

درآمدی بر تاریخ تحلیلی رادیو

در ایران و جهان

میداد مهرآباد



انتشارات دانشگاه صداوسیما

۱۳۹۸

سرشناسه	:	همراز، ویدا، ۱۳۴۴ -
عنوان و نام پدیدآور	:	درآمدی بر تاریخ تحلیلی رادیو در ایران و جهان؛ ویدا همراز؛ ویراستار ابراهیم حقیقی.
مشخصات نشر	:	تهران: دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	:	۳۱۴ ص: مصور (رنگی).
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۳۸۰-۵۱-۱ : ۴۰۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی	:	فیپا
یادداشت	:	نمایه.
یادداشت	:	کتابنامه: ص. [۲۷۵] - ۲۸۴.
موضوع	:	رادیو -- تاریخ -- راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع	:	Radio -- History -- Study and teaching (Higher)
موضوع	:	رادیو -- ایران -- تاریخ -- راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع	:	Radio -- Iran -- History -- Study and teaching (Higher)
موضوع	:	رادیو -- برنامه‌ها
موضوع	:	Radio programs
موضوع	:	ایران -- تاریخ -- انقلاب اسلامی، ۱۳۵۷ -- رادیو و انقلاب
موضوع	:	Iran -- History -- Islamic Revolution, 1979 -- Radio and revolution
شناسه افزوده	:	شماره صد و سیما جمهوری اسلامی ایران
رده بندی کنگره	:	۶۲۱/۳۸۴ : رده بندی دیویی T ۶۵۲/۷
	:	شماره کتابشناسی ملی: ۶۰۸۵۷۰۹

انتشارات دانشگاه صدا و سیما

عضو انجمن فرهنگی ناشران کتاب دانشگاهی

درآمدی بر تاریخ تحلیلی رادیو در ایران و جهان

ویدا همراز

ویراستار: ابراهیم حقیقی امور چاپ و نشر: محمد یزدانی

صفحه‌آرا: مرتضی ندیری طراح جلد: حسین میرزاپور

چاپ و صحافی: کهن شمارگان: ۲۰۰ نسخه

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۸ قیمت: ۴۰۰/۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۸۳۸۰ - ۵۱ - ۱

کلیه حقوق این اثر متعلق به دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران است.

تهران - خیابان ولی عصر (عج)، ابتدای بزرگراه نیایش - دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

انتشارات (تلفن و دورنگار) ۲۲۶۵۲۸۴۴ - فروشگاه ۲۲۱۶۸۶۲۰

www.iribu.ac.ir

فهرست

۷	مقدمه
۱۱	بخش اول: رادیو در عرصه بین الملل
۱۳	فصل اول: ضرورت مطالعه تاریخ رادیو
۲۱	اختراع پرسروصدای مارکونی
۲۹	رادیو و تبلیغات سیاسی در نیمه اول قرن بیستم
۶۱	فصل دوم: استفاده از رادیو در دوران جنگ سرد (۱۹۴۵ - ۱۹۹۰)
۶۲	تبلیغات رادیویی آمریکا در دوران جنگ سرد
۶۳	تبلیغات رادیویی انگلستان در دوران جنگ سرد
۶۴	تبلیغات رادیویی آلمان در دوران جنگ سرد
۶۹	فصل سوم: رادیو و کمک به توسعه در کشورهای جهان سوم
۷۵	فصل چهارم: سیر تحولات ساختاری برنامه های رادیویی
۷۸	برنامه های موسیقایی
۸۲	نمایش رادیویی
۸۳	برنامه های طنز
۸۴	برنامه های خبری
۸۷	برنامه های دینی
۹۴	آگهی های تجاری

بخش دوم: رادیو در ایران	۹۷
فصل پنجم: زمینه‌های سیاسی و اجتماعی و علل تأسیس رادیو در ایران	۹۹
سازمان پرورش افکار، و تأسیس رادیو در ایران	۱۰۳
کارکرد سیاسی رادیو در ایران بعد از جنگ جهانی دوم تا انقلاب اسلامی (۱۳۵۷) ...	۱۳۰
فصل ششم: رادیو و انقلاب اسلامی	۱۴۵
دوران انتقال: تلاش برای یافتن هویت جدید	۱۵۲
رادیو به	۱۶۴
دوران توسعه: تلاش برای حفظ مخاطب	۱۷۴
سیر تحول برنامه‌ریزی رادیویی در ایران	۱۹۲
پیوست	۲۳۳
سال‌شمار فعالیت رادیو در ایران از آغاز تا دهه ۱۳۹۰ شمسی	۲۳۳
منابع	۲۷۳
فارسی	۲۷۳
انگلیسی	۲۸۲
تصاویر	۲۸۳
نمایه	۳۰۳

دانش تاریخی ما هیچ‌گاه کامل نیست، همواره واقعیات جدیدی در حال کشف شدن هستند؛ واقعیاتی که می‌توانند تصویر ما را از گذشته دگرگون سازند (گامبریج، ۱۳۸۰: ۶۱۵).

مقدمه

این کتاب در واقع یک درسی تاریخی تحلیلی است، و گرچه می‌تواند مانند همه کتاب‌های تاریخی مورد استفاده علاقه‌مندان قرار گیرد، اما به‌طور خاص برای دانشجویان حوزه ارتباطات، به‌ویژه دانش‌جویانِ رادیو، نوشته شده است. سال‌ها تدریس درسی با عنوان تاریخ رادیو و فناوری رسانه‌ها^۱ جدید در دوره کارشناسی ارشد رادیو در دانشگاه صداوسیما، بر اینجانب مسلم ساخته که نوشتن کتابی درباره تاریخ رادیو در گستره زمانی بیش از یک‌صد سال فعالیت این رسانه در کشورهای مختلف با تنوع و سیال بودن مسائل فرهنگی و سیاسی و تعدد رویکردهای سیاسی و اجتماعی آن‌ها، بی‌تردید کاری است بس دشوار. به‌رغم این دشواری، نیاز دانش‌جویان به در اختیار داشتن یک کتاب درسی فراگیر درباره تاریخ رادیو موجب شد تا مؤلف موضوعات اصلی در تاریخ فعالیت رادیو را به‌عنوان نهاد پویای رسانه‌ای در کشور انتخابی که سهم اصلی را در تحولات ساختاری و محتوایی آن داشتند، مورد بررسی قرار دهد. کتاب پیش‌رو، رادیو را در طول تاریخ فعالیتش، هم اثرگذار و هم تأثیرپذیر دیده است، نه رسانه‌ای محصور در خویش و جدا از حرکت تاریخی جامعه.

عنوان‌های انتخاب‌شده برای این کتاب نیز علاوه بر آنکه طرح درس ارائه‌شده در مقطع کارشناسی ارشد رادیو در دانشگاه صداوسیما را پوشش می‌دهد، دربرگیرنده اهم مسائلی است که رسانه رادیو در کشورهای مختلف پشت‌سر گذاشته است. رویکرد

تحلیلی تاریخی کتاب وضعیت دوره‌های مختلف تاریخی مرتبط با رادیو را به کمک اسناد و منابع گوناگون تصویر کرده است و سپس نقش و جایگاه رادیو را در آن موقعیت، بررسی کرده است.

با رعایت تقدم تاریخی، در بخش اول، پیدایش رادیو در کشورهای اروپایی و آمریکا و مسیری که برای ثبت فنی و معرفی این وسیله ارتباطی جدید به مخاطبان بیان شده است و در ادامه در فصل‌های مختلف باتوجه به شرایط سیاسی، اجتماعی و فرهنگی نیمه اول قرن بیستم به دوران طلایی رادیو مشهور بود، کاربردهای رادیو در حوزه تبلیغات سیاسی و ایدئولوژیک قدرت‌های مطرح آن زمان بیان شده است. دولت‌های بزرگ اروپایی و آمریکایی مسائل متمادی در رقابت‌های سیاسی و نظامی از ظرفیت‌های سخن‌پراکنی و تبلیغی رادیو در کنار دیگر رسانه‌ها، و گاه به‌تنهایی، استفاده کردند و ده‌ها ایستگاه رادیویی آشکار و مخفی تأسیس کردند که مطالعه نحوه فعالیت آن‌ها برای علاقه‌مندان به تاریخ رسانه فواید توجه است و فصلی از این کتاب را به‌خود اختصاص داده است. تنوع و پیچیدگی مسائل سیاسی و اجتماعی در عرصه بین‌الملل بعد از جنگ جهانی دوم و شروع دورانی که به جنگ سرد مشهور است، همچنان بر روند فعالیت‌های رادیو اثر می‌گذاشت. درحالی‌که تبلیغات ایدئولوژیک در بسیاری از ایستگاه‌های رادیویی ادامه داشت، توجه کردن به مزایای رقابتی رادیو در حوزه‌های آموزشی و فرهنگی در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، فرصت جدیدی به مدیران رادیو در تربیت‌های جهان سوم داد تا از ظرفیت آموزشی این رسانه، در کنار دیگر رسانه‌ها، برای بهبود وضعیت زندگی مخاطبان استفاده کنند. در این مسیر انواع برنامه‌های آموزشی رادیویی برای گروه‌های مختلف مخاطبان کم‌سواد و باسواد ساخته شد تا به آن‌ها در بهبود وضعیت زندگی‌شان کمک کند که در فصل سوم به آن‌ها اشاره شده است.

همه صاحب‌نظران تاریخ رسانه متفق‌القول هستند که نیمه دوم قرن بیستم، دوران افول نسبی رادیو در مقابل رسانه تصویری تلویزیون بود و تغییرات ناگزیر که در حوزه فنی، ساختاری و مدیریتی رادیو برای حفظ مخاطبان روی داد؛ از قبیل تخصصی کردن رادیوها، توجه به تنوع سلیقه‌های مخاطبان، استفاده از قالب‌های جدید برنامه‌سازی، آن‌چنان

اهمیتی در تاریخ رادیو داشته‌اند که در سال‌های اخیر هم به‌عنوان الگویی برای حفظ مخاطب به‌کار می‌روند. از این‌رو سیر این تغییرات و تحولی که در انواع برنامه‌ها مانند اخبار، نمایش، آگهی و... روی داد به‌طور اجمالی مورد بحث قرار گرفته است.

بخش دوم کتاب (شامل فصل‌های پنجم و ششم) به تاریخ رادیو در ایران اختصاص دارد و مؤلف با توجه به پرسش‌های فراوانی که همیشه درباره علل و انگیزه‌های تأسیس رادیو در ایران مطرح می‌شود، کوشیده است در فصل پنجم با ترسیم فضای سیاسی و فرهنگی در آن پهلوی اول، اهمیت تأسیس و استفاده از رسانه رادیو را برای حکومت وقت در مجموعه طرح‌واره فرهنگی که در دوران نوسازی و شبه‌مدرنیسم سال‌های ۱۳۰۴ تا ۱۳۲۰ شمسی به‌وجود آمد، نیز گسترش جغرافیایی پوشش رادیو را بعد از تأسیس آن تا پایان حکومت پهلوی دوم در سال ۱۳۵۷، تشریح کند.

در فصل ششم تاریخ رادیو از انقلاب اسلامی به بعد، به‌عنوان نهادی اجتماعی و رسانه‌ای فراگیر در دوره‌ای خاص از تاریخ معاصر ایران مورد توجه قرار می‌گیرد و نگاه حکومت وقت به این رسانه مطرح شده است؛ دوران پرتلاطمی که رسانه‌های کشور اعم از مطبوعات و رادیو و تلویزیون به‌شدت با آن تأثیر پذیرفتند.

فرارسیدن سال ۱۳۵۷ و پیروزی انقلاب اسلامی ایران، هر آنچه معنای واقعی انقلاب را دربردارد، در خود داشت. فرهنگ، ارزش‌ها، سبک زندگی، ایدئولوژی حاکم، روابط اجتماعی گروه‌های مختلف و... در شرایط انقلابی تغییر بن‌دین کرد و رسانه‌ها نیز در موقعیتی کاملاً متفاوت قرار گرفتند. سال‌های اولیه بعد از انقلاب، برای رسانه‌ها، چالش‌برانگیز بود و ساختار، قوانین، مدیریت، محتوا و نیروی انسانی همه نیازمند تغییر و بازنگری بودند. شروع جنگ تحمیلی در فاصله کمی بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، اهمیت این تغییرات را بیشتر آشکار کرد و در شرایط جدید مأموریت‌های ویژه‌ای برای رادیو تعریف شد که به آن‌ها اشاره شده است. بعد از پایان یافتن جنگ، تقریباً سه دهه صرف بازنگری ساختاری و تلاش برای حفظ مخاطب رادیو در ایران در رقابت با رسانه‌های دیگر شد. در این سال‌ها به‌تبع شرایط موجود، تغییراتی عمده در برنامه‌های رادیویی بروز کرده بود که در همین فصل به این تغییرات پرداخته‌ایم.