



دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی
پردیس آموزش‌های نیمه‌حضوری
پایان نامه دوره کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

**مطالعه تطبیقی نقش‌ها و کارکردهای رادیو:
مطالعه موردی در جامعه صنعتی (ایتالیا)
و در حال گذار (ایران)**

**استاد راهنما:
دکتر سید رضا نقیب‌السادات**

**استادان مشاور:
دکتر هادی خانیکی
پروفسور پپینو اورتولوا**

**دانشجو:
سرور کلیایی**

سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

چکیده:

اختراع رادیو در نخستین سال‌های قرن بیستم و ورود آن به عرصه ارتباطات جمعی سرآغاز تحولاتی بی‌سابقه در جوامع مختلف گردید. در بسیاری از کشورها رادیو به عنوان یکی از ابزارهای ارتباطی ارزان و سریع به عنوان ابزاری در خدمت توسعه به کار گرفته شد. رادیو در سطح خرد و کلان چه از سوی مردم شهر و روستا و چه از سوی برنامه ریزان توسعه ی کشورها مورد توجه خاص قرار گرفت و کارنامه ای جالب توجه از خود به جای گذاشت. امروزه نیز علی رغم حضور دیگر وسایل ارتباطی نوین، رادیو هنوز در عرصه ی ارتباطات حضوری قابل توجه دارد.

بر همین اساس بود که پژوهش حاضر با هدف شناسایی نقش ها و کارکرده های رادیو با مطالعه موردی دو جامعه صنعتی (ایتالیا) و در حال گذار (ایران)، صورت پذیرفت. به این شکل که پرسشنامه ای مشتمل بر ۳۱ سوال میان ۳۰۰ تن از کارشناسان و اصحاب رسانه ی رادیوی دولتی در کشور ایران و ایتالیا با شیوه ی نمونه گیری تلفیقی ترکیبی توزیع گردید و نتایج تحقیق از طریق آمار توصیفی و استنباطی، بدست آمد. در ادامه بررسی کارکردهای اصلی رادیو در رابطه با دو سطح خرد و کلان انجام گرفت. متغیرهای ما برای اندازه گیری این تاثیرات در سطح خرد از نظریه ی «جستجوی اطلاعات» چارلز اتکین و برای سطح کلان متغیرهایی از «الگوی متناوب توسعه» اورت راجرز استخراج شد و نهایتا تاثیر این دو سطح در ارتباط با یکدیگر نیز مورد توجه قرار گرفت. بر اساس نتایج بدست آمده از این پژوهش در می یابیم میان نقش ها و کارکردهای رادیو و تاثیر در تغییرات اجتماعی در جهت توسعه در ایران رابطه معنی داری وجود ندارد اما در میان پاسخگویان ایتالیا این رابطه معنا دار است. در سطح خرد در ایران بین متغیرها رابطه معنی دار برقرار است، برای بخش مربوط به ایتالیا نیز رابطه در این سطح معنی دار بوده است. این درحالیست که در سطح کلان برای کشور ایتالیا تمام رابطه ها معنی دار بوده است اما برای ایران به جز یک مورد، فاقد رابطه معنی دار بوده است.

واژگان کلیدی:

رادیو، نقش ها و کارکردها، مطالعه تطبیقی، توسعه، پادکست.

تقدیم به پدر و مادر عزیزم
که شوق آموختن را همچون نهالی
در وجودم کاشتند...
امید که روزی ثمره ی آن،
سپاس زحمات بی دریغشان باشد.
و

سپاس از برادران عزیزم

فرجام و سامان

با سپاس فراوان از زحمات بی دریغ استاد راهنمای گرامی ام،

جناب آقای دکتر سید رضا نقیب السادات که مرا در تمامی مراحل این پژوهش هدایت، راهنمایی و اصلاح فرمودند.

و با تشکر فراوان از استاد مشاور گرامی ام،

جناب آقای دکتر هادی خانیکی که از مشاوره های ارزشمند و صبورانه ی ایشان در تمامی مراحل پژوهش بهره بردم.

و با سپاس فراوان از پروفسور پپینو اورتولوا^۱ استاد محترم ارتباطات در ایتالیا که صبورانه بنده را از مشاوره های ارزشمندشان در بخش مربوط به ایتالیا بهره مند نمودند.

و با تشکر از مدیریت و همکاران گرامی دفتر پژوهش های رادیو و نیز مدیریت و همکاران گرامی بخش برون مرزی صدای جمهوری اسلامی ایران.

همچنین از استاد محترم جناب آقای دکتر کیا و مدیریت محترم دانشکده و گروه علوم ارتباطات در پردیس نیمه حضوری علامه و همچنین اساتید گرانقدر و کادر اداری محترم این مرکز، جهت همکاری های ایشان در طی مدت تحصیل و در مراحل مختلف این پژوهش، قدردانی می کنم:

... زندگی صحنه ی یکتای هنرمندی ماست،

هرکسی نغمه ی خود خواند و از صحنه رود،

صحنه پیوسته به جاست.

خرم آن نغمه که مردم بسپارند به یاد...^۲

^۱ Peppino Ortoleva

^۲ ژاله اصفهانی

پیشگفتار:

درام نویس معروف آلمانی «برتولت برشت» هنگام فرار از دست نازی ها رادیو را اینچنین توصیف نموده:

«ای جعبه ی کوچکی که به هنگام فرار، تو را به سینه ام می فشارم، تا مبادا وجودت کمترین آسیبی ببینی، من تو را به همراه خود از خانه به کشتی و از کشتی به قطار می برم، تا دشمنانم بتوانند از طریق تو در هر موقعیتی مرا بیشتر بیازارند، در کنار تختخوابم، در اوقات دردمندی هایم، و تا آخرین لحظات شب و از اولین لحظه ی بیداری صبح مدام برایم از پیروزی هایشان بگویند و بدبختی هایم را به رخم بکشند. اما به من قول بده که ناگهان خاموش نشوی.»

با در نظر داشتن اینکه رادیو، علی رغم تحولات بیشمار در عرصه ی ارتباطات، همچنان حضور خود را در قلمرو وسایل ارتباط جمعی حفظ نموده است و هنوز در زمره ی کم هزینه ترین، کارآمد ترین و آسان ترین روش های ارتباطات راه دور قلمداد میشود، توجه به نحوه عملکرد کنونی و در نظر گرفتن پتانسیل های نهفته یا کمتر به کار گرفته شده ی این رسانه، و نحوه ی انطباق آن با فضای تکنولوژی های جدید، میتواند در بهبود نحوه ی بهره برداری از آن، پیشبرد اهداف کلان رشد یک کشور مفید واقع شود. بدیهی است بی توجهی به موارد فوق میتواند ما را درگیر آزمون و خطاهای فرصت سوز در عصر شتابان «انفجار اطلاعات» نماید. اینچنین، بررسی الگوهای موفق و کارآمد و یا حتی شکست خورده میتواند در بومی سازی یک مدل ملی پیشرفت با بهره گیری از تمام توانمندی های رسانه ای، از جمله رادیو، موثر واقع شود.

تحقیق حاضر در قالب پنج فصل طراحی شده است و طی آن تلاش شده که در طی این مطالعه موردی به وضعیت نقش ها و کارکردهای رادیو در دو جامعه صنعتی (ایتالیا) و در حال گذار (ایران) پرداخته شود. در فصل اول اهمیت و ضرورت انجام تحقیق و اهداف و پرسش های اصلی و فرعی که به دنبال پاسخگویی به آن هستیم، بیان شده است. در فصل دوم مروری بر تاریخچه ی موضوع و ادبیات تحقیق را مورد بررسی قرار دادیم، تا نهایتا با بیان چارچوب نظری مورد نظر و مستندات متغیرها وارد فصل سوم شویم که در آن به معرفی

متغیرها، اهداف و فرضیات و تعاریف نظری و عملی متغیرهای مستقل و وابسته پرداخته و به توضیحات روش شناختی تحقیق پرداخته ایم. در فصل چهارم جداول توصیفی و تحلیلی ارائه شده اند. و در فصل آخر با جمع بندی نتایج تحلیل و توصیف ها، به ارائه نتایج و پیشنهادات پرداخته ایم.

فهرست

فصل اول: کلیات پژوهش ۱

- الف) مقدمه: ۲
- ۱-۱ طرح مسئله و تعریف آن ۲
- ۱-۲ ضرورت و اهمیت موضوع تحقیق ۹
- ۱-۲-۱ ضرورت یا اهمیت نظری یا علمی ۱۰
- ۱-۲-۲ ضرورت و اهمیت عملی یا اجتماعی ۱۰
- ۱-۳ تشریح فرآیند تاریخی موضوع تحقیق ۱۱
- ب) اهداف تحقیق ۱۲

فصل دوم: تدارک نظری تحقیق ۱۴

- ۲-۱ عصر ارتباطات دوربرد: تولد رادیو ۱۵
- ۲-۱-۱ رادیو در ایتالیا ۲۱
- ۲-۱-۱-۱ رادیو در انحصار دولت ۲۱
- ۲-۱-۱-۲ رادیوی انحصاری در خدمت تبلیغات دولت فاشیست ایتالیا ۲۲
- ۲-۱-۱-۳ دهه ۳۰ میلادی، نخستین موفقیت های رادیو و مبارزه با بیسوادى ۲۳
- ۲-۱-۱-۴ رادیو و بحران جنگ ۲۳
- ۲-۱-۱-۵ دهه های دهه ۵۰، دوران طلایی رادیو ۲۴
- ۲-۱-۱-۶ دهه ۱۹۶۰ و رادیوهای تخصصی ۲۵
- ۲-۱-۱-۷ دهه ۱۹۷۰، خروج رادیو از انحصار دولتی و رشد رادیوهای آزاد (محلی) ۲۵
- ۲-۱-۱-۸ دهه ۱۹۸۰، از رادیوهای آزاد تا رادیوهای خصوصی ۲۶
- ۲-۱-۱-۹ دهه ۱۹۹۰، ورود شبکه های اینترنتی به صحنه ۲۷
- ۲-۱-۱-۱۰ هزاره جدید، بازگشت رادیو به عصر طلایی ۲۷
- ۲-۱-۱-۱۱ رادیو در ایتالیا از سال ۲۰۰۰ ۲۸
- ۲-۱-۲ ایران، تولد رادیو و حرکت به سوی توسعه ۲۹
- ۲-۲ از ارتباط تا توسعه همه جانبه ۴۱
- ۲-۲-۱ تعریف ارتباط ۴۱
- ۲-۲-۲ ارتباط جمعی ۴۳
- ۲-۲-۳ اجزاء تشکیل دهنده ارتباط و مدل های ارتباطی ۴۴
- ۲-۲-۴ تعریف نقش و کارکرد ۵۶

۶۶	۲-۲-۵ توسعه و ابعاد آن
۶۶	۲-۲-۵-۱ مفهوم توسعه
۶۹	۲-۲-۵-۲ توسعه درون زا و برون زا
۷۱	۲-۲-۶ از ارتباطات ساده تا پروژه های ملی
۷۴	۲-۲-۷ توسعه امکانات ارتباطی و ارتباطات توسعه
۷۶	۲-۲-۸ نگاهی به دیدگاه های مربوط به ارتباطات و توسعه
۸۴	۲-۲-۹ الگوی ارتباطی و توسعه
۸۴	۲-۲-۹-۱ الگوهای لیبرالی سرمایه داری
۸۴	۲-۲-۹-۲ الگوهای مارکسیستی سوسیالیستی
۸۵	۲-۲-۹-۳ الگوهای وحدت گرا رهایی بخش
۸۶	۲-۲-۱۰ تکنولوژی های ارتباطی و توسعه
۸۷	۲-۲-۱۱ تعامل ارتباطات و توسعه
۹۸	۲-۳ پژوهش های پیشین
۹۹	۲-۳-۱ پژوهش های خارج کشور
۱۰۰	۲-۳-۲ پژوهش های داخل کشور
۱۰۲	۲-۴ فرموله کردن بحث
۱۰۷	فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۱۰۸	۳-۱ شمای تحقیق
۱۰۸	۳-۲ سؤالهای تحقیق
۱۰۹	۳-۳ فرضیه های تحقیق
۱۰۹	الف) فرضیه اصلی:
۱۰۹	ب) فرضیه های فرعی:
۱۱۰	۳-۴ تعاریف نظری و عملی متغیرها و مفاهیم به کار رفته در سؤالها و فرضیه های تحقیق
۱۱۳	۳-۵ روش تحقیق:
۱۱۳	۳-۶ تکنیک جمع آوری اطلاعات:
۱۱۳	۳-۷ جامعه آماری
۱۱۴	۳-۸ برآورد حجم نمونه
۱۱۴	۳-۹ روایی و پایایی تحقیق
۱۱۵	۳-۱۰ روش نمونه گیری
۱۱۵	۳-۱۱ رویه جمع آوری اطلاعات

۱۱۵ ۳-۱۲ فنون مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل و توصیف داده ها

۱۱۶ ۳-۱۳ سطح تجزیه و تحلیل اطلاعات

۱۱۶ ۳-۱۴ محدودیتهای روش شناختی پژوهش

۱۱۷ فصل چهارم: توصیف و تحلیل یافته ها

۱۱۸ بخش اول: توصیف یافته ها

۱۱۸ ۴-۱- یافته های مربوط به ویژگی های جمعیت شناختی

۱۱۸ ۴-۱-۱- ویژگی های جمعیت شناختی

۱۲۰ ۴-۲- یافته های مربوط به سؤالیهای مرتبط با اهداف

۱۲۰ ۴-۲-۱- شما معمولاً چقدر رادیو گوش می کنید؟

۱۲۱ ۴-۲-۲- از چه طریق به رادیو گوش می دهید؟

۱۲۲ ۴-۲-۳- آیا اغلب به صورت هدفمند و برای شنیدن برنامه خاصی به سراغ رادیو می روید؟

۱۲۳ ۴-۲-۴- برنامه های رادیویی از نظر شما تا چه حد متنوع هستند؟

۱۲۴ ۴-۲-۵- به نظر شما سهولت دسترسی به رادیو تا چه میزان در استفاده مخاطبان از این رسانه ها تاثیرگذار است؟

۱۲۵ ۴-۲-۶- برنامه های رادیو تا چه حد پاسخگوی نیازهای اطلاعاتی شماست؟

۱۲۶ ۴-۲-۷- به نظر شما رادیو در کدامیک از نقش های زیر موفق تر عمل کرده است؟

۱۲۸ ۴-۲-۸- رادیو تا چه حد توانسته است زمینه مشارکت اجتماعی را فراهم کند؟

۱۲۹ ۴-۲-۹- از نظر شما پیام ها و برنامه های رسانه رادیو تا چه حد نوآورانه و ابداعی بوده است؟

۱۳۱ ۴-۲-۱۰- جذابیت برنامه های رادیو را چگونه ارزیابی می کنید؟

۱۳۲ ۴-۲-۱۱- به نظر شما، رادیو تا چه حد در وحدت زبانی کشورتان نقش دارد؟

۱۳۴ ۴-۲-۱۳- به نظر شما، برنامه های رادیو تا چه حد در ارتقای سطح بهداشت (فردی و جمعی) در جامعه اثرگذار بوده است؟

۱۳۶ ۴-۲-۱۴- به نظر شما، رادیو چقدر در توسعه ورزش همگانی در جامعه موثر بوده است؟

۱۳۷ ۴-۲-۱۵- به نظر شما، رادیو تا چه اندازه در تغییر شیوه های تولید و آموزش مهارت های جدید در جوامع روستایی و شهری نقش داشته است؟

۱۳۹ ۴-۲-۱۶- به نظر شما، رادیو تا چه حد در ارتقای سطح آموزش و تحصیلات و مبارزه با بی سوادی دخالت داشته است؟

۱۴۰ ۴-۲-۱۷- تا چه حد رادیو را در نقد عملکرد دولت، مستقل می دانید؟

۱۴۱ ۴-۲-۱۸- تا چه حد رادیو را در جلب مشارکت عمومی مردم در رویدادهای سیاسی موفق می دانید؟

۱۴۳ ۴-۲-۱۹- تا چه حد رادیو را در جلب مشارکت عمومی مردم در امور اجتماعی موفق می دانید؟

۱۴۵ ۴-۲-۲۰- تا چه حد رادیو را ابزاری برای گسترش ایده های نو در جامعه می دانید؟

۱۴۶ ۴-۲-۲۱- تا چه حد رادیو را ابزاری در جهت تحمیل قدرت و اقناع مردم از سوی نظام می دانید؟

۱۴۸ ۴-۲-۲۲- تا چه حد رادیو را در جلب سریع و وسیع مردم در جهت همراهی و اجرای برنامه های مهم مملکتی، موثر می دانید؟

۱۵۰ ۴-۲-۲۳- تا چه حد رادیو را منعکس کننده نیازها و مطالبات شهروندان می دانید؟

۱۵۱ ۴-۲-۲۴- تا چه حد برنامه های رادیو را در آشنا ساختن شهروندان با حقوق فردی و اجتماعی ایشان موثر می دانید؟

۱۵۳ ۴-۲-۲۵- رادیو را تا چه حد سرگرم کننده و پرکننده اوقات فراغت می دانید؟

- ۲۶-۲-۴- تا چه تبلیغات رادیویی را دنبال و به آن توجه می کنید؟..... ۱۵۵
- ۲۷-۲-۴- به نظر شما رادیو تا چه حد در معرفی فرهنگ و تمدن کشور و انتقال میراث فرهنگی کشور به نسل جدید موفق عمل کرده است؟..... ۱۵۶
- ۲۸-۲-۴- به نظر شما رادیو تا چه حد در کمک به ترویج معنویت در جامعه موفق بوده است؟..... ۱۵۸
- ۲۹-۲-۴- به نظر شما رادیو به چه میزان در ایجاد تغییرات اجتماعی رو به توسعه همه جانبه جامعه (از بعد کمی و کیفی) سهم داشته است؟..... ۱۶۰
- ۳۰-۲-۴- نمودار شیوه های دسترسی به رادیو در ایران..... ۱۶۲
- ۳۱-۲-۴- نمودار شیوه های دسترسی به رادیو در ایتالیا..... ۱۶۳
- ۳۲-۲-۴- نمودار شبکه های پرمخاطب رادیو در ایران..... ۱۶۴
- ۳۳-۲-۴- نمودار شبکه های پرمخاطب رادیو در ایتالیا..... ۱۶۵
- ۳۴-۲-۴- نمودار مطالب رادیویی پرمخاطب تر رادیو در ایران..... ۱۶۶
- ۳۵-۲-۴- نمودار مطالب رادیویی پرمخاطب تر رادیو در ایتالیا..... ۱۶۷
- بخش دوم) تحلیل یافته ها: جداول دویعدی مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته..... ۱۶۸
- ۳-۴- آزمون فرضیات (کشور ایران)..... ۱۶۹
- ۳-۱-۴- آزمون فرضیه ی اصلی: «رابطه میان کارکردهای رادیو و تاثیر این رسانه در ایجاد تغییرات اجتماعی در جهت توسعه»..... ۱۶۹
- ۳-۲-۴- آزمون فرضیه فرعی اول: «رابطه میان میزان استفاده از رادیو و انتخاب هدفمند این رسانه توسط مخاطبان»..... ۱۷۱
- ۳-۳-۴- آزمون فرضیه فرعی دوم: «رابطه میان نقش رادیو در پاسخ به نیازهای مخاطبان و نقش موثر رادیو در تغییرات اجتماعی در جهت توسعه»..... ۱۷۳
- ۳-۴-۴- آزمون فرضیه فرعی سوم: «رابطه بین کارکرد رادیو در ترویج نوآوری ها و تاثیر در ایجاد تغییرات اجتماعی برای توسعه کشور»..... ۱۷۵
- ۳-۵-۴- آزمون فرضیه فرعی چهارم: «رابطه میان کارکرد رادیو در مبارزه با بی سوادی و تاثیر در تغییرات اجتماعی برای توسعه کشور»..... ۱۷۷
- ۴-۴- آزمون فرضیات (کشور ایتالیا)..... ۱۷۹
- ۴-۱-۴- آزمون فرضیه ی اصلی: «رابطه میان کارکردهای رادیو و تاثیر این رسانه در ایجاد تغییرات اجتماعی در جهت توسعه»..... ۱۷۹
- ۴-۲-۴- آزمون فرضیه ی فرعی اول: «رابطه میان میزان استفاده از رادیو و انتخاب هدفمند این رسانه توسط مخاطبان»..... ۱۸۱
- ۴-۳-۴- آزمون فرضیه فرعی دوم: «رابطه میان نقش رادیو در پاسخ به نیازهای مخاطبان و نقش موثر رادیو در تغییرات اجتماعی برای توسعه کشور»..... ۱۸۳
- ۴-۴-۴- آزمون فرضیه فرعی سوم: «رابطه بین کارکرد رادیو در ترویج نوآوری ها و تاثیر در تغییرات اجتماعی برای توسعه کشور»..... ۱۸۵
- ۴-۵-۴- آزمون فرضیه فرعی چهارم: «رابطه میان کارکرد رادیو در مبارزه با بی سوادی و تاثیر در تغییرات اجتماعی برای رشد کشور»..... ۱۸۷
- فصل پنجم: جمع بندی، نتیجه گیری و پیشنهادهای..... ۱۸۹**
- ۵-۱ جمع بندی..... ۱۹۱
- ۵-۱-۱- جمع بندی توصیف یافته ها..... ۱۹۱
- ۵-۱-۲- جمع بندی تحلیل یافته ها..... ۲۰۲

۲۰۴.....	۲-۵ نتیجه گیری
۲۰۸.....	۳-۵ پیشنهادات
۲۰۹.....	فهرست منابع
۲۱۰.....	الف) منابع فارسی:
۲۱۴.....	ب) منابع غیر فارسی:
۲۱۶.....	ضمائم

فصل اول: کلیات پژوهش

الف) مقدمه:

۱-۱ طرح مسئله و تعریف آن

ارتباطات یکی از اهرم های موثر در زندگی اجتماعی انسان به شمار می آید. نقش ارتباطات را در جریان توسعه جامعه های گوناگون نمی توان امر ساده ای تلقی کرد. آنچه هم اکنون به صورت یک پدیده متحول و مهم در جامعه های بشری نمود عینی یافته و به دیگر سخن همه کنش های اجتماعی را تحت تاثیر خود قرار داده، پدیده ای است که باید آن را شکل تکامل یافته شبکه های ارتباطی بشر نخستین تا به امروز دانست. «مارشال مک لوهان» جامعه شناس معروف کانادایی، که آثار او در زمینه عملکرد و تاثیر وسایل ارتباط جمعی است نیز بر این عقیده صحنه گذاشته است. رشد و تکامل فعالیت های ارتباطی و دریافت جامعه های پیشرفته قرن بیستم از نقش کلیدی آن برای ایجاد تحولات اساسی، چنان پر شتاب و عمیق بوده است که به حق بایستی آن را به مثابه انقلابی عظیم دانست و زمینه اصلی هر گونه تغییر و دگرگونی اجتماعی و فرهنگی را در گسترش شبکه های ارتباطی دانست. دنیای امروز، تکنولوژی پیشرفته را در خدمت این پدیده نهاده و بر پیچیدگی و تعمیم کاربرد آن افزوده است به طوری که اکثر کشورهای در حال توسعه برای ایجاد دگرگونی های اساسی (برای تحقق اهداف توسعه ای خود) تکنولوژی ارتباطی را به نحو احسن به کار می گیرند. دنیای ارتباطات دنیای ثانیه ها و دقیقه ها، دنیای ماهواره ها و رایانه هاست، دنیای تلاش انسانی است که می کوشد بر زمان و مکان غلبه کند. عصر حاضر عصر تحول است، تحولی که خرد و کلان را در شهر و روستا در بر می گیرد و در این میان نقش ارتباطات را در ایجاد تحول می توان نظاره گر بود. انسان امروزی پس از تامین نیازهای اولیه خود، ناگزیر به استفاده از شبکه های ارتباطی موجود در جامعه است تا به کمک آن بتواند مراحل رشد و تکامل مادی و معنوی را طی کند، به خصوص این که کمبود نیروی انسانی در زمینه های گوناگون نظیر آموزش و پرورش و مهارت های حرفه ای و غیره بیش از پیش گروه های مختلف جامعه را ملزم به استفاده از این شبکه ها و وسایل کرده است به طوری که بسیاری از محققان مسائل مربوط به توسعه کشورهای جهان سوم معتقدند که با استفاده صحیح از وسایل ارتباط جمعی می توان با فقر و بی سوادی به مبارزه ای بی امان پرداخت و نیز با ارائه پیام های فرهنگی و اجتماعی و هم چنین آموزش فنون حرفه ای به گروه های کار در جامعه، بر میزان تولیدات گوناگون افزود (خاتون آبادی، ۱۳۷۴: ۲۲).

در این میان رادیو رسانه ای متفاوت از سایر رسانه هاست، زیرا تنها عناصر شنیداری را در اختیار دارد و با کلام، موسیقی و صدا تلاش میکند پیام های خود را با کمترین اختلال و ابهام به مخاطب انتقال دهد. علی رغم ظهور فناوری های جدید اطلاعاتی، رادیو هنوز بیش از سایر رسانه ها قابلیت حضور در زندگی مردم را دارد. رادیو به خاطر ویژگی بی سیم بودنش میتواند در همه جا و بدون به کار گیری حس بینایی مورد استفاده قرار گرفته و اطلاعات بدون مختل کردن کار روزانه افراد دریافت شود. با این وسیله است که بدون واسطه میتوان با مردم صحبت کرد، آیین و مناسک خاص را به راحتی ایجاد نمود، فعالیت های آموزشی را با کمترین هزینه سامان داد، در بحران ها اطلاعات را به سرعت منتقل کرد و با استفاده از قدرت تبلیغاتی آن به تهییج افکار عمومی و هدایت مردم پرداخت. با این تفاسیر میتوان گفت رادیو چیزی بیش از صدای زندگی واقعی است (خجسته، ۱۳۸۴: ۱).

درام نویس معروف آلمانی «برتولت برشت» هنگام فرار از دست نازی ها درباره ی رادیو چنین گفته است:

«ای جعبه ی کوچکی که به هنگام فرار، تو را به سینه ام می فشارم، تا مبادا وجودت کمترین آسیبی ببیند، من تو را به همراه خود از خانه به کشتی و از کشتی به قطار می برم، تا دشمنانم بتوانند از طریق تو در هر موقعیتی مرا بیشتر بیازارند، در کنار تختخوابم، در اوقات دردمندی هایم، و تا آخرین لحظات شب و از اولین لحظه ی بیداری صبح مدام برایم از پیروزی هایشان بگویند و بدبختی هایم را به رخم بکشند. اما به من قول بده که ناگهان خاموش نشوی» (خجسته، ۱۳۸۱: ۱).

پیش از ظهور رادیو، اصلی ترین منابع اطلاع رسانی روزنامه ها و کتاب ها بودند. در چنان شرایطی اولاً اخبار با فاصله ی زمانی زیادی به مناطق دوردست می رسید، ثانیاً درصد افراد با سواد که قدرت خواندن و نوشتن داشتند به خصوص در جوامع روستایی به قدری پایین بود که تنها تعداد محدودی از افراد امکان دسترسی به اخبار و اطلاعات را داشتند. دانستن، مزیت خاص طبقه ی تحصیلکرده بود و این امر خود در دامنه ی اثر گذاری این رسانه تاثیر گذار بود. رادیو باعث شد اولاً فاصله زمانی دریافت اخبار و اطلاعات به صفر برسد، و اینچنین اخبار و اطلاعات در کوتاهترین زمان فاصله ها را درنوردد و جوامع دور و نزدیک را تحت تاثیر قرار دهد، ثانیاً کلیه افراد بیسواد و با سواد جامعه بتوانند از اطلاعات آن بهره ببرند و در واقع رادیو رسانه ی «با سوادان و بی سوادان» شد. حتی در شرایطی که امکان اقتصادی، شرایط تهیه رادیو را به طور مثال برای روستاییان یا شهرستانهای دوردست ناممکن میساخت، یک رادیو در یک کافه یا قهوه خانه، کافی بود که مورد

استفاده ی جمع کثیری قرار بگیرد. بهره برداری از رادیو به خصوص برای مناطقی که همچون کشور پهناور ما، ایران، به لحاظ بافت جغرافیایی مناطق صعب العبوری را نیز دربر می گرفته است، در جهت تسهیل رساندن اخبار و اطلاعات به مناطق دورافتاده تر، مفید واقع می شد. بنابراین ورود رادیو به عرصه ی رسانه ها، فصل جدیدی را در عرصه ی ارتباطات آغاز نمود. آنچه که مک لوهان آنرا مهاجرتی از کهکشان گوتنبرگ به کهکشان مارکنی می نامد. در حقیقت برای نخستین بار در تاریخ ارتباطات، در دوازدهم دسامبر ۱۹۰۱ میلادی از طریق امواج رادیویی و بدون استفاده از سیم رابط، جمله ای از منطقه ای در ایتالیا به نقطه ای دیگر مخابره و فصل تازه ای در ارتباطات آغاز شد. مخابره کننده این جمله و مخترع دستگاهی که برای مخابره آن مورد استفاده قرار گرفت، گولیلمو مارکونی^۳ فیزیکدان ایتالیایی بود که بعدها دستگاه رادیو را هم اختراع کرد.

برخی تاریخ شروع به کار نخستین کانال (ایستگاه) رادیویی را در سال ۱۹۲۰ و در شهر پیتسبرگ امریکا ذکر کرده اند که کی.دی.کی.ای^۴ نام داشته و متعلق به شرکت سهامی وستینگهاوس الکتریک بوده است و برخی دیگر نیز معتقدند که نخستین ایستگاه های فرستنده پخش منظم رادیویی در سال ۱۹۲۰ در انگلستان به کار افتاده و پیشگام این امر شرکت مارکونی بوده است. به هر حال در ادامه، پیشرفت های رادیو در امریکا بسیار چشمگیر تر از اروپا رخ داد به طوری که هجوم برای تشکیل ایستگاههای پخش رادیویی در سال ۱۹۲۲ در امریکا - و تاسیس ۴۵۱ ایستگاه فرستنده رادیویی در یک سال - به بمب رادیویی معروف شد. در این میان پیشرفت های رادیو در اروپا کند تر از امریکا بود و از سال ۱۹۲۱ به بعد، هر ساله فرستنده ها و برنامه های منظمی در قاره اروپا به وجود آمدند. به طوری که در سال ۱۹۲۵ میلادی، ۱۹ کشور اروپایی ایستگاه فرستنده رادیویی داشتند. با پایان یافتن جنگ جهانی دوم، رادیو رفته رفته به صورت وسیله ای همگانی درآمد و اختراع ترانزیستور و کاربرد آن در رادیو در دهه ۱۹۵۰، این وسیله ارتباطی را با سرعت و وسعت بیشتری جهان گیر کرد. اکنون دستگاههای ارتباطی که با امواج رادیویی کار میکنند، کاربرد بسیار گسترده و متنوعی یافته اند. اختراع مارکونی زندگی انسانها را دگرگون ساخت و پس مخابره نخستین امواج رادیویی و در طی بیش از یک قرن، شاهد توسعه و پیشرفت های چشمگیر در استفاده از اختراع مارکونی در ماهواره ها، فضاییماها و در مخابره اطلاعات و تصاویر نه فقط به نقاط دور دست روی کره زمین، بلکه به کرات و سیارات دیگر نیز هستیم. توانایی کنترل امواج رادیویی زندگی و عادات ما را دگرگون ساخته و بر شیوه های دریافت اطلاعات و نوع تفریحات ما اثر گذاشته است. وسایل مدرن و متنوع ارتباط از راه دور همچنان رو به توسعه است و در

^۳ Guglielmo Marconi

^۴ KDKA

حال حاضر امکان ارتباطات موثر، دائمی و وسیع بین مردم در هر گوشه از جهان را فراهم آورده است. استقبال مردم از این امکان های ارتباطی، صنایع ارتباطات از راه دور را دارای سودآوری سالانه حدود یک تریلیون دلار کرده است. با وجود این هنوز دو سوم جمعیت دنیا فقط به وسایل اساسی و ساده ارتباط از راه دور دسترسی دارند و این گروه خواستار و نیازمند خدمات سریع تر، ارزان تر و بهتر همین وسایل ارتباطی ساده اند تا نیازهای آموزشی، اجتماعی و فرهنگی آنان را در حد امکان برآورده کند. رادیو یکی از این وسایل ارتباطی ساده و موثر است. رادیو به عنوان رسانه ای متفاوت از سایر رسانه ها، یعنی رسانه ای شنیداری، فاقد متن یا تصویر و در عوض حاوی کلام، صدا و موسیقی، تلاش میکند تا پیامها را با کمترین درجه اختلال یا ابهام ارائه کند. یکی از ویژگیهای منحصر به فرد رادیو، علاوه بر سهولت دسترسی به آن، قابلیت انحصاری این رسانه در شنیداری بودن آن است و این بدان معناست که مخاطب قادر به دریافت پیام هاست بدون اینکه ناچار به ترک فعالیت های دیگر شود. توجه به پیام های رادیویی ضمن فعالیت های روزمره نظیر کارکردن، رانندگی، راه رفتن و ورزش به صورت کامل عملی است و احتمال می رود همین قابلیت انحصاری سبب شده باشد که امروزه نصب رادیو در اتومبیل ها به عنوان استاندارد در نظر گرفته شود (کرایسل ۱۳۸۱).

ویژگی دیگر رادیو کم هزینه بودن آن است و از این لحاظ هیچ یک از رسانه ها با رادیو قادر به رقابت نیستند. ویژگی های منحصر به فرد رادیو سبب شده است که رادیو به عنوان یک ابزار ارتباطی قوی مورد استفاده قرار گیرد.

در کنفرانس عمومی سال ۱۹۷۶ در نایروبی، مدیر کل یونسکو مجمعی از اندیشمندان گرد هم آورده و کمیسیون بین المللی بررسی مسائل ارتباط را به ریات آقای شن مک براید^۵ ایرلندی تاسیس کرد. در صفحه ۸۸ گزارش مک براید، با عنوان یک جهان، چندین صدا آمده است: «در کشورهای در حال توسعه، رادیو تنها وسیله ارتباطی است که کاملاً میتوان اصطلاح «رسانه جمعی» را بر آن اطلاق کرد که برای دستیابی به مناطق دوردست، راهی آسان و اقتصادی است».

حال سوال اینجاست که این ابزار قدرتمند که قادر بوده فاصله ها را در کمترین زمان درنوردد، چه نقش ها و کارکردهایی را توانسته در جوامع ایفا نماید و توجه و یا عدم توجه به برخی از کارکردهای آن، چه

^۵ Seán MacBride

تاثیری در پیشرفت و یا عقب ماندگی و کند شدن مسیر رو به جلوی جوامع داشته است و یا به عبارت دیگر رسانه رادیو چه میزان در بستر سازی برای تغییرات اجتماعی سهم داشته است؟

به هر حال رادیو یکی از معمول ترین و کاربردی ترین وسایل ارتباط جمعی در کشورهای در حال توسعه به شمار میرود چراکه رادیو در این کشورها توانسته با تولید و پخش برنامه های مناسب، حرکت های توسعه ای را شدت و قوت بخشد و حتی در این زمینه نقش اول را داشته باشد چون رادیو میتواند دو هدف عمده ارتباط را که انتقال پیام و کمک به درک آن از طریق ایجاد تفاهم و همچنین ایجاد زمینه مناسب برای پذیرش پیام و عملی ساختن آن است، فراهم سازد (خاتون آبادی، ۱۳۷۴: ۶۷-۵۰).

شایان ذکر است که بخش مهمی از فعالیت های رادیو در کشورهای دنیا، در ارتباط با اهداف توسعه بوده است. البته همه طیف متنوع رادیوهای که در مناطق مختلف دنیا با اهداف توسعه ای فعالیت میکنند، از نوع رادیوهای محلی نیستند بلکه بسیاری از آنها مانند رادیوهای موجود در ایران رادیو های سراسری هستند. بسیاری از برنامه های توسعه، به خصوص در کشورهای در حال توسعه، شامل برنامه های توسعه کشاورزی و توسعه صنعت است. برای مثال، رادیو ایران از سالهای ۱۳۴۰ به بعد برنامه های مخصوص کشاورزان داشته است. البته پس از انقلاب اسلامی در سال ۵۷ بعد آموزشی برنامه های کشاورزی به شکل محسوسی مورد توجه قرار گرفته است (خاتون آبادی، ۱۳۷۴). در فصل دو، در قسمت تاریخچه رادیو تامل عمیق تری بر فعالیت های رادیو در طول سالهای پس از تاسیس آن در ایران خواهیم داشت.

با در نظر داشتن اینکه رادیو، علی رغم تحولات بیشمار در عرصه ی ارتباطات، همچنان حضور خود را در قلمرو وسایل ارتباط جمعی حفظ نموده است و هنوز در زمره ی کم هزینه ترین، کارآمد ترین و آسان ترین روش های ارتباطات راه دور قلمداد میشود، توجه به نحوه عملکرد کنونی و در نظر گرفتن پتانسیل های نهفته یا کمتر به کار گرفته شده ی این رسانه، و نحوه ی انطباق آن با فضای تکنولوژی های جدید، میتواند در بهبود نحوه ی بهره برداری از آن، پیشبرد اهداف کلان رشد یک کشور و اعتلا و حفظ سرمایه ی اجتماعی یک جامعه، مفید واقع شود. بدیهی است بی توجهی به موارد فوق میتواند ما را درگیر آزمون و خطاهای فرصت سوز در عصر شتابان «انفجار اطلاعات» نماید. اینچنین، بررسی الگوهای موفق و کارآمد و یا حتی شکست خورده میتواند در بومی سازی یک مدل ملی پیشرفت با بهره گیری از تمام توانمندی های رسانه ای، از جمله رادیو، موثر واقع شود.

در عین حال این پژوهش این فرصت را به وجود می آورد که به دور از پیش قضاوت ها، جایگاه کنونی رادیو را در کشورمان در مقایسه با یک جامعه صنعتی (ایتالیا) بسنجیم و به نقاط ضعف و قوت رادیو در هر یک از دو جامعه تا حدی پی ببریم و سهم رادیو را در بستر سازی برای توسعه هر یک، در حد بضاعت این تحقیق، بسنجیم. بدیهی است ورود به بحث تخصصی در باب توسعه، مجال و تحقیقی مجزا و مفصل میطلبد که مورد نظر پژوهش حاضر نبوده است.

علت برگزیدن دو جامعه ی ایران و ایتالیا و نقش رادیو در این دو، علاوه بر مشابهت های عمیق سیاسی، اجتماعی، فرهنگی میان دو جامعه (از جمله غالب بودن فرهنگ شفاهی) و نیز تجربه ی آکادمیک و کاری محقق در رابطه با فعالیت رادیویی در هر دو کشور بوده است که امکان مقایسه جایگاه و عملکرد دو رادیو را فراهم می آورد. به مدد این تجربه، این امکان فراهم شد که نگاهی تطبیقی به جایگاه این رسانه در هر دو کشور داشته و سیر تحولات آن را در جهت کمک به تغییرات اجتماعی در جهت توسعه این دو کشور مورد بررسی قرار دهم. اهمیت رسانه رادیو و نیاز به مطالعات تطبیقی در این حوزه، انگیزه ی انجام این تحقیق شد.

این تحقیق نگاهی تاریخی به صورت اجمالی بر نقش ها و کارکردهای اصلی رادیو از ابتدای تاسیس تا کنون در دو کشور خواهد داشت. بررسی سالهای آغازین تا دوره معاصر را به صورت تاریخی و اسنادی و مطالعه ی نقش ها و کارکرد های فعلی را با کمک گرفتن از نظر کارشناسان و اصحاب رسانه در دو کشور به انجام خواهد رساند. بنابراین تمرکز اصلی تحقیق از نظر بازه زمانی دوره کنونی، و از نظر مکانی در دو کشور ایران و ایتالیا می باشد.

نکته ای که نبایست از نظر دور داشت این است که رویدادی مهم مسیر این رسانه را در دو کشور از هم جدا میسازد. رادیو چند دهه پس از تاسیس در ایتالیا از انحصار دولتی خارج شد در حالیکه در ایران تا به امروز به صورت نهادی دولتی باقی مانده است. بررسی ما در مورد ایتالیا بر شبکه های دولتی رادیوی آن کشور خواهد بود و البته به دلیل اهمیت رادیوهای خصوصی فضایی به انعکاس میزان اقبال مخاطبان (در مورد تحقیق حاضر، اصحاب رسانه) به رادیو های خصوصی و میزان موفقیت آنها در جلب مخاطب اختصاص خواهیم داد.

اکنون این پرسش مطرح میشود که اساسا چه آینده ای انتظار رادیو را میکشد؟ آیا در دنیایی که از یک سو هنوز ارتباطات سنتی را فراموش نساخته اما از دیگر سو هر چه بیشتر در محاصره ی صنعت مولتی مدیا و فناوری های نوین ارتباطی قرار میگیرد، میتوان هنوز برای رسانه رادیو، در چالش با رسانه های دیگر جایگاهی

در نظر گرفت؟ آیا این رسانه محکوم به نابودی است یا اینکه با انعطاف پذیری بالا و با بهره گیری از امکانات رسانه ای جدید همچون پادکست و پخش اینترنتی، و با تغییرات در ساختارهای مدیریتی خود میتواند در دوران صنعتی و یا حتی پسا صنعتی، همچنان رسانه ای زنده باقی بماند؟ در ایتالیا که در جمع نخستین هشت کشور صنعتی جهان قرار دارد، و مهد تولد رادیو بوده است، امروز این رسانه چه جایگاهی دارد؟ در کشور ما که تنوع و دسترسی به رسانه ها نسبت به ایتالیا محدود تر است، اوضاع به چه نحو است؟ آیا رادیو در این دو جامعه در جایگاه ایده آل خود قرار دارد؟ آیا میتوان شرایط کنونی کشور ایتالیا را به عنوان افقی از پیشرفت های تکنولوژیکی کشوری همچون ایران، شاهد بگیریم و حضور و نقش رادیو را در آن بسنجیم؟ آیا رادیو در چنین جامعه ای، در بین رقبای تازه نفس عصر ارتباطات نوین مهجور باقی خواهد ماند؟ رادیو در این دو کشور چه شباهت ها، تفاوت ها و ویژگی های منحصر به فردی دارد؟ کارکردهای متفاوت رادیو در هر جامعه چه معنایی میتواند داشته باشد؟ و نهایتاً اینکه رادیو تا چه اندازه توانسته در جهت تغییرات اجتماعی رو به توسعه هر یک از این دو کشور سودمند واقع شود.

سوال اصلی این پژوهش این است که نقشها و کارکردهای رادیو تا چه حد در تغییرات اجتماعی در جهت توسعه در دو کشور ایران و ایتالیا تاثیر داشته است؟
همچنین متغیرهای زیر در این پژوهش مورد تاکید هستند:

- کارکردهای رادیو (نقش خبری، نقش آموزشی، نقش رهبری افکار عمومی و تبلیغ، نقش تفریحی و سرگرم کنندگی، نقش مقابله با تهدیدات رسانه ای) در دو کشور ایران و ایتالیا.
- انتخاب هدفمند رسانه رادیو از سوی مخاطبان در ایران و ایتالیا.
- پاسخگویی برنامه های رادیویی به نیاز مخاطبان در ایران و ایتالیا.
- ترویج نو آوری و گسترش ایده های نو از طریق رادیو در جامعه در ایران و ایتالیا.
- تاثیر رادیو در ارتقای سطح آموزش و تحصیلات و مبارزه با بیسوادی در ایران و ایتالیا.