

## مردمی شدن فرهنگ و رادیو در ایران

فاطمه سیارپور

(کارشناس ارشد انسان‌شناسی دانشگاه تهران و عضو شورای مرکزی انسان‌شناسی و فرهنگ)

در تاریخ حیات انسانی، شتابی که در روند اختراعات و نوآوری‌ها دیده می‌شود، هیچگاه به اندازه سال‌های اخیر نبوده است. به گونه‌ای که هر روز با کمال شگفتی با پدیده‌ای نوین مواجه می‌شویم که شاید درک وجود داشتنش تا همین چند ماه پیش جزء محالات در تصور و تخیل بشری بوده است اما در فاصله‌ای کوتاه استفاده از آن به قدری عادی شده که نداشتن آن یک نقص در امکانات زندگی تلقی می‌شود. به همین دلیل در حال حاضر می‌توان تصور کرد پدیده رادیو در بدو ورودش به جامعه جهانی، چقدر می‌توانسته جذاب یا حتی عجیب باشد. علاوه بر این از آنجا که در آن زمان شتاب تحولات تکنولوژیکی در مقایسه با زمان حال بسیار کمتر بود، بنابراین مواجهه مردم با چنین پدیده‌هایی به مراتب می‌توانست اعجاب بیشتری را برانگیزد. به هر حال دهه‌های اخیر از این بابت جزء بحث‌برانگیزترین دوره‌های حیات بشری است.

حالا باید تصور کنیم که رادیو در شرایطی اختراع و از آن گذشته به ایران وارد شد که ایران هنوز یک کشور روستایی بود، به طوری که نرخ شهرنشینی آن زیر سی درصد برآورد شده بود. افزون بر آن ابتدای سال‌های قرن ۱۳ ه.ش و تنها چند سال پس از مشروطه به عنوان انقلابی که طی آن مجلس قانونگذاری تأسیس و اولین اقدامات برای نوگرایی<sup>۱</sup> ایران اجرا شد، نرخ سواد به کمتر از ده درصد می‌رسید. بنابراین آنچه از مردم عادی می‌توان دریافت، آنست که فرهنگ مکتوب در ایران جایگاه خاصی نداشته و به همین دلیل نمایش‌های روحوضی و قهوه‌خانه‌ای، پرده‌خوانی، شاهنامه‌خوانی و مناسکی مانند عاشورا و روضه‌خوانی‌های محلی و برنامه‌های هیئتی فراگیر شده و در دسترس بوده است. به این ترتیب ادبیات و فرهنگی که منتقل می‌شد نیز محدود به همین اشعار

---

<sup>1</sup> - modernism

و قصه‌های مذهبی و افسانه‌های اسطوره‌ای و تاریخ خیالین باستانی بود که ذهنیت روستاییان و عشایر را آکنده کرده و نیازهای محدود آنها را به شناخت فرهنگی ارضا می‌کرد. بدیهی است در این وضعیت، فرهنگ شفاهی، اصل و اساس ارتباطات در ایران به شمار آمده و بیشترین میزان انتقال فرهنگی هم با ابزارهای قدیمی مبتنی بر فرهنگ شفاهی مانند سینه به سینه، نسل به نسل و در نهایت از استاد به شاگرد، به صورت مجزا از یکدیگر و حبابی شکل بگیرد؛ آن هم در شرایطی که سفر و جابجایی به عنوان ابزارهای انتقال فرهنگی و کسب دانش و فرهنگ، تقریباً برای اکثریت مطلق ایرانیان امری ناممکن به حساب می‌آمد. ورود رادیو می‌توانست فرهنگ‌های گوناگون این سرزمین را با سرعتی باورنکردنی از این نقطه به آن نقطه منتقل کند و مردمان آن را با فرهنگ غنی سرزمینی‌شان آشنا کند، از این روست که انقلابی اساسی محسوب می‌شد که اتفاقاً به سرعت محبوبیت یافت و فراگیر شد.

در این یادداشت تلاش می‌کنیم به دلایل این محبوبیت و تحلیل آن پردازیم.

قدمت رادیو چیزی در حدود یک قرن است و این چند دهه همواره در کنار مردم سرزمین ما بوده است؛ در قهوه‌خانه‌ها که بهانه‌ای برای شلوغ شدن آنها می‌شد و «پاتوق‌ها»ی نوین شکل می‌گرفت، تا قرار گرفتن روی طاقچه بهترین اتاق خانه که معمولاً این اتاق جای بچه‌ها نبود و به مهمانان یا بزرگان خانواده تعلق داشت یعنی در کنار افرادی که احترام ویژه‌ای داشتند. بعدها پای رادیو به محیط‌های کاری هم باز شد. از کشاورزان گرفته که کار کردن روی زمین و بیل زدن را با گوش دادن به رادیو همراه می‌کردند تا فروشندگانش و کاسبانی مانند خیاط‌ها که در مغازه‌های خود حتماً رادیویی داشتند که یکسره روشن بود. حمام‌های عمومی هم اغلب اوقات یک رادیو داشتند که روی میز صاحب گرمابه بود و به مثابه یک شیء مهم، کسی حتی نمی‌توانست صدایش را کم یا زیاد کند. البته این وضعیت هم که به مدد فناوری‌های نوین شکل گرفته بود، بعدها دگرگون شد. مثلاً وقتی رادیوهای سنگین و قیمتی که آنها را «مبله» می‌گفتند جای خود را به انواع رادیوها از جمله قابل حمل و «باتری‌خور» دادند، طبیعتاً اقشار دیگری از مردم به خیل

استفاده کنندگان رادیو پیوستند که پیش تر نمی توانستند رادیو را به دلیل گران بودنش تهیه کنند و از آن بهره ببرند. به همین دلیل وقتی پای توسعه و نوگرایی فناورانه و فرهنگی به ایران باز شد و کشور ما توانست به تدریج از قرن ۱۳ ه.ش، از دنیای سنتی هرچه بیشتر فاصله بگیرد و قدم در راه مدرن شدن بگذارد، رادیو هم پس از ورودش به ایران از این قافله عقب نشست و طی یک سده در شکل های مختلفی از لحاظ سخت افزاری با استفاده راحت تری همواره در اوج بود. البته این همه ماجرا نبود؛ فناوری رادیو هرچند یک فناوری پیشرفته محسوب می شد که توانسته بود با عبور از فراز و نشیب هایی در ایران عمومی شود، اما باید توجه داشت که آنچه استفاده از آن را در این میزان گسترده و محبوب کرد، خود رادیو نبود. بلکه برنامه هایی بود که ساخته و پخش می شد و هرچه بیشتر می توانست مخاطبان را به خود جذب و از این لحاظ رواج و شهرت پیدا کند. بنابراین مردمی شدن<sup>۲</sup> در معنای فراگیر شدن و در دسترس قرار گرفتن رادیو نه به مثابه یک شیء گران قیمت، بلکه تبدیل آن به وسیله ای که اکثریت خانوارها می توانستند آن را تهیه کنند از یک سو و پخش برنامه های جذاب و موفق آن (از لحاظ میزان مخاطبان) از سوی دیگر امکان پذیر شد. اما این پایان ماجرای مردمی شدن رادیو در ایران نبود. بلکه برنامه سازان رادیو هرچه بیشتر سعی می کردند پای فرهنگ و هنر را به خانه های مردم باز کنند و از این طریق رادیو و متعاقب آن برنامه های رادیو و سپس برنامه سازان آن جزء اقشار محبوب مردمی شدند، همان هایی که امروزه آنها را «سلبریتی» می نامند. بنابراین نسل اول سلبریتی ها، کارکنان و برنامه سازان رادیویی بودند و بیشتر آنها را گویندگان رادیو تشکیل می دادند. هرچند کمتر پیش می آمد که مردم بتوانند آنها را ببینند یا در موقعیت هایی قرار بگیرند که بتوانند آنان را شناسایی کنند، با اینکه زمان های زیادی از وقت مردم با صدای این گویندگان پر شده و حتی ممکن بود ساعت ها در تخیل و تصور خویش فرورفته و این گوینده را به شکل و در شرایط خاصی تصور کرده باشند. به این ترتیب «صدا های آشنا» به تدریج در خانه ها جای خود را باز کردند و به عضوی از اعضای خانواده ها تبدیل شدند. بنابراین نوعی صمیمیت با این موجودات «نامرئی» اما دوست داشتنی ایجاد شد، موجوداتی که کنار

---

<sup>2</sup> -democratization

سفره خانواده‌ها می‌نشستند، برای همشینیان خود موسیقی می‌نواختند، خبر می‌گفتند، داستان تعریف می‌کردند و نمایش اجرا می‌کردند تا آنها را با دنیای علم، فرهنگ و شاخه‌های مختلف هنر آشنا کنند. این مسئله دستاوردی شگفت‌انگیز بود. حتی حافظه نسل‌های قبلی هم به خاطر دارد که بازی گویندگی به میان کودکان راه پیدا کرد و بچه‌ها در میان خود این بازی را ترتیب می‌دادند و سعی می‌کردند بسان گویندگان غریب این جعبه جادویی، صحبت کنند و مثلاً موسیقی بنوازند.

در اینجا باید از مفهوم مردمی‌شدن یا دموکراتیزه‌شدن فرهنگ<sup>3</sup> هم صحبت کرد که مورد تأکید ماست. مردمی‌شدن فرهنگ بیش از هر چیز به معنای ورود فرهنگ به عرصه عمومی و زندگی روزمره مردم است. این مفهوم از یک طرف پای در انقلاب فرانسه دارد و از طرف دیگر موضوعی پرمنافشه است. وقتی صحبت از عمومی‌شدن و مردمی‌شدن فرهنگ می‌کنیم، باید توجه کنیم لزوماً از چه فرهنگی حرف می‌زنیم و بناست کدام فرهنگ یا کدام عنصر فرهنگی، عمومی و محبوب شود! زیرا بنا بر نظر انسان‌شناسان هیچ جامعه‌ای بدون فرهنگ وجود ندارد، جامعه در هیچ شرایطی در خلأ شکل نمی‌گیرد و حیات پیدا نمی‌کند.

با وصف این، از یک طرف رادیو که بر پایه «حس شنوایی» انسانی شکل گرفته بود (در واقع گیرنده‌ای بود که از یک فرستنده در دوردست امواج را می‌گرفت و به صدا بدل می‌کرد تا قابل شنیدن باشد) و از طرف دیگر از آنجا که به دیگر حواس انسانی به ویژه حس بینایی نیاز نداشت، مخاطبان را ناچار به «تصور و تخیل» آنچه که می‌شنیدند، می‌کرد و این تصور که به عدد هر مخاطبی می‌توانست متفاوت باشد، یکی از جذابیت‌های رسانه رادیو بود که تا امروز هم حفظ شده و شاید یکی از دلایل پیدایش رادیوهای اینترنتی در عصر حاضر همین اهمیت‌بخشی به مسئله فردیت مخاطب باشد. یعنی در حال حاضر آنچه توسط نسل جدید رادیوها اهمیت می‌یابد آنست که تصور و تخیل هر انسان برجسته شده و اولویت می‌یابد. اما به هر حال ترکیب شنیدن و تخیل کردن از رادیو توانست بستری برای جذب هرچه بیشتر مخاطب فراهم کند.

---

<sup>3</sup> - cultural democratization

مسئله دیگر در رادیو «زبان» است. در کشور ما با تعدد و تنوع گویش‌ها، لهجه‌ها و زبان‌ها، اداره یک رادیو را که بتواند با مخاطبان در گروه‌های قومی مختلف ارتباط برقرار کند و همواره در اوج بماند، در بدو امر کاری دشوار می‌نمود. اما این کار در ابتدا با تکیه بر زبانی ساده و به عبارت دیگر استفاده از عنصر سادگی (در شکل واژگان ساده) اتفاق افتاد و رفته رفته با تکیه بر استفاده فراوان از موسیقی به عنوان زبان همه‌گیری که فهم آن برای مخاطبان ساده بود، به این امر مهم دست یافت. سپس با گسترش فناوری‌های بعدی و ایجاد رادیوهای استانی و برنامه‌سازی با زبان‌های منطقه‌ای و بومی قدمی دیگر در مردمی شدن رادیو برداشته شد. به این ترتیب، سه عنصر مهم زبان، تخیل و حس شنوایی در ترکیبی پیچیده و در عین حال پویا توانستند در مدت کوتاهی از رادیو یک رسانه مهم ایجاد کنند، به طوری که تا دوردست‌ها نیز مخاطبان قابل توجهی داشته باشد.

با این نگاه به نظر می‌رسد رادیو در یکصد سال اخیر حضورش در ایران و رسیدنش به محبوبیت بالا، با تکیه بر فرهنگ موسیقایی، نمایش و ادبیات توانسته راه به خانه‌هایی باز کند که مثلاً دیدن یک خواننده با صدای محبوب برایشان آرزو بود یا هیچگاه نمی‌توانستند به دیدن تئاتر بروند پس پای ثابت نمایشنامه‌های رادیویی شدند. از طرف دیگر وقتی به وضعیت فرهنگی و اجتماعی ایران در ابتدای قرن که تقریباً با ورود رادیو به ایران همزمان است نگاه می‌کنیم، می‌بینیم که ایران یک کشور سنتی است که درصد باسوادی در آن بسیار ناچیز است. (برخی آمارها در این زمینه گویاست؛ تعداد مدارس متوسطه عمومی در سال‌های ۱۳۲۲ و ۱۳۲۳ در کل کشور ۲۸۶ مدرسه و تعداد کودکان ۳۰ عدد عنوان شده است (سالنامه آماری سال ۱۳۴۶)). بدیهی است این آمارها نشان دهنده کمبود کشور است با ثروت اقتصادی و سرمایه اجتماعی پایین، پس در این شرایط که دسترسی مردم به امکانات آموزشی کم بود، رادیو به مثابه یک آموزشکده عمل می‌کرد و اقشار مختلف جامعه را در ابتدا با مضامین فرهنگی به خصوص موسیقی، ادبیات و نمایش آشنا و بعدها در مواردی هم می‌توانست سلیقه فرهنگی مخاطبانش را تغییر دهد.

در این میان علاوه بر برنامه‌های فرهنگی باید از اخبار هم نام ببریم. خبرهای منتشر شده از طریق رادیو در چنین جامعه‌ای که وسعت زیادی داشت، خود می‌توانست به سرعت مرزهای جغرافیایی و فرهنگی را درنوردد و مردم را با اخبار روز آشنا کند. مثلاً در کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲، رادیو اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند به طوری که بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند این رویداد باعث شد که دولت از یک طرف و عامه مردم از سوی دیگر به اهمیت رادیو بیشتر پی ببرند و راه عمومی شدن استفاده از آن باز شود، (صرف نظر از اینکه به هر حال خواسته دولت از رادیو اساساً یک امر سیاسی است و ممکنست در مقابل خواست مردم از رادیو قرار داشته باشد). در اینجا به چند برنامه مهم و پرمخاطبی اشاره می‌کنیم که سهم هریک در مردمی شدن فرهنگ در ایران قابل ملاحظه است؛ برنامه‌هایی که مخاطبان زیادی داشته و با طول مدت نسبتاً طولانی خود توانستند سهمی از موسیقی، ادبیات و نمایش را به خانه‌های مردم ببرند.

به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین برنامه‌های رادیو، برنامه پخش موسیقی ایرانی با نام «گل‌ها» باشد که به مدت ۲۳ سال از ۱۳۳۵ تا ۱۳۵۷ از رادیو ملی ایران با مدیریت و نظارت داود پیرنیا پخش می‌شد و شامل ۸۵۰ ساعت مقدمه و شعرخوانی به همراه آواز و تک‌نوازی بود. این موسیقی‌های سنتی ایرانی با اشعاری از شاعران معاصر و کهن ادبیات فارسی و همراه با دکلمه و تفسیراستادان فن بیان و اجرای آهنگ بود. در طول مدت یازده سال ریاست پیرنیا برنامه‌های دیگری به نام‌های گل‌های جاویدان، گل‌های رنگارنگ، برگ سبز، یک شاخه گل و گل‌های صحرائی به این مجموعه افزوده شد. در این برنامه ادیبان سرشناسی مانند جلال‌الدین همایی، سعیدنفیسی، بدیع‌الزمان فروزانفر، علی دشتی و همچنین شاعران و ترانه‌سرایان مشهوری چون معینی کرمانشاهی، رهی معیری، شهریار، سیمین بهبهانی، هوشنگ ابتهاج و بیژن ترقی و موسیقی‌دانان و آهنگ‌سازان بنامی مانند ابوالحسن صبا، مرتضی محجوبی، روح‌الله خالقی، حبیب‌الله بدیعی، مرتضی نی‌داوود، حسن کسایی، جلیل شهناز، فرهنگ شریف و ازخوانندگان هم افرادی مانند بنان، مرضیه، حمیرا، قوامی، گلپایگانی، ایرج، سیما بینا، و پوران حضور داشتند.

محمدرضا شجریان، نیز کار هنری خودش را از این مجموعه آغاز کرد. پس از کناره‌گیری پیرنیا از فعالیت در رادیو در سال ۱۳۴۶، در سال ۱۳۵۱ برنامه دیگری با نام «گل‌های تازه» بامدیریت هوشنگ ابتهاج با روشی شبیه به پیرنیا و شاید کمی متفاوت از آن پخش شد. می‌توان فهمید بنابراین اجرای یک برنامه موسیقی با افراد نامداری که برشمرده شد در عین حال که می‌توانست محلی برای تضارب آرا و افکار باشد، سطح برنامه را از یک برنامه صرفاً موسیقی بالاتر برده و به محلی برای ارتقای فرهنگ موسیقی و ادبیات از راه شنیدن تبدیل می‌کرد. نکته دیگر، حساسیت‌های دینی و مذهبی بر موسیقی ایرانی بود که تا آن هنگام به صورت عمومی و در انظار مردم پخش نمی‌شد و این اولین مرتبه بود که اذهان عمومی با موسیقی‌ای آشنا می‌شدند که به صورت گسترده مخاطب داشت و از سوی دیگر حساسیت‌های مذهبی را نیز تحریک نمی‌کرد.

برنامه دیگر «قصه ظهر جمعه» بود که طی چند دهه از سال ۱۳۱۹ تاکنون (با تغییرات مختلف) این برنامه ادامه داشته است. این برنامه در ابتدا توسط فضل‌الله مهتدی (صبحی) (داستان‌سرای معروف و پایه‌گذار سنت قصه‌گویی برای کودکان در رادیوهای ایران) به فاصله یک هفته از آغاز پخش اخبار رادیو ایران و یک‌ماه پس از تأسیس رادیو ایران بنیان‌گذاری شد. صبحی خود حدود ۲۴ سال قصه‌گویی این برنامه را بر عهده داشت. پس از او علی جواهرکلام، ایرج گل‌سرخ، حمید عاملی، مصطفی موسوی گرمارودی و محمدرضا سرشار، گویندگی این برنامه پرشنونده رادیویی را برعهده گرفتند. این قصه‌ها از ادبیات کهن و نو ایران و جهان و نیز در مواردی بازنویسی ادبیات بودند. صادق هدایت نیز، داستان‌های فولکوریک ایرانی را با کمک اداره فرهنگ یا مخاطبان مجلاتی مانند سخن از سراسر ایران جمع‌آوری و پس از انجام کارهای پژوهشی، در اختیار این برنامه می‌گذاشت تا با هنر گویندگی صبحی برای طیف وسیعی از مردم خوانده شود. هرچند ممکن بود مخاطبان این قصه‌ها کودکان باشند، اما بزرگسال زیادی این برنامه را دنبال می‌کردند و حتی در میان سیاسیون نیز شنندگان پروپاقرصی داشت. این دست برنامه‌ها نیز توانستند پای

ادبیات را به خانه‌های ایرانی‌ها بازکنند که در روزگار گذشته همان طور که گفته شد ممکن بود حتی سواد خواندن و نوشتن نداشته باشند.

در این میان شاید یکی دیگر از برنامه‌های جذاب و در عین حال دارای شنونده بسیار، نمایش‌های رادیویی بود (طبق آرشیوها و اسناد به جای مانده، سن اجرای نمایش در رادیو با اندکی مسامحه با خود رادیو یکی است). قابل توجه است که نحوه اجرا و پخش نمایش در طول زمان متفاوت شده است. مثلاً در ابتدا اجرا به صورت زنده بوده و پس از مدتی با پیدایش فناوری ضبط صدا، نمایش‌ها از قبل اجرا و ضبط شده و سپس پخش می‌شدند. به هر حال با هر شیوه‌ای که نمایش‌ها اجرا و صداگذاری می‌شدند یا افکت‌های لازم را به آنها می‌افزودند، متون این نمایشنامه‌ها معمولاً (و در ابتدا) توسط گروهی از نویسندگان ایرانی حاضر در رادیو نگاشته می‌شد. سپس در نسل‌های بعدی اجراها به سوی ادبیات مشهور جهان رفتند؛ آثار چخوف، ایبسن، مولیر، شکسپیر، بن جانسون، بکت، یونسکو، جان اشتین‌بک، هوارد فاوست، ژیلبر سسبرون، گوگول، تولستوی، داستایوفسکی، امانوئل روبلس، تورگینف نمونه‌هایی هستند که در رادیو به صورت نمایش اجرا شده است. با این روش رادیو نه تنها توانست ادبیات جهان را به ایرانیان معرفی کند، بلکه اساساً تئاتر را به عرصه زندگی روزمره مردم کشاند و بدیهی است که برنامه‌هایی نیز متعاقب آن شکل گرفتند که از آن جمله نقد تئاتر و بعدها سینما و نقد سینما بود.

با آنچه گفته شد می‌توان دریافت که رادیو در عرصه فرهنگ به مثابه آموزشکده یا دانشگاهی عمل کرد که هرچند به رسمیت سیستم دانشگاهی نبود، اما توانست به مدد تکنولوژی بروز خود، با تکیه بر زبانی ساده و به کار گرفتن بجا و مناسب قوه تخیل مخاطب، عموم شنوندگان خود را که معمولاً جزء اقشار بیسواد و کم‌سواد جامعه بودند، با ادبیات و موسیقی و تئاتر روز ایران و جهان آشنا و با ورود هنر به عرصه زندگی روزمره مردم، اندک اندک معنایی برای زیستن جدید ایرانیان بازآفرینی کند؛ معنایی که تنها در ادبیات و موسیقی و نمایش و در یک کلمه در هنر یافت می‌شود.