دید. همانگونه که تلاش می‌کرد که فرهنگ

های آوانگارد را نیز تا جایی که ممکن است از حوزه صرفاً گروهی محدود از نخبگان خارج و با این ابزارهای ارتباط جمعی به افشار وسیعی منتقل کرده و شانس این هنرها و این فرهنگ را برای تداوم یافتن بیشتر کنند. بدین ترتیب رقابت برای به دست آوردن بهترین کانال‌ها، بهترین ساعات پخش، بهترین مجریان و هنرمندان و بالاترین بودجه‌ها برای تهیه برنامه‌های رادیویی به اوج خود رسیدند رادیو خود به راهرویی تبدیل شد که هنرمندان را به تلویزیون و سینما می‌رساند تا سرانجام امروز به کانال‌های شبکه مجازی برساند.

در این میان، دوگانه سیاست / فرهنگ، شاید تا بیست سال پیش هنوز بسیار اساسی بود اما با گسترش تکنولوژی اف. ام. و سپس براه افتاده شبکه‌های خصوصی و سرانجام رادیوها و تلویزیون‌های اینترنتی با دسترسی آزادی به به ساعات پخش و نمایش و تماشا می‌دادند و فراوانی بی حد و خصر آنها، آن را به زیر سؤال برد. با این همه در کشورهای در حال توسعه هنوز این رقابت‌ها و درگیری‌ها به پایان نرسیده است. در ایران شاهد بوده ایم که چگونه مباحثی همچون ویدیو و سپس تلویزیون‌های ماهواره ای و امروز اینترنت و شبکه‌های و کانال‌های مجازی، هنوز مورد بحث‌های داغ سیاسی و اجتماعی و فرهنگی است که در اغلب کشورهای توسعه یافته دیگر موضوعیت خود را از دست داده است. چشم‌انداز امروزی رادیو را باید به گونه‌ای بسیار متفاوت در مد نظر قرار داد که برخلاف آنچه ممکن است به نظر می‌رسید به پایان خود رسیده، درست برعکس یک نوزایی خارق العاده را پیش رو دارد.

این چشم انداز در جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی رادیو بدون شک هنوز و در آینده ای قابل پیش بینی بر اساس شکل گیری سبک‌های زندگی فردی و البته سبک‌های زندگی جماعتی (یا گروه‌های با سلیق یکسان) پیش خواهد رفت که در آن شاهد گردهم‌آمدن افراد بر اساس نیازها و شخصیتشان به گرد این یا آن فناوری رسانه‌ای هستیم و خواهیم بود. اما در آنچه به طور خاص به رادیو بر می‌گردد، ما امروز شاهد آن هستیم که ویژگی این رسانه در حسی تعریف می‌شود که بر آن استوار است، یعنی حس شنوایی. بنابراین در زبانی عامتر می‌توانیم رادیو را با صدا و با موسیقی انطباق دهیم. منظور آن نیست که در گذشته چنین نبوده است. اما روندهای اجتماعی کنونی که ما با جهانی شدن و افزایش پیچیدگی فرهنگی و چند کاربردی شدن گنش‌های انسان‌ها در زمان و مکان سروکار داریم. امتیاز استفاده همزمان از قدرت شنوایی و انجام یک یا چند کار دیگر به صورتی بسیار پررنگ تر از گذشته مطرح شده است. همانگونه که نباید از نظر دور داشت که نقش موسیقی نیز به شکل شگفت‌انگیزی در زندگی روزمره و حیات فکری و ذهنی ما افزایش یافته است. بدین ترتیب شاهد آن هستیم که همه افراد هر چه بیشتر در روزمرگی خود و در همان حال که کارهای روزمره خود را انجام می‌دهند به موسیقی، به اخبار، به بحث‌های رادیویی و یا به نوارهای صوتی بازتولید شده از منابع دیگر گوش فرا می‌دهند. امروز در کشورهای اروپایی و آمریکا، تقریباً اکثر کتاب‌های چاپ شده به همراه خود نمونه دیجیتال، تصویری و نمونه صوتی خود را نیز دارند و افراد بنابر مورد، یک یا دو نمونه یا هر سه آنها را می‌خرند تا در سبک‌های زندگی بسیار متنوع خود و سایر دوستان یا اعضای خانواده شان هر کدام به شیوه‌ای که تمایل دارند از آن استفاده کنند. گوش دادن به کتاب، بحث و اخبار و موسیقی در هنگام رانندگی، پیاده‌روی، ورزش یا استراحت در محیط‌های طبیعی به رفتارهایی رایج و «طبیعی» تبدیل شده است. و این خاصیت که صدا حاملی است که نیاز به دخالت «دست» برای استفاده ندارد یا به اصطلاح فناوری «هند فری» بودن آن، رسانه‌های صوتی را به یکی از مدرن‌ترین رسانه‌های قابل استفاده در سبک زندگی در مدرنیته متاخر تبدیل می‌کند. این امر را زمانی بهتر درک می‌کنیم که شاهد تبدیل شدن و یا ایجاد نمونه‌های صوتی از تقریباً تمام رسانه‌های دیگر نیز هستیم. برنامه‌های هوش مصنوعی جدید که بر آیفون‌ها و سیستم‌های آندروید و حتی رایانه‌های خانگی نصب می‌شوند امکان مبادله اطلاعات بین دستگاه و انسان را بر اساس صدا فراهم می‌کنند. گنشگر می‌تواند دستورات مختلفی را صرفاً با صدا به دستگاه داده و پاسخ‌های خود را به صورت صدا دریافت کند. منشی‌های الکترونیک سالهاست بسیاری از خدمات اداری و مالی را انجام می‌دهند. «پلی لیست» ها این امان را فراهم می‌کنند که سکانس‌های زمانی ویژه ای برای هر کنشگری بر اساس سلیقه‌اش ایجاد شود که بیشترین هماهنگی و انطباق را با شخصیت و سبک زندگی او دارد. موفقیت شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌هایی نظیر فیس بوک، تلگرام، اینستاگرام و... را باید ناشی از همین روند دانست که احتمالاً با پیشرفت خود اشکال پیش از خود (وبگاه‌ها و شاید حتی موتورهای جستجوی قدیمی) را برای همیشه به کنار بگذارند یا تغییری اساسی در آنها ایجاد کنند.

رادیو که تبلور خود را در صدا می‌یابد، در سالهای دهه 1920 و 1930 میلادی انقلابی را در سینما به وجود آورد که برخی آن را پایان این هنر می‌پنداشتند، بعدها تلویزیون این تصور را به وجود آورد که رادیو به پایان عمر خود رسیده است، و رایانه این تصور را که عمر تلویزیون به سر رسیده، اما واقعیت در آن است که صدا به مثابه عنصر اصلی یکی از حس‌های پنجگانه ما بدون شک همواره قدرتی بزرگ را در خود حمل کرده و خواهد کرد. رسانه‌های آینده هر چه باشند، بسیار بعید به نظر می‌رسد که بتوانند دو حس اساسی شنیدن و دیدن را کنار بگذارند و برعکس می‌توان تصور کرد که حس‌های دیگر را نیز درون نظام رسانه‌ای وارد کنند. اما بهر سو، همچون موسیقی و ضرب‌آهنگ که بخشی از طبیعت و ذات همه انسان‌ها و شاید سایر جانوران باشد، صدا و رادیو در مفهوم عمیق آن نیز چنین است و چنین خواهد ماند.

• عنوان این مقاله برگرفته از شعری از فروغ فرخزاد است

