

تاریخچه رادیو و گسترش آن در بریتانیا

• اندرو کرایسل

مترجم: معصومه عصام

نقطه‌ای به نقطه دیگر به حساب می‌آمدند (به عنوان مثال از کشتی به ساحل و نظیر آن)، و زمانی هم که رادیو - که در اوان اختراع، به آن بی‌سیم می‌گفتند - توسعه و گسترش یافت، هنوز بیش از برقراری همین ارتباط محدود، از آن انتظار نمی‌رفت.

در بریتانیا به موجب ماده قانونی مجلس نمایندگان در سال ۱۹۰۲، اختیار و نظارت بر فعالیت‌های تلگراف بی‌سیم و تلفن (چه در حوزه عمومی و چه در حوزه انفرادی و حتی متفرقه) در حیطه اداره کل پستخانه ملی و رئیس آن بود و این دو اختراع جدید به عنوان پیامد طبیعی ناشی از امور پست و ارتباطی، تلقی می‌شد. اما رادیو برای بسیاری از ارکان‌های سیاسی و اعضاء، فقط دنباله و پیامد ارتباط از یک نقطه به نقطه دیگر به شمار نمی‌آمد، بلکه آنها رادیو را به عنوان رسانه‌ای می‌دیدند که می‌توانست دنیا را مخاطب خود سازد نه آن که فقط ابزار و رسانه‌ای فردی، سری و محرمانه تلقی گردد.

قسمت اول

رادیو در سالهای اولیه

«این جزیره پر از همهمه و صداسات. آواها و نغمه‌های دلپذیری که لذت بخش‌اند و آزار نمی‌رسانند.»

شکسپیر، نمایشنامه‌نویس قرن شانزدهم

طرح و نوشته تاریخچه‌وار توجه ما به موارد اصلی توسعه و گسترش فناوری پخش برنامه‌ها معطوف است. البته نه فقط به رادیو، بلکه به نحوه ورود و گسترش بزرگ‌ترین رقیب آن؛ یعنی تلویزیون، هم اشاره می‌شود. مسائلی از این قبیل که، چگونه این تحولات، ادراک مخاطبان و نحوه استفاده از رادیو را طی سال‌ها تغییر داده‌اند و چگونه این امر به نوبه خود، بر ساختار برنامه‌ریزی‌های آن تأثیر داشته است؟

در طول قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم، دانشمندان زیادی با ملیت‌های متفاوت - که مشهورترین آنها «گولی یلمو مارکونی» ایتالیایی است - برای انتقال پیام به فواصل دور، تلاش



می‌کردند که سرانجام توانستند به وسیله «تلگراف بی‌سیم» و بعد هم «تلفن» در این کار موفق شوند. ولی نکته مهم اینجاست که بدانیم این وسایل (بی‌سیم و تلفن)، در ابتدا فقط ابزاری برای ارتباط در حد مکالمه از

در فوریه ۱۹۲۰ - زمانی که اداره پست به کمپانی «مارکونی» اجازه بخش رادیویی از یک فرستنده در «جلسه فوره» داد. نگران بود که این فرستنده در عرضه خدمات ارتباطی نقطه به نقطه، اختلال ایجاد کند. این



هزینه‌های مالی بی‌بی‌سی از سه منبع تأمین می‌شد، سرمایه اولیه، فروش امتیاز مربوط به حق اختراع دستگاه‌های گیرنده از طرف اعضای شرکت‌ها و همچنین سود سهام امتیاز بخش برنامه‌های رادیویی.

نگرانی از طرف نیروهای مسلح نیز تقویت شد، زیرا مدت‌های مدیده، طول موج‌های بلند زمینی در اختیار آنها بود و می‌توانستند که با بخش برنامه‌های رادیویی، پیام‌های محرمانه آنها شنیده شود.

به این ترتیب به امکانات اجتماعی این رسانه، ارزش اندکی داده شد و به غیر از سازندگان رادیو و تعداد بسیار کمی از علاقه‌مندان خانگی، کسی آن را در اختیار نداشت. تا سال ۱۹۲۲ سازمان پست مرزبندی مشخصی در مورد استفاده عمومی، انفرادی و متفرقه از رادیو نداشت. اما در این سال به کمپانی مارکونی اجازه داد تا برنامه‌هایی را به طور منظم از ایستگاه «ریتل» پخش کند. کمی بعد از آن هم ایستگاه بخش رادیویی لندن، به نام «لندن - دو» افتتاح شد.

با این وجود سازمان پست، هنوز

نگران ایجاد هرج و مرج و آشفتگی و تداخل و تراکم در طول امواج بود و دادن امتیاز جدید، تولید کنندگان و سازندگان رادیو را با محدودیت‌هایی روبه‌رو کرد؛ سازندگانی که آرزو داشتند مانند کمپانی مارکونی با بخش برنامه، راهی برای فروش دستگاه‌های گیرنده رادیویی به علاقه‌مندان بیابند. از سوی دیگر سازمان پست نیز تمایلی نداشت که تنها یک شرکت، برنامه‌ها را در دست داشته باشد؛ بنابراین پذیرفت که تولید کنندگان و سازندگان برجسته و عمده، یک صنف و اتحادیه بخش برنامه تشکیل دهند. این امر به دادن امتیاز غیر رسمی (نه رسمی) از سازمان پست به پنگاه سخن‌پرانی بریتانیا (بی‌بی‌سی^(۱)) در سال ۱۹۲۲ انجامید و بی‌بی‌سی، بخش برنامه رادیویی خود را شروع کرد.

هزینه‌های مالی بی‌بی‌سی از سه منبع تأمین می‌شد: سرمایه اولیه، فروش امتیاز مربوط به حق اختراع دستگاه‌های گیرنده از طرف اعضای شرکت‌ها و همچنین سود سهام امتیاز بخش برنامه‌های رادیویی. البته برای تضمین خطر مالی، از سازندگان و تولید کنندگان در برابر رقابت خارجی، حمایت می‌شد. اولین مدیر کل بی‌بی‌سی (لعمان مدیر عامل بعدی) شخصی بود به نام «جی. سی. کلبلیو ریسه» که بعدها عنوان «ژرژ» گرفت. تربیت مذهبی کالونینی اسکاتلندی او باعث شد که وی بخش رادیویی را به عنوان مسئولیت بزرگ اخلاقی بپذیرد و برنامه‌های آن را به صورت نوعی خدمات عمومی برای مردم در آورد. او به سرعت آن را از شکل یک شرکت تجاری خارج کرد و به یک نهاد ملی قابل احترام تبدیل کرد. تولیدات بی‌بی‌سی گستره وسیعی را

دربر می‌گرفت؛ مسانده، موسیقی، نمایش‌نامه، برنامه‌های کمدی و کودکان. همچنین با بهره‌گیری از کمیته‌های مشورتی، برنامه‌های مذهبی و برنامه‌های آموزشی مدارس را نیز پخش می‌کرد.

در مدت سه سال، شبکه ملی تأسیس شد و با افتتاح فرستنده‌ای با طول موج بلند در داونتری، در سال ۱۹۲۵، هشاد و پنج درصد مردم توانستند از برنامه‌های شبکه ملی و با محلی استفاده کنند. استقبال مردم از این رسانه جدید بسیار زیاد و حیرت‌آور بود. در سال ۱۹۳۳، سازمان پست، هشاد هزار مسجوز برای دستگاه‌های گیرنده رادیویی صادر کرد (اما احتمالاً تعداد دستگاه‌هایی که استفاده می‌شد چهار یا پنج برابر بود). در سال ۱۹۳۴ یک میلیون مجوز صادر شد اما حدود ۵ میلیون دستگاه مورد استفاده قرار گرفته بود. تا سه سال بعد، تعداد مجوزها برای خرید دستگاه‌های گیرنده رادیویی دو برابر شد و تا سال ۱۹۳۹، به نه میلیون دستگاه، مجوز داده شد. تا سال ۱۹۶۸، تعداد شنوندگان رادیو، هیچ وقت کمتر از یک میلیون نفر نبود و اغلب اوقات هم تعداد آنها به پانزده میلیون نفر می‌رسید.

اولین دستگاه‌های رادیویی از جنس شیشه، تولید آنها ارزان و راحت بود و بی‌بی‌سی نیز آنها را می‌فروخت (با قیمت ۲ الی ۴ پوند). این دستگاه‌ها دو جفت گوشی هم داشتند. به زودی این دستگاه‌های گیرنده به بلندگوهای مجهز شدند که با تنظیم آنها شنوندگان بیشتری می‌توانستند به صورت گروهی به آن گوش دهند (در اوایل دهه ۱۹۳۰ این پدیده، عمومی شده بود).

میانگین قیمت ارزان‌ترین دستگاه‌های رادیو، بین یک تا دو پوند در

دهه ۱۹۲۰ و پنج تا شش پوند در دهه ۱۹۳۰ بود که هنوز برای طبقه کارگر کاملاً گران به شمار می‌آمد. طبقه کارگر را تا سال ۱۹۲۲ زمانی که دستگاه‌های بسیار ارزان قیمت رادیو به بازار آمد- به زحمت می‌توان جزو شنوندگان رادیوی سراسری کشور به حساب آورد، اما برای کارگران امکان رله برنامه‌فراهم بود، به این ترتیب که با پرداخت مبلغی، دستگاه‌های گیرنده مرکزی رادیویی به خانه افراد، سیم‌کشی و از طریق بلندگو، برنامه‌ها برای آنها پخش می‌شد.

این نکته هم قابل توجه است که با پیشرفت و تکمیل فناوری جدید، و با افزایش تقاضا برای خرید دستگاه‌ها، قیمت خرید نیز پایین می‌آمد. رادیوهای دو لامپی که قیمت آنها در سال ۱۹۲۳ هفتده پوند و ده شیلینگ بود، در سال ۱۹۲۵ تا پنج گنی (۱۳ شیلینگ) نیز به صورت خرده فروشی عرضه می‌شد. البته این مبلغ باز هم بالاتر از قدرت پرداخت طبقه کارگر بود.

با وجود گسترش دامنه محبوبیت رادیو، برنامه‌های آن از نوعی ناکارایی و نقص بزرگ رنج می‌بردند که عامل آن «اتحادیه مالکان روزنامه» بود. صاحبان روزنامه‌ها بیشتر از هر کس دیگر، در آن زمان از قدرت بالقوه و فزاینده رادیو در آینده آگاه بودند. بر اثر اعمال تقوید اتحادیه صاحبان روزنامه بر دولت، پخش هر نوع بولتن و گزارش خبری قبل از ساعت ۷ بعد از ظهر و همچنین هر نوع تفسیر و گزارش مربوط به وقایع عمومی برای بی‌بی‌سی قذف شد. به این ترتیب، بی‌بی‌سی تنها می‌توانست اخباری را پخش کند که از نمایندگی‌های خبری اصلی خرید می‌شد. این تضيقات و محدودیت‌ها تا زمان

بحران مصروف ۱۹۳۸ اروپا برقرار بود. با این وجود برخی نشانه‌های اختصاصی برای رادیو و قابلیت‌های آن، به عنوان رسانه خبری، وجود داشت.

در سال ۱۹۲۶ «اتصاب عمومی» روی داد. در واقع، دیگر روزنامه‌ای منتشر نمی‌شد و اتحادیه صاحبان روزنامه‌ها هم نمی‌توانست تضيقات خود را بر نحوه دریافت و پخش اخبار بی‌بی‌سی اعمال کند، اما در عین حال بی‌بی‌سی می‌بایست گزارش‌های

با شروع جنگ

جهانی دوم در سال ۱۹۳۹

بی‌بی‌سی برنامه‌های

ملی و ناحیه‌ای خود را

درهم ادغام و آن را

به یک برنامه با نام

«Home service» تبدیل

کرد، اما برای حفظ روحیه

رژمی افراد ارتشی، برنامه

ویژه‌ای نیز برای نیروهای

اعزامی خود به فرانسه

تهیه می‌کرد.

مربوط به اتصاب را با وسواس، دقت و حرکات کامل پخش کند، امتیاز پخش بی‌بی‌سی هنوز کاملاً رسمی نشده بود و تضيقی هم برای آن در کار نبود. از طرفی دولت نیز این قدرت را داشت که آن را به صورت سخنگو و عامل خود درآورد و یا حتی آن را مصادره کند. بنابراین چیز عجیبی نبود که بی‌بی‌سی در تفسیر وقایع، کاملاً به تقع دولت عمل کند، بی‌بی‌سی هر خبری را گزارش نمی‌کرد، در عین حال، خبر را

تحریف هم نمی‌کرد و البته کاملاً هم وابسته به دولت نبود. از این رو برخی از اتصاب کنندگان، بی‌بی‌سی را تضيح می‌کردند، اما عمده‌ی زیادی هم بودند که به آن اعتماد داشتند. نتیجه‌ای که از این اتصاب عاید رادیو شد، تثبیت این رسانه به عنوان یک کانال حیاتی ارتباطی برای پخش اخبار و اطلاعات در زندگی مردم بود.

اتفاق دومی که به ظاهر کم اهمیت‌تر است ولی به نوبه خود نقش تهبیچی پیش‌تری در نمایان‌سازی ظرفیت‌های خبری رادیو ایفا کرد، مربوط به آتش سوزی کریستال پالاس در سال ۱۹۲۶ است. این آتش سوزی زمانی رخ داد که روزنامه‌های عصر تعطیل شده و روزنامه‌های صبح نیز هنوز منتشر نشده بودند. «اولین خبر دست اول و انحصاری» بی‌بی‌سی بود. خبرنگار جوانی به نام فریچارد ویسلی، یک گزارش زنده تلفنی از صحنه آتش سوزی تهیه کرد که با فریادهای مردم، آژیسر آتش‌نشانی و سروصدای فروریختن شعله‌های آتش همراه بود و عملاً نشان داد که رادیو نه تنها سریع‌تر از روزنامه، خبر می‌رساند، بلکه از لحاظ حسی، هم واقعی‌تر است و هم صدای گزارشگر را دارد.

دوباره به مشکلاتی برگردیم که بی‌بی‌سی با آنها روبه‌رو بود. بی‌بی‌سی هم با اعمال محدودیت‌ها در تولیدات خبری روبه‌رو بود و هم آن که حتی محبوبیت بعضی از برنامه‌های آن نیز مشکلات مالی حمایت‌کننده وجود برخی موارد غیر متعارف و راه‌فراهای مرتبط با امتیاز حق اختراع و صدور پروانه پخش، باعث کاهش شدید سود سهام آن شد تا آن که سرانجام در سال



هاوس» - که به منظور پخش برنامه‌ها ساخته شده بود - انتقال داد و با این کار رسماً خود را به عنوان یک نهاد و سازمان ملی اعلام کرد و در همان سال پخش برنامه‌هایی به نام «امپایر سرویس» را آغاز کرد که در واقع برنامه‌ای بیرون‌مرزی به شمار می‌آمد. از همان ابتدا، بی‌بی‌سی نیاز به داشتن شبکه‌های ملی و بومی را حس کرد. عمده برنامه ملی آن از لندن تأمین می‌شد و برنامه‌های منطقه‌ای خود را از شش ناحیه، که در عین حال کاملاً از لندن تغذیه می‌شدند - پخش می‌کرد. هر دوی این شبکه، برنامه ملی و شبکه منطقه‌ای (برنامه‌های متنوع و ترکیبی) داشتند و در عین حال از نظر محتوا و پخش، متفاوت از هم نبودند.

این برنامه‌ها محدوده وسیع و متنوعی را در ایام هفته در برمی‌گرفت و شامل اخبار، نمایش‌نامه، ورزش

آموزش، سرگرمی، تهیه گزارش از مجلس نمایندگان، حفظ تعادل در پخش دیدگاه‌های سیاسی (که کمی آزادی عمل را می‌رساند) و پخش پیام‌های دولتی در مواقع فوریت‌های ملی، امتیازنامه‌ای که ولیمهد آن را امضا کرده همراه با اجازه و توافقنامه دولت، در عمل، هم درآمد مالی بی‌بی‌سی و هم استقلال نسبی آن را تضمین کرده بود. البته راه‌های غیر مستقیم همیشه برای نظارت و اعمال فشار وجود دارد. امتیازنامه نیاز به تجدید دارد و تنها دولت می‌تواند میزان مبلغ آن را بالا ببرد که خود سخاکی از نفوذ حکومت است. کمی پس از این سازمان‌دهی جدید، بی‌بی‌سی توسعه و گسترش زیادی یافت. هم برنامه‌ها و هم شهرت آن بیشتر شد.

بی‌بی‌سی در سال ۱۹۳۲ مقرر خود را به ساختناتی به نام «برودکاستینگ

دولت انگلستان کمیته کرافورد را مأمور بررسی وضعیت آینده پخش رادیویی کرد. در واقع موقعیت مناسب برای «ریت» فراهم شد؛ یعنی همان کسی که می‌خواست بی‌بی‌سی را به یک سازمان و نهاد عمومی دولتی، فارغ از فشارهای تجاری و دخالت‌های سیاسی، تبدیل کند.

کمیته کرافورد با «ریت» هم عقیده بود و در نتیجه توصیه‌های آن، کمیته بی‌بی‌سی مؤسسه‌ای سلطنتی، به نام «رویال چارتر» در اول ژانویه ۱۹۲۷ سازمان دهی شد و «ریت» نیز به عنوان اولین مدیر عامل آن شروع به کار کرد. در حالی که بی‌بی‌سی هنوز نهادی مستقل و سرمایه‌گذاری شده ملی، به شمار نمی‌آمد و نظامنامه و وظایف آن تغییر اساسی نکرده بود.

وظایف بی‌بی‌سی در این دوره عبارت بودند از: اطلاع رسانی،

برنامه‌های مذهبی، موسیقی (ملازمین تا کلاسیک) و سرگرمی بود، که هم به نیازهای اجتماعی مختلف (آموزشی، اطلاع‌رسانی و سرگرمی) جواب می‌داد و هم علاقه‌ها و سلیقه‌های شنوندگان مختلف (کودکان، زنان، تجار، کشاورزان، ماهرگران و نظایر آن) را در نظر می‌گرفت. هدف «ریت» آن بود که هم تولید برنامه‌ها به نحوی تغییر کند تا شنونده ناگهان به موضوعی علاقه‌مند شود که قبلاً آن را دوست نداشت و یا حتی راجع به آن چیزی نمی‌دانست و هم برنامه‌ها بالاتر از میزان انتظار شنونده برای او پیش شود.

در عصر حاضر، به این نوع دیدگاه پدیسالارانه و حمایتی، حتماً اعتراض می‌شود؛ حتی در دهه ۱۹۳۰ هم بعضی به آن معترض بودند؛ به ویژه برنامه «یک‌شنبه‌ها با ریت» مورد انتقاد فراوان بود؛ روزپیک شنبه یعنی روز تعطیل، که اکثر مردم وقت کافی برای گوش کردن به رادیو داشتند و در ضمن، طالب نوعی آرامش هم بودند. اما آنچه که از این برنامه - که در ساعت دوازده و سی دقیقه پیش می‌شد - دریافت می‌کردند، عبارت بود از: موعظه‌های مذهبی، حرف و گفتگو و موسیقی کلاسیک.

اما در عوض دو فرستنده خصوصی و بازگاتی در قاره اروپا بودند؛ اول رادیو نرمادی بود که بخش خود را از ساحل شمالی فرانسه در سال ۱۹۳۱ آغاز کرده و با برنامه‌هایی از نوع آمریکایی - که نمایش‌های رادیویی احساساتی و کم ارزش داشت - نواحی جنوبی بریتانیا را زیر پوشش خود گرفته بود و دوم رادیو لوکزامبورگ که بدون داشتن اجازه طول موج، کارش را از سال ۱۹۳۳ شروع کرد. برنامه‌های این رادیو بیشتر موسیقی آرام و ملایم بود که

در سراسر بریتانیا شنیده می‌شد. در روزهای یکشنبه تعداد شنوندگان این دو ایستگاه رادیویی از تعداد شنوندگان بی‌بی‌سی، بیشتر و این خود از اولین علامت‌های ناخشنودی مردم از انحصار رادیویی در انگلستان بود.

دومین مورد، اعتراض به خط مشی «ریت» از دوون خود بی‌بی‌سی بود (اگر چه رادیوهای تجاری هم به آن دامن می‌زدند) و آن عبارت بود از شروع تحقیقات منظم و سازمان یافته‌ای در مورد نظر، عقیده و رفتار مخاطبان رادیو. تا آن زمان شناخت مخاطبان، تنها از طریق نامه‌های ارسالی شنوندگان به رادیو صورت می‌گرفت. «ریت» نگران بود که این تحقیقات به ناچار بر خط مشی تولید و پخش برنامه‌ها تأثیر خواهند گذاشت و آن را از هدف اصلی

یک برنامه با نام «home service» تبدیل کرد، اما برای حفظ روحیه رزمی افراد ارتشی، برنامه ویژه‌ای نیز برای نیروهای اعزامی خود به فرانسه تهیه می‌کرد که از سال ۱۹۴۰ با نام «برنامه ارتش» پخش شد. این برنامه عمدتاً عبارت بود از سرگرمی، موسیقی و ورزش که اغلب برنامه‌هایی به سبک شاد و آرام بود.

«برنامه ارتش» در ابتدا تنها یک برنامه موقتی به حساب می‌آمد، اما آنچه در آن زمان درک نمی‌شد این بود که شیوه شاد و ملایم آن، در واقع آغازی برای پایان خط مشی برنامه‌های ترکیبی (سنگین و سبک) ریت بود که سرانجام با تأسیس شبکه‌های رادیویی «۲،۳،۲،۵» در سال ۱۹۶۷ از بین رفت. طی دوسالی که از پخش برنامه ارتش می‌گذشت، شنوندگان عادی آن پیشتر از شنوندگان

با وجود آن که آلمانی‌ها پیشگام فناوری ضبط صوت و صدا بودند، ولی خودشان نتوانستند از آن استفاده خلاقانه برای پخش غیرمستقیم برنامه‌های رادیویی بکنند، ولی انگلستان این کار را کرد.

ارتشی شدند. علاوه بر آن این شنوندگان، پنجاه درصد بیشتر از شنوندگان رادیو انگلستان «Home service» بودند، ولی باید گفت کار برجسته بی‌بی‌سی در جنگ جهانی دوم، برانگیختن و جلب احساسات مردم بود. در داخل کشور، بی‌بی‌سی ابزار همبستگی ملی بود و در خارج کشور نیز از آن به عنوان جزیره‌ای پر از صداقت در دریایی از شایعه‌ها و تبلیغات پادمی‌شد.

جنگ باعث شد زمان آن برسد که رادیو به صورت یک رسانه بسیار سریع خبری، وارد میدان شود؛ نقشی که حتی

دور خواهند کرد و برنامه‌های با ارزش به این ترتیب قربانی برنامه‌های عامه‌پسند خواهند شد. به این ترتیب، طرفداران تحقیقات بر مخاطب پیروز شدند؛ وقتی بخش تحقیقاتی برای این منظور در سال ۱۹۳۶ به وجود آمد. تا سال ۱۹۳۸ (سال کناره‌گیری ریت از بی‌بی‌سی) بخش تحقیقات مخاطبان رادیو، اطلاعات زیادی درباره شنوندگان رادیو و ترکیب اجتماعی بسیار گسترده آنها جمع‌آوری کرده بود. با شروع جنگ جهانی دوم در سال ۱۹۳۹ بی‌بی‌سی برنامه‌های ملی و ناحیه‌ای خود را در هم ادغام و آن را به

در عصر تلویزیون نیز آن را حفظ کرده است.

بخش خبری ساعت نه شب بی بی سی، بر شنوندگان بسیار زیاد و مشتاقی فرمائروایی می کرد. به خاطر فشار ناشی از جنگ بود که فناوری های تولید خبر پیشرفت کرد و تولید خبر از

بسیاری از برنامه ها را از قبل ضبط کنند و برای پخش آماده داشته باشند. تولید گزارش های خارجي بیشتر، آسان تر شدن تهیه برنامه های ورزشی، امکان نظارت بر پخش و دیگر دستاوردهای مربوط به ضبط برنامه از قبل و به عبارت دیگر پخش غیر مستقیم برنامه،

رادیویی باقی ماند. حتی قبل از پایان جنگ و با محبوبیتی که برنامه ارتش داشت، روشن شده بود که دیگر به راحتی نمی توان به تهیه و تولید برنامه به روش های قدیمی ادامه داد. به همین جهت بود که در سال ۱۹۶۵ اولین مدیرعامل وقت بی بی سی؛ یعنی «ولیم هالی» ساختار جدید سه گانه تولید برنامه را که از مدت ها قبل، روی آن کار شده بود، اعلام کرد.

شبکه ملی «Home services» پخش اصلی برنامه ها را در دست داشت و مناطق مختلف؛ نظیر؛ اسکاتلند، شمال انگلستان، میدلند، ولز، غرب و شمال ایرلند هم می توانستند آن را دریافت کنند. برنامه ارتش با برنامه شاد و سرگرم کننده دیگری، از دوم جولای ۱۹۶۵ جایگزین شد و «برنامه سوم» به صورت شبکه فرهنگی - علمی سطح بالا در زمینه های هنر و مسائل مهم جدی از ۲۹ سپتامبر ۱۹۶۶ شروع به کار کرد.

در مجموع، این سه شبکه نوعی آشنی اصولی بین برنامه های عامه پسند و نظام برنامه سازی قبلی مورد علاقه «ریت» را به وجود آوردند شوعی مصالحه بین برنامه های جدی و غیرجدی که تا پانزده سال بعد هم به خوبی دوام آورد.

جنگ باعث شد زمان آن برسد که رادیو به صورت یک رسانه بسیار سریع خبری، وارد میدان شود؛ نقشی که حتی در عصر تلویزیون نیز آن را حفظ کرده است.

شکل ساده خواندن آن، به صورت آمیزه ای از خواندن خبر، گزارش خبرنگاران و... و آنچه که امروز با آن آشنا هستیم، درآمد و تهیه خبر نظم و نسق بهتری یافت.

بی بی سی از سال ۱۹۶۶ شروع به استخدام خبرنگاران خارجی برای خود کرد. یولتن ها، خبرنگارها، اعلامیه های خبری با افزایش بخش های خبری، تکمیل و بی در پی عرضه می شدند.

برنامه رادیویی «نیوز ریل (۳)» و روش های جدید تهیه برنامه؛ نظیر؛ اضافه کردن گزارش تفسیری و پخش ویژه برنامه های واقعی، از تمهیدات نوین بی بی سی بود. ولی محرک و شتاب دهنده این فعل و انفعالات، فناوری جدید صدابرداری بود که در طول جنگ کاملاً پیشرفت کرده بود. همان طور که بریگز خاطر نشان کرده است، ضبط اخبار و گفتگوها، خارج از استودیو، از سال ۱۹۶۱ اهمیت زیادی پیدا کرد. با ضبط برنامه های خبری، دیگر نیازی نبود که افراد به استودیو بیایند (به ویژه آن که خطر حملات هوایی نیز وجود داشت) و همچنین می توانستند

این فرصت را برای فراهم کرده بود که هر نوع مشکل مربوط به نظارت و سانسور از طرف وزارت جنگ را پیش بینی و برطرف کنند.

نکته جالب این است که با وجود آن که آلمانی ها پیشگام فناوری ضبط صوت و صدا بودند، ولی خودشان نتوانستند از آن استفاده خلاقانه برای پخش غیر مستقیم برنامه های رادیویی بکنند. ولی انگلستان این کار را کرد.

خبرنگاران و گزارشگران ورزیده بی بی سی؛ نظیر «ویچارد وینچلی» آموزش های نظامی می دیدند و سپس به خط مقدم جبهه اعزام می شدند. این خبرنگاران با استفاده از ضبط صوت و با تدوین های ماهرانه، گزارش های خبری را به واقعیت، ملموس تر و نزدیک تر می کردند. برنامه خبری «گزارش جنگ» که با این شیوه تهیه و از ششم ژوئن ۱۹۶۶ پخش آن شروع شد، حدود ده تا پانزده میلیون شنونده دائمی و همیشگی داشت. این قدرتمندی بالفعل رادیو یعنی سرعت زیاد و ملموس بودن به واقعیت، در عمل به صورت جزء ثابت و مستحکم اخبار

همان طور که خود «هالی» گفته، برنامه هایی که با شیوه های قدیمی پخش می شد، برای مخاطبان مشکلاتی به وجود آورده بود، چون شنوندگان عملاً مانند پاندول آونگ از یک برنامه جدی به یک برنامه تفریحی و با برنامه دیگر در حرکت و نوسان بودند و می بایست همه نوع برنامه را گوش کنند، البته می توان به این ترتیب شنوندگان زیادی جذب کرد اما در

مجله رادیویی «ساعتی با زنان» برنامه‌های نمایش هم‌کلاسیک و هم‌عامه پسند نظیر مجموعه «یک پارتون»، «خاتواده آرچر» و با برنامه‌های تفریحی نظیر «آی، تی، ام» و «صم فراغت با کارگران» علاوه بر اینها رادیو به تولید و ضبط برنامه‌های موسیقی (چه کلاسیک و چه ملایم و شاد) در سطحی وسیع

اعتماد و صمیمیت مردم را از دست بدهند. مخاطبان را باید از خوب به خوبتر هدایت کرد و این کار با برانگیختن کنجکاری، بالا بردن سطح ادراک و تمایلات آنها امکان‌پذیر است و همزمان با افزایش آموزش و تعالی فرهنگ جامعه، باید این هرم را بالا برد.

ضمن خیل کثیری از شنندگان هم از دست می‌روند. به این ترتیب در دوره‌ای که هنوز از تلویزیون خبری نبود، مردم از گوش دادن به رادیو لذت می‌بردند. با برنامه ریزی جدید «هالی» در دل هر کدام از این شبکه‌ها نوعی برنامه‌سازی اختصاصی به وجود آمده بود که تا حدی آنها را از هم متمایز



نمایی از ساختمان قدیمی رادیو بریتانیا در شهر لیدز

پرداخت.

منابع



- 1- British Broad casting Company.
- 3- News Real.

رادیو در طی جنگ جهانی دوم و حتی تا ده سال پس از آن هم در اوج ترقی بود و هیچ کدام از برنامه‌های مخاطبان کمتر از چند میلیون نفر نداشت. در این دوره، رادیو چهره‌ای مولد و خلاق از خود نشان داد. تهیه برنامه‌های واقعی و اغلب مستند که کاملاً با چاشنی «خلاقیت‌های تلویزیونی» همراه بود و تولید برنامه‌ها با آمیزه‌ای از گفتار، گفتگو، نمایش و شهادت صوتی، از نوآوری‌های رادیو در این دوره بود.

می‌کرد و علاوه بر آن، این شبکه‌ها با کامل کردن یکدیگر، هدف‌های فرهنگی را قوی‌تر می‌کردند. تفکر ساختار جدید رادیویی بر این اساس بود که جامعه مانند هرم عظیمی است که سطح قاعده آن بسیار پهن است و به تدریج در بالا باریک می‌شود. برنامه‌هایی که برای این هرم ساخته می‌شود اگر چه سه نوع هستند، اما از نظر میزان علاقه شنندگان با هم برابری می‌کنند و برنامه‌ها هم طوری تهیه می‌شوند که هر برنامه به برنامه سطح بالاتر می‌انجامد. به این ترتیب شنندگان هم به تدریج، علاقه و سلیقه خود را به سوی می‌برند که ارزنده‌تر باشد. البته برنامه‌ها باید جلوتر از عامه حرکت کنند اما نه آن قدر که

برنامه‌های معروف این دوره عبارتند از: «ساعتی با کودکان»، «خبر رادیو»، «گفتگو با شنندگان»، «نامه‌ای از آمریکا»، «منظره‌هایی نظیر «اتلاف مرزها» و «آیا سوآلی دیگر هست؟»