نمایش رادیویی

کتاب راهنما

نمایش شنیداری در متن و اجرا

دربارهٔ کتاب

کتاب *نمایش رادیویی* در دو بخش مجزا به تاریخ و نظریه‌های مختلف نمایش رادیویی و به دستورالعمل‌های اجرایی ـ تمرینیِ آن می‌پردازد. این کتاب با ارائهٔ نمونه‌های ملموس و مطرح نمایش رادیویی در بافت‌متن تاریخی و معاصر به چالش‌ها و بایدها و نبایدهای این گونهٔ نمایشی می‌پردازد و راهنمایی جامع و کاربردی برای پژوهشگران و علاقه‌مندان به این حوزه است. نمایش رادیویی در طول تاریخ دستخوش تغییرات و اصلاحاتی به تناسب نیاز و شرایط اجتماعی شده است که این کتاب با ارائهٔ تحلیل و بررسی این شرایط و نیازها، منبعی تأثیرگذار برای آموزش و پژوهش تلقی می‌شود.

دربارهٔ نویسندگان

ریچارد جی هَند استاد اجرا و مطالعات رسانه در دانشگاه ایست انگلیا در انگلستان است، در کنار آثار بسیاری که در حوزهٔ رسانه، ترجمه و اقتباس نگارش کرده است. پروفسور هَند مؤسس *ژورنال اقتباس* در فیلم نیز می‌باشد. **مری تریْنِر** نیز استاد آموزش و یادگیریِ دانشگاه کاردیف ولز است.

دربارهٔ مترجمان

اسماعیل نجار، فارغ‌التحصیل دکترای ادبیات نمایشی از دانشگاه ایالتی اوهایو آمریکا و دانشیار گروه ادبیات نمایشی دانشگاه تربیت مدرس است. دکتر نجار در کنار کار پژوهشی دارای سابقهٔ تولید و کارگردانی چندین کار تئاتر و مستند در اروپا و آمریکا است. از نمونه دستاوردهای ایشان می‌توان به جایزهٔ بین‌المللی هنرهای تصویری و نمایشی (آمریکا) و فلوشیپ موسسهٔ پژوهش‌های تئاتر (آمریکا) اشاره کرد.

بهروز محمودی بختیاری، متولد ۱۳۵۲ تهران، دارای دکترای زبان‌شناسی و دانشیار گروه هنرهای نمایشی دانشگاه تهران است. از او آثار و مقالات متعددی همچون Trends in Iranian Cinema (با محمد رحمتی)، *گفتمان قجری*، *انبیا در سوگ* (با همراهی مرضیه فراهانی) *تأثیرات فرهنگی تئاتر بیگانه در ایران* (با همراهی ناصر آقایی) و ترجمهٔ نمایشنامه‌های *وعده پشت وعده*، *انتخاب آقای هابسن در کنار شایعات*، *گمشده در یانکرز* و *خنده در طبقهٔ بیست‌وسوم* (هر سه با همراهی مینا رضاپور) منتشر شده است؛ حوزه‌های مطالعه و پژوهش محمودی بختیاری عبارت‌اند از: تحلیل گفتمانِ دراماتیک، درام تطبیقی و نشانه‌شناسی تئاتر و فیلم.

نمایش رادیویی

کتاب راهنما

نمایش شنیداری در متن و اجرا

ریچارد جِی هَندو ماری تِرِیْنِر

ترجمهٔ دکتر اسماعیل نجار
و
دکتر بهروز محمودی بختیاری

انتشارات مهرانديش
MEHRANDISH BOOKS

هند، ریچارد ج.، ۱۹۶۵- م. Hand, Richard J.,، ۱۹۶۵-
نمایش رادیویی: کتاب راهنما نمایش شنیداری در متن و اجرا/ ریچارد جی‌هند، ماری ترینر؛
ترجمه اسماعیل نجار، بهروز محمودی‌بختیاری؛ ویراستار مهدی سجودی‌مقدم.
۳۰۰ ص.
۹۷۸-۶۲۲-۸۱۵۸-۵۳-۲
۱۰۱۸۶۵۴۴ ۷۹۱/۴۴۷ PN۱۹۹۱/۶۵

در این کتاب از «نشانهٔ درنگ» که با علامت «/» مشخص می‌شود، استفاده شده است. «نشانهٔ درنگ» نویسهٔ مناسبی است که به‌جای ویرگولِ نابجا می‌نشیند و بسیاری از دشواری‌های خواندنِ درستِ متنِ فارسی را نیز برطرف می‌کند.

نمایش رادیویی

کتاب راهنما

نمایش شنیداری در متن و اجرا

• ریچارد جی هَند و ماری تِرِیْنِر •
• مترجمان: دکتر اسماعیل نَجار و دکتر بهروز مَحمودی بختیاری •
• ویراستار: مهدی سجودی مقدم •
• آماده‌سازی و نظارت فنی: مهراندیش •
• چاپ: اول، تهران، ۱۴۰۵ • چاپ: قشقایی •
• ۵۰۰ نسخه • شمارهٔ نشر: ۴۲۱ •
• شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۸۱۵۸-۵۳-۲ •

برای مشاهده قیمت، لطفاً اسکن کنید و وارد سایت شوید.

هرگونه خلاصه‌نویسی، تکثیر و یا تولید مجدد این کتاب، به‌صورت کامل و یا بخشی از آن، اعم از چاپ، کپی، فایل صوتی یا الکترونیکی بدون اجازهٔ کتبیِ ناشر' ممنوع و موجب پیگرد قانونی است

انتشارات مهراندیش
خیابان فلسطین شمالی، بعد از خیابان بزرگمهر، نرسیده به خیابان انقلاب،
بن‌بست نیلوفر، شماره ۱، واحد یک. کدپستی: ۱۴۱۶۹۳۴۱۱۳
تلفن: ۶۶۴۸۹۳۶۵ -۰۲۱ همراه: ۰۹۱۲ ۵۵۹ ۱۶۰۲
www.mehrandishbooks.com www.mehrandishbook.com mehrandish@gmail.com
mehrandishnashr mehrandishbooks @mehrandishbooks

فهرست

بخش ۱: پیشینهٔ نمایش رادیویی ۷

۱ـ تاریخ نمایش رادیویی ۹

نمونهٔ مطالعاتی: "جنگ دنیاها" (۱۹۳۸) از تئاتر مرکوری روی خط (۱۹۳۸) ۳۸

۲ـ نظریه‌های نمایش رادیویی ۵۳

نمونهٔ مطالعاتی: نمونهٔ مطالعاتی: انتقام و دیگ به دیگ می‌گه روت سیاه! ۹۰

۳ـ نمایش رادیویی در جهان معاصر ۱۰۳

نمونهٔ مطالعاتی: ما زنده‌ایم: داستان نجات (۲۰۰۹ به بعد) ۱۳۰

بخش ۲: راهنمای عملی برای نمایش رادیویی ۱۴۷

۴ـ نگارش ۱۴۸

۵ـ تولید ۱۸۸

۶ـ اجرا ۲۳۳

نمونهٔ مطالعاتی: داستان وحشت‌انگیز سوئینی تادا! ۲۶۴

ضمیمه: نوشتن متن تبلیغاتی مؤثر برای رادیو: شش گام تا تبلیغات رادیویی ۲۹۳

بخش ۱

پیشینهٔ نمایش رادیویی

۱ـ تاریخ نمایش رادیویی

مقدمه

چرا ما باید به نمایش رادیویی علاقه‌مند باشیم؟ آیا محدودیت‌هایش کاملاً واضح نیستند؟ آیا رادیو همان چیزی نیست که مردم قبل‌از اختراع تلویزیون آن را در اختیار داشتند. تلویزیون چیزی برای تماشا کردن به ما نمی‌دهد؟ اصلاً هدف از یک اجرا زمانی که قرار نیست بازیگران را ببینیم چیست؟ در این میان، هیو شیگنل[1] نقش وکیل مدافع شیطان را بازی می‌کند و استدلال می‌کند نمایش رادیویی "تناقض"[2] است: "چگونه ممکن است در این عصر بصری یک نمایشِ "نادیدنی" داشت، نمایشی بدون تصویر و صحنه‌سازی؟ (شیگنل، ۲۰۰۹، ص. ۲۶). امروزه دیگر کسی نیست که متوجه نباشد ما با پرده‌های نمایش و تصویرها احاطه شده‌ایم. درواقع، این چیزی است که فرهنگِ توسعه‌یافته تکنولوژیکی جهانِ معاصر را تعریف می‌کند: پرده‌های نمایش بر روی دیوارها؛ بر روی میزها؛ در جیب ما؛ هرجایی را که نگاه می‌کنیم، پرده‌های نمایش در دیدرس ما هستند.

این نگاه احتمالاً در بسیاری از مردم دیده می‌شود، اما درعین‌حال درست است که بگویم صدا پراهمیت‌تر از چیزی‌ست که مردم آن را درک می‌کنند. درواقع، چون غیرقابل مشاهده است، خیلی ساده نادیده گرفته می‌شود. بااین‌حال، همان‌قدر که مردم دوست دارند از تلویزیون‌ها و کامپیوترها و کنسول‌های بازیِ قابل‌حمل استفاده کنند، کارهای دیگر هم می‌کنند: رانندگی می‌کنند، کارهای خانه را انجام می‌دهند، ورزش می‌کنند، می‌خوانند و می‌نویسند، حتی گاهی چشم‌هایشان را می‌بندند ... و زمانی که این کارها

1. Hugh Chignell.
2. Contradiction.

را انجام می‌دهند معمولاً می‌شنوند. آن‌ها می‌شنوند، خواه به‌وسیلهٔ آی‌پاد یا تلفنِ پیشرفتهٔ گران‌قیمتشان باشد، یا به‌وسیلهٔ یک رادیو که زیاد به آن اهمیت نمی‌دهند: ممکن است موسیقی باشد، ممکن است اخبار یا گزارش ورزشی باشد، یا ممکن است گفت‌وگوهای مختلف حضوری یا تلفنی باشد. اما برای یک‌سری از آدم‌ها ممکن است داستان باشد: کتاب‌های صوتی و حتی، بله، نمایش رادیویی.

صدا

قبل‌از اینکه به‌طور خاص به نمایش رادیویی اشاره کنیم، بگذارید به اهمیت صدا بپردازیم. حتی در رسانه‌های بصری، صدا بسیار پیچیده‌تر از آن چیزی است که "به نظر می‌آید"، واقعاً مهم و تأثیرگذار است. یک امتحان جالب این است که یک فیلم ترسناک را با صدای خاموش تماشا کنید. قطعه‌های هنرمندانه که با دقت کنار هم چیده شده‌اند تا احساس هیجان و تعلیق را در ما ایجاد کنند، با صدای بسته، تبدیل به یک‌سری تصویر بریدهٔ به‌هم‌پیوسته می‌شود. شما درواقع می‌توانید "فاصلهٔ تکه‌ها را ببینید". صدا را وصل کنید و ببینید چگونه موسیقی، جلوه‌های صوتی و دیگر صداهای اسرارآمیز و وهم‌آلود بر چارچوب داستان تأثیر می‌گذارند، کنش را پیش می‌برند و ما را با این تجربه همگام می‌کنند. برای همین است که گروهی از مردم می‌گویند در زمان وقوع صحنه‌های ترسناک بستن چشم‌هایشان هم کمکی به آن‌ها نمی‌کند، چون هنوز می‌توانند صدای همه‌چیز را بشنوند. درحقیقت، ممکن است شرایط را بدتر هم بکند. به‌هرحال، همان‌طور که یکی از مهم‌ترین تهیه‌کنندگان تاریخ رسانهٔ آمریکا (هم در رادیو و هم در تلویزیون)، هایمن براون[1] می‌گوید:

> کلید موفقیت نمایش رادیویی صدا است - تخیل است - چیزی است که شما می‌توانید با به هیجان آوردن افراد به دست آورید. شما نمی‌توانید این کار را با تلویزیون انجام بدهید. شما می‌توانید یک تصویر را نشان بدهید و بگویید "همینه که هست". اما که چی؟ پس مثل احمق‌ها می‌نشینید و قبول می‌کنید که ماشین تصادف می‌کند و نمی‌توانید چیز دیگری به آن اضافه کنید. هیچ‌چیز ترسناک‌تر از خونی نیست که شما در تخیل خود

1. Himan Brown.

> می‌بینید. آن‌ها چه کار می‌توانند بکنند؟ مقدار زیادی سس کچاپ بر روی صحنهٔ تلویزیون بپاشند؟ هنوز در ذهن شما حقیقت[1] ترسناک‌تر است. (نقل‌قول‌شده در هَند، ۲۰۰۶، ص. ۳۶)

در همین مورد، رابرت آرنولد[1] (مدیر اجرایی تئاتر چَتِرباکس آدیو[2]) استدلال می‌کند که "صدا تخیل را به‌گونه‌ای به چالش می‌کشد که تصویر/فیلم نمی‌تواند. CGI[3] در جهان نمی‌تواند منظره‌ای زیبا یا هیولایی ترسناک ایجاد کند که بتواند با چیزی که می‌توانید تصور کنید قابل قیاس باشد (آرنولد، ۲۰۱۰). تصورات خودمان قدرتمندترین رسانه/مدیوم هستند. شاید صدا می‌تواند یک میان‌بُر به عمیق‌ترین قسمت‌های تصوراتمان باشد؟ واژهٔ رسمی برای این عمل تأثیر یادآوری (anamnesis) است، که این‌گونه تعریف شده است:

> تأثیرِ یک خاطره که در آن یک موقعیت یا فضایی در گذشته، به‌وسیلهٔ تحریک توسط یک سیگنال یا زمینهٔ صوتی، به شنونده یادآوری می‌شود. تأثیر یادآوری، یک تأثیر نشانه‌شناختی (نمادین)، معمولاً یک یادآوری ناخواسته از خاطره است که توسط گوش دادن و قدرتِ مهیج صداها ایجاد می‌شود. (اوگویارد و تورگ، ۲۰۰۵، ص. ۲۱).

مسلماً یادآوری برای بسیاری از مردم می‌تواند بسیار قدرتمند باشد یا درواقع، مرتبط[4] باشد: آوازها و ملودی‌ها، نمونهٔ شعرها یا خط‌ها از داستان یا شعری می‌توانند رابط‌های قوی بین حافظه و احساسات باشند. گاهی اوقات این چیزهای شنیداری هستند که می‌توانند بیشتر از ـ عکس‌ها و مکان‌های مشخص ـ ما را به‌وسیلهٔ قدرت احساسی‌شان سورپرایز کنند. در نمایشنامهٔ دریا از ادوارد باند[5] (۱۹۷۳)، کاراکتر ویلی دربارهٔ مرگ دوست صمیمی‌اش، کالین، می‌گوید: «باید خیلی زود چهره‌شون رو فراموش کنی. مثل وارد شدن یک شک. اما سخته صداشون رو فراموش کنی. یک‌دفعه، بعدِ بیست سال، اون (صدا) رو می‌شنوی» (باند، ۱۹۷۸، ص. ۱۴۵). صدای انسان‌ها اهمیت فوق‌العاده‌ای

---

1. Robert Arnold.
2. Chatterbox Audio Theatre.
۳. Computer-generated Imagery - تصاویر خلق‌شده توسط کامپیوتر.
4. *resonant*.
5. Edward Bond's *The Sea*.

برای موجودات ناطقی مثل ما دارد. قدرت آکوستیک ذاتیِ صدا بعداز اختراع این قطعهٔ تکنولوژی، یعنی رادیو، که برای نسلی که آغازش را دیدند، مثل یک معجزه بود، حتی شدیدتر شده است.

اختراع رادیو

شاید تعجب‌برانگیز باشد، اما مشخص کردن یک تاریخ دقیق برای اختراع رادیو دشوار است. برای اینکه این تکنولوژی از تلفیق بین‌المللی علوم فیزیک نظری، آزمایش‌های عملی و علایق تجاری به وجود آمده است. برای مثال، اجازه بدهید فیزیک‌دان اسکاتلندی، جیمز کِلِرک مَکسول[1]، (۱۸۳۱-۷۹) را در نظر بگیریم، یک پیشرو درزمینهٔ الکترومغناطیسم. همان‌طور که لوئیس کو[2] می‌نویسد، مَکسول به این نتیجه رسید که "ممکن است امواج الکترومغناطیسی وجود داشته باشد که شبیه به امواج نور باشند" (کو، ۱۹۹۶، ص. ۴) و توانست آن را توسط ریاضیاتِ پیشرفته ثابت کند. مَکسولِ یک تئوریسین به‌تمام‌معنا بود، و ایده‌های او در فضای آزمایشگاه توسط فیزیک‌دان آلمانی، هاینریخ هِرتز (۱۸۵۷-۹۴)، که تجهیزاتی ساخت که به‌عنوان ابزار تولید و ردیابی امواج رادیویی عمل کردند، مورد بررسی و توسعه قرار گرفت. مخترع ایتالیایی، گولیلمو مارکونی[3] (۱۸۷۴-۱۹۳۷)، مجذوب آزمایش‌های هِرتْز شد و پتانسیل آن‌ها را برای خلق یک سیستم ارتباطی دریافت. اگرچه مارکونی درنهایت جایزهٔ نوبل فیزیک را برد، باید اشاره کرد که او به‌گونه‌ای که مَکسولِ و هِرتْز پیشگام بودند، پیشگام نبود. کاری که مارکونی به‌نحو احسن انجام داد، توسعه و بهبود آزمایش‌های هِرتْز و دیگران در راستای اختراع یک تکنولوژی بی‌سیم با قابلیت تجاری بود. از این بابت، سوزان مریل اسکوائر[4] سفر مارکونی به ایالات متحده که برای پخش مسابقات قایق‌سواری کاپ آمریکا در سال ۱۸۹۹ بود، و در طی آن مارکونی پتانسیل‌های "تلگراف بی‌سیم" را به نمایش گذاشت، بسیار پراهمیت می‌داند (مریل اسکوائر، ۲۰۰۳، ص. ۱۰-۱۱). بااین‌وجود، قسمت اعظم پژوهش‌ها و پیشرفت مارکونی در بریتانیا انجام شد، که بسیار بیشتر از ایتالیا، سرزمین مادری مارکونی، نسبت به پتانسیل‌های تکنولوژی بی‌سیم علاقه‌مند بود.

1. James Clerk Maxwell.
2. Lewis Coe.
3. Guglielmo Marconi.
4. Susan Merrill Squier.

واقعیت این است که اعتبار اختراع رادیو را نمی‌شود به یک فردِ تنها اختصاص داد. شخصیت‌هایی همچون فیزیک‌دان انگلیسی، اولیور لاج[1] (۱۸۵۱-۱۹۴۰)، مخترع صربستانی‌الاصل، نیکولا تسلا[2] (۱۸۵۶-۱۹۴۳) و بسیاری دیگر از دانشمندان و کارآفرینان، گرفتار ـ حتی گاهی درگیر دادگاهی ـ ماجراهای ابداع و توسعهٔ تکنولوژی رادیو شدند. اگر به‌صورت تصاعدی نگاه کنیم، خیلی‌ها در اختراع رادیو و اوج‌گیری این پدیده دخیل بودند.

سیستم بی‌سیم

برای خیلی‌ها چیزی که ما به‌عنوان رادیو می‌شناسیم در ابتدا به‌عنوانِ تلگراف بی‌سیم شناخته می‌شد، که به واژهٔ کوتاه‌شدهٔ "بی‌سیم" تبدیل شد، اسمی که حالت معجزه‌واری را تداعی می‌کرد. این تکنولوژیِ جدید مثل دیگر اختراعات جاودان قرن نوزدهم، تلگراف و تلفن، که دنیا را تغییر دادند، نیازی به وصل شدن به برق، با سیم نداشت. لوئیس کو گزارش داده است که واژهٔ "بی‌سیم" رسماً در کنفرانس برلین در سال ۱۹۰۶ با واژهٔ "رادیو" جایگزین شد (کو، ۱۹۹۶، ص. ۳)، و گرچه استفادهٔ کلمهٔ "بی‌سیم" برای معنای رادیو در انگلیسی آمریکایی از بین رفته است، تا همین امروز هم بسیاری از مردم در بریتانیا این واژه (بی‌سیم) را برای این معنا استفاده می‌کنند. جالب است که ما در دورانی زندگی می‌کنیم که یک بار دیگر واژهٔ "بی‌سیم/وایرلِس" با رشد سریع تلفن همراه و تکنولوژی اینترنتِ بی‌سیم همگان را در بهت و شگفتی فرو برده است.

در کنار نهادینه شدن اسم "رادیو" برای این تکنولوژی بنیادین، در کنفرانس برلین در سال ۱۹۰۶ واژهٔ دیگری نیز انتخاب شد که تأثیرات بلندمدتی را به همراه داشته است. در این کنفرانس تصمیم گرفته شد که از واژهٔ "اِس‌اواِس"[3] در کدگذاری مورس برای تماس‌های بین‌المللیِ وضعیت خطر استفاده شود (کو، ۱۹۹۶، ص. ۱۶). کدگذاری مورس یک سیستم از "نقطه‌ها" و "خط‌های فاصله" است که شماره‌ها و حروف الفبا را نشان می‌دهد. این کدگذاری برای سیستم تلگراف برنامه‌ریزی شد، اما به‌سرعت وارد تکنولوژی رادیو شد. تکنولوژیِ به‌سرعت درحال پیشرفت رادیو بسیار سودآور شد، به‌ویژه زمانی که

1. Oliver Lodge.
2. Nikola Tesla.
3. SOS.

پتانسیل خود را برای فرستادن پیام‌های کدگذاریِ مورس نشان داد، علی‌الخصوص برای کشتی‌ها. بااین‌وجود، این سیستم مورد استفادهٔ عمومی قرار نمی‌گرفت تا اینکه یک اتفاق شوم[1] داستان را عوض کرد. نتیجهٔ فوری غرق شدن کشتی تایتانیک در آوریل ۱۹۱۲ قانون تجهیز و استفاده از رادیو در کشتی‌ها بود. این بدان معنی نیست که رادیو در کشتی تایتانیک استفاده نمی‌شد. درواقع، گرچه ۱۵۰۰ مسافر بعداز اینکه کشتی با کوه یخ برخورد کرد، جان خود را از دست دادند، اگر سیگنال‌های خطر از اپراتورهای رادیویی تایتانیک مخابره نمی‌شدند، تعداد جان‌باختگان بسیار بیشتر می‌بود.

درنهایت، رادیو از مجرای بی‌سیم کدگذاری مورس هم فراتر رفت، و انتقال صدا را نیز ممکن کرد. این پیشرفت[1] موفقیت آیندهٔ رسانه و ارتباطات جمعی را کاملاً مشخص کرد. درموردِ تاریخ کلی رادیو می‌شود گفت آزمایش‌های نامتناوب و موفقیت‌های نسبی در پخش صدا وجود داشت. بااین‌وجود، رادیو در ابتدا به‌عنوانِ سرگرمی آماتورها و تفنن‌گراها که وقت و علاقهٔ کشف "موج‌های هوایی" را داشتند به کار می‌رفت. همان‌طور که فیلسون یانگ[1] به یاد می‌آورد، در روزهای ابتدایی پخش رادیویی «به‌ندرت کسی آن را جدی می‌گرفت؛ یا به چشم سرگرمی به آن نگاه می‌کرد، یا به چشم علم ... همان‌جور که یک روز به پرواز آن‌گونه نگاه می‌شد» (یانگ، ۱۹۹۳، ص.۱). این یک شباهت قدرتمند است: برای ما غیرقابل‌باور است که قدرت پروازی که توسط انسان‌ها به وجود آمده است روزی به چشم سرگرمی عجیب‌وغریب به آن نگاه می‌شده است و رادیو هم[1] چنین وضعیتی داشته تااینکه مردم کم‌کم به پتانسیل‌های آن پی بردند.

پخش رادیویی

یکی از اشخاص مهم و تأثیرگذار در پیشرفت پخش رادیویی، دیوید سارنوف[2] (۱۸۹۱-۱۹۷۱) است، که برای کمپانی آمریکایی مارکونی کار می‌کرد، و در سال ۱۹۱۶، یک هدف مهم را مطرح کرد: «یک طرح در ذهن دارم که توسعهٔ آن می‌تواند رادیو را، مثل پیانو و گرامافون، به یک وسیلهٔ خانگی تبدیل کند» (نقل‌قول‌شده در مالتین، ۲۰۰۲، ص. ۲). این پیشنهاد بود که توانست رادیو را از یک سرگرمی یا وسیلهٔ اورژانسی (چیزی که امروزه ما آن را ابزار "سلامت و امنیت" می‌نامیم) به یک فرم فرهنگی تبدیل کند. یکی دیگر از افراد مهم

1. Filson Young.
2. David Sarnoff.

در این امر یک علاقه‌مند آماتور به رادیو فرانک کونراد[1] (۱۸۷۴–۱۹۴۱) بود، که از حوالی سال ۱۹۱۲ شروع به آزمایش کردن با رادیو کرد، و درنهایت موفق شد موسیقی و سخنرانی از ایستگاهی که خود در پنسیلوانیا ساخته بود پخش کند. کونراد برای کمپانی الکترونیک وستینگهاوس[2] که مستقر در پیتسبورگ بود کار می‌کرد و متوجه علاقهٔ کارمندانش به این سرگرمی شد. مشخص بود که ایدهٔ ایستگاه رادیویی یک حرکت ابتکاری کاملاً زیست‌پذیر بود. این شرکت ایستگاه کِی‌دی‌کِی‌اِی را تأسیس کرد، که در نوامبر ۱۹۲۰ شروع به پخش برنامه‌های خود با سیگنالی چنان قوی کرد که می‌توانست به‌اندازهٔ مکفی "در تمام ایالات متحده در شب" شنیده شود (کو، ۱۹۹۶، ص. ۲۶). کِی‌دی‌کِی‌اِی یک موفقیت بزرگ بود، و تعداد زیادی ایستگاه در سرتاسر آمریکا تأسیس شد. در بریتانیا، کمپانی پخش بریتانیا[3] در نوامبر ۱۹۲۲ شروع به کار کرد، قبل‌از اینکه در سال ۱۹۲۶ به شرکت سهامی پخش بریتانیا[4] تکامل پیدا کند. گسترش بین‌المللی رادیو یک‌جورهایی منظم نبود، اما بااین‌وجود خیلی از ملت‌ها درخواست پخش رادیویی را داشتند و در دههٔ ۱۹۲۰ با اشتیاق آن را پذیرفتند. جالب است بدانیم، به‌خاطرِ همه‌گیر بودن آن در زمان خودمان به آن فکر نکرده‌ایم، که پروسهٔ توسعهٔ تلویزیون در مقایسه با رادیو نامنظم‌تر بوده است. اگرچه چندین ملت، ازجمله ایالات متحده، بریتانیا، آلمان و فرانسه، در دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ تلویزیون را افتتاح کردند و بعداز فاصلهٔ ایجادشده به‌خاطرِ جنگ جهانی دوم با اشتیاق به آن برگشتند، برخی از کشورها نسبت به این تکنولوژیِ بصری محتاط بودند. برای مثال، آفریقای جنوبی در سال ۱۹۲۳ پخش رادیویی را شروع کرد، اما تا سال ۱۹۷۶ پخش تلویزیونی را در کشورش معرفی نکرد.

برگردیم به دوران ابتدایی رادیو، مهم‌تر از هر مخترعی، در ایستگاه رسمی یا سیاست ملیِ مربوط به رادیو یک‌چیزِ منحصربه‌فرد قرار داشت: شنوندهٔ رادیو. اشتیاق منحصربه‌فردِ شنونده‌های رادیو بود که توسعهٔ باورنکردنی رادیو را مشخص و دیکته کرد و باعث محبوبیت این پدیده شد. شاید اصلی‌ترین جزءِ سازندهٔ این اختراع ساده این باشد: گیرندهٔ کریستالی رادیو[5]. رادیوهای ساخت کارخانه که توسط برق کار می‌کردند بسیار گران‌قیمت بودند،

1. Frank Conrad.
2. Westinghouse Electric Company.
3. British Broadcasting Company.
4. British Broadcasting Corporation.
5. The crystal set radio.

گرچه با تولید دستگاه "رادیولا"[1] توسط دیوید سارنوف در ابتدای دهۀ ۱۹۲۰ قیمت‌ها کم‌کم پایین آمدند. بااین‌وجود، حتی در دهۀ ۱۹۲۰، بسیاری از خانواده‌ها اصلاً برق نداشتند. به‌هرحال، هرکسی این شانس را داشت که شنوندۀ رادیو باشد. با یک هزینۀ ناچیز، علاقه‌مندان می‌توانستند یک گیرندۀ کریستالی رادیو بخرند یا حتی خودشان آن را بسازند. گیرندۀ کریستالی رادیو هم یکی دیگر از معجزات عصر شگفتی‌های تکنولوژیکی بود: به‌سادگی با یک سیم مسی و یک ردیاب کریستال ساخته می‌شد، به هیچ منبع قدرتی نیاز نداشت، و با موج‌های رادیویی که ازطریقِ آنتن دریافت می‌کرد کار می‌کرد. گرچه صدایش آن‌قدر بلند نبود که از بلندگو پخش شود، می‌شد دستگاه کریستال را به‌وسیلۀ گوشی‌های سمعک‌وار گوش کرد. تمام آن نسل از این طریق با شگفتی رادیو آشنا شدند، برنامه‌های رادیویی را از این طریق و به‌وسیلۀ این ابزار کوچک در سرتاسر کشور گوش می‌دادند. اگر توانایی خرید یک رادیوی برقی گران‌قیمت را داشتید، خوش‌شانس بودید، اما دستگاه کریستال بدین معنا بود که پول مانع از مشارکت شما در این عصر پررونق رادیو نیست. یک جهشِ مشابه روبه‌جلو در دهۀ ۱۹۵۰ و با اختراع رادیوهای ترانزیستوری اتفاق افتاد. این رادیوها که با باتری کار می‌کردند و قابل‌حمل بودند به‌طور شگفت‌آوری از ابتدای دهۀ ۱۹۶۰ محبوب شدند: این رادیوهای کوچک و ارزان این اجازه را به مردم دادند تا در هرجایی که بودند به رادیو گوش بدهند و این تأثیر هنگفتی بر روی برنامه‌سازی و مخاطبین داشت، مخصوصاً در ارتباط با فرهنگ جوانان. قیمت ارزان دستگاه‌های کریستال و رادیوهای ترانزیستوری یکی از دلایل اساسی گسترش این وسایل، و حس دموکراسی همراه آن‌ها، بود. این فاکتور به‌طور خیلی واضح در تضاد با گسترش دیگر فرمِ رسانه قرار دارد: تلویزیون‌ها همیشه در مقایسه با دستگاه کریستال و رادیو ترانزیستوری گران‌قیمت بودند. به‌علاوه، تلویزیون‌ها مقدار بسیار زیادی برق مصرف می‌کنند و همواره وابسته به منبع برق هستند. به‌طور جالب‌توجه، دستگاه‌های رادیویی در مقایسه همچنان ارزان‌تر هستند، حتی زمانی که نگرانی‌های اخلاقی' این مسئله را پررنگ‌تر کرد: مخترع بریتانیایی، تِرِوِر بِیلیس (متولد ۱۹۳۷)، در سال ۱۹۸۹ رادیو کوکی را به نام خود ثبت کرد. این وسیله یک ژنراتور الکتریکی دارد که با دست کوک می‌شود و به گیرندۀ رادیو الکتریسیته می‌رساند. بیلیس این اختراع را با یک هدف اجتماعی انجام داد: برای آموزش و پخش اطلاعات درموردِ ایدز در جهانِ درحال‌توسعه، مانند آفریقا. بااین‌حال، مهم است که اشاره کنیم بیلیس ژنراتور

1. Radiola.

الکتریکی که با دست کوک می‌شود را اختراع نکرد: یک‌بار دیگر، برای مثال مخترعی را داریم که یک تکنولوژی موجود را بررسی می‌کند تا پتانسیل‌های اجتماعی و فرهنگی آن را کشف کند.

محتوای رادیو

زمانی که پخش رادیویی شروع شد، مسئلهٔ بعدی' محتوای آن بود. در اوایل' پخش رادیویی مصادف بود با روی خط رفتن ایستگاه‌های رادیویی برای مدت‌زمانی کوتاه، فقط چند ساعت در روز. بااین‌وجود، زمان پخش' متناسب با علاقهٔ شنوندگان یک برنامه یا چیزی که می‌خواستند بشنوند افزایش یافت. موسیقی از ابتدا مهم و موردعلاقه بود، و همچنین گزارش‌هایی که درموردِ اخبار و نتایج مسابقات ورزشی بودند. رونق گرفتن رادیو به‌شدت جذاب بود، اما توسعهٔ آن' چنان با سرعت اتفاق افتاد که گمراه‌کننده بود، شبیه به توسعهٔ سریع اینترنت در سال‌های اخیر. موج‌های رادیویی کالای محسوس نبودند، از این قبیل که: چه کسی مالک آن‌ها بود؟ آن‌ها را چگونه قاعده‌مند می‌کنید؟ چگونه آن‌ها را کنترل می‌کنید؟ آن‌گونه که جرالد ناچْمن[1] می‌گوید، «درهرصورت، هنوز بحث بر سر این موضوع جدی است که فضای هوایی ـ یا فضای مجازی ـ به کی تعلق دارد.» (ناچمن، ۱۹۹۸، ص. ۱۹).

تأثیر رادیو در بستر تغییر فرهنگی احساس شد. جامعه‌های ایزوله‌شده می‌توانستند از این طریق در دایرهٔ اتفاقات قرار بگیرند؛ خبرها و گزارش اطلاعات' دیگر به‌سرعت قابل پخش شدن بودند، صداهایی که متعلق به انسان‌های مختلف و هزاران مایل دورتر بودند می‌توانستند فوراً وصل شوند. فوریت پخش رادیویی شاید بدین‌معنا بود که هرچیزی، و نه‌فقط ژانرهای نمایشی، قابلیت "دراماتیک" شدن را داشت. این درموردِ "اخبار فوری" کاملاً مشخص است. در سال ۱۹۲۷ رفت‌وبرگشت پرواز تاریخی چارلز لیندبرگ[2] بر فراز اقیانوس اطلس توسط رادیو پخش شد. دو مسابقهٔ قهرمانی جهان بین جو لوئیس[3] و بوکسور آلمانی مکس شِمِلینگ[4] در سال ۱۹۳۰ بخشی از اسطورهٔ مدرن شدند. شِمِلینگ یک بوکسور آلمانیِ سنگین‌وزن بود که به‌صورت غیرقابل‌انکار ـ و کاملاً غیرمنصفانه ـ با

1. Gerald Nachman.
2. Charles Lindberg.
3. Joe Louis.
4. Max Schmeling.

رژیم نازی در ارتباط بود. در ژوئن ۱۹۳۶، شِملینگ، بوکسور آفریقایی ـ آمریکایی، لوئیس ("بمب‌افکن سیاه") را شکست داد، که هیتلر به‌عنوانِ یک پیروزی آریایی از آن یاد کرد. در ژوئن ۱۹۳۸، این مبارزان یک مسابقهٔ دیگر برگزار کردند. این مسابقه اهمیت فراتری از یک اتفاق ورزشی داشت، قدردانی، به مقدار زیاد، از رادیو. براساسِ گفته‌های هیو شیگنل، «تخمین زده می‌شود که دوسوم دستگاه‌های رادیو بر روی موج پخشِ این مسابقه تنظیم شده بودند تا بشنوند جو لوئیس[1] مکس شِلِمینگ را شکست می‌دهد» (شیگنل، ۲۰۰۹، ص. ۵۳). مایا آنجلو[1] اهمیت این اتفاق را در کتاب من می‌دانم که چرا پرندهٔ قفسی آواز می‌خواند[2] (۱۹۶۹) نوشته است. آنجلو صحنهٔ یک دورهمی محلی در یک مغازه در شهر کوچک استمپز در آرکانساس را شرح می‌دهد، که هزاران مایل دورتر از محل خود مسابقه قرار دارد:

> حتی کوچک‌ترین فضاها هم پر شده بودند، بااین‌وجود، مردم خودشون رو به‌زور تو مغازه جا می‌کردن. عمو ویلی رادیو رو تا جایی که جا داشت زیاد کرد تا حتی اون بچه‌هایی که بیرون تو ایوان بودن هم چیزی رو از دست ندن. زن‌ها رو صندلی‌های آشپزخونه، صندلی‌های اتاق ناهارخوری و چهارپایه‌ها و جعبه‌های برعکس‌شده نشسته بودن. بچه‌های کوچیک و نوزادها هم روی هر پایی که جا داشت نشسته بودن، و مردها هم به کابینت‌ها و به همدیگه لم داده بودن. (آنجلو، ۱۹۸۴، ص. ۱۲۹)

آنجلو شرحی از این مسابقهٔ هیجان‌انگیز و واکنش مردم نسبت به آن ارائه می‌دهد، و می‌پرسد آیا «زمانی که گزارشگر رادیو مخاطبان خود را "لیدیز و جنتلمن" خطاب می‌کرد این حقیقت را در نظر داشت که تمام سیاهان جهان نشسته بودند، چسبیده به "صدای اربابشان"، قسم می‌دادند و دعا می‌کردند» (آنجلو، ۱۹۸۴، ص. ۱۳۰). پیروزی لوئیس به‌سرعت در سرتاسر جهان توسط رادیو پخش شد، و آنجلو جشن‌های بعداز آن را تشریح می‌کند، به‌علاوه این ادراک را «که آن شب جو لوئیس اثبات کرد که ما قوی‌ترین مردمان جهان هستیم» (آنجلو، ۱۹۸۴، ص. ۱۳۲). سوزان داگلاس یک نتیجهٔ دیگرِ بردِ جو

1. Maya Angelou.
2. *I Know Why the Caged Bird Sings.*

لوئیس در مسابقهٔ بوکس را نمایان می‌کند: «بردهای او بر روی رادیو باعث رونق گرفتن دوبارهٔ مسابقات بوکس شد» (داگلاس، ۱۹۹۹، ص. ۲۰۷). رادیو فقط مسابقات ورزشی و مسائل فرهنگی یک کشور را گزارش نمی‌کرد، بلکه یک نقش اساسی در تعیین و زندگی بخشیدنِ دوباره به بعضی از فعالیت‌ها داشت.

یکی از معروف‌ترین گزارش‌های زندهٔ رادیویی مربوط می‌شود به گزارش مستقیم هربرت موریسون[1] از پرواز بالن هیندنبرگ[2] در شش مه ۱۹۳۷. ایستگاه رادیویی WLS در شیکاگو گزارشگر خود، هربرت موریسون، و تکنسین صداگذاری خود، چارلز نلسون،[3] را به ایستگاه هوایی نیروی دریایی لِیک‌هِرست[4] در نیوجرسی فرستاد تا رسیدن این بالنِ مسافربری آلمانی، هیندنبرگ، را گزارش کنند. موریسون با یک هیجان مشخص نشست این بالن را شرح می‌دهد:

> موتورهای پشتی این کشتی (هوایی) اون رو به‌زور نگه‌داشتن، اِ، تا آتیش نگیره منفجر بشه! (...) این رو بگیر چارلی، این رو بگیر چارلی! آتیشه ... داره سقوط می‌کنه! داره بدجوری سقوط می‌کنه! وای، خدای من! برو از وسط راه کنار، لطفاً! داره می‌سوزه و تو شعله‌های آتیش منفجر می‌شه ـ داره می‌افته روی دکل اسکله. و همهٔ آدم‌ها قبول دارن که وحشتناکه. این بدترین فاجعهٔ دنیا بود. (...) خانم‌ها و آقایون این یک تصادف ترسناکه. الان فقط دوده و آتیش؛ و بدنه‌ش داره با زمین برخورد می‌کنه، نه کاملاً بر روی دکل اسکله. اوه، انسانیت! تمام مسافرا در حال جیغ کشیدن هستند در اطراف ما. به شما گفتم، این - من حتی نمی‌تونم با مردم صحبت کنم، دوستانشون اینجا بیرون هستند! آه! این ... این یک ... آه! من ... نمی‌تونم صحبت کنم، آقایون و خانم‌ها. صادقانه، اونجا افتاده، یک لاشهٔ در حال سوخت. خانم‌ها، من ... من ... متأسفم. صادقانه، من ... من به‌سختی می‌تونم نفس بکشم. من ... من می‌خوام برم تو، جایی که نتونم ببینمش. (موریسون، ۱۹۳۷)

1. Herbert Morrison.
2. Hindenburg airship.
3. Charles Nelson.
4. Lakehurst Naval Air Station.

تا همین امروز، اگر به این گزارش گوش بدهید، می‌توانید بشنوید که کاملاً اصیل و واقعی است، و جزوی از مثال‌های فوق‌العادهٔ تاریخ رادیو است. به‌جای اینکه بگوید «من نمی‌تونم صحبت کنم خانم‌ها و آقایون»، موریسون فقط این کار را می‌کند: فقط صحبت می‌کند؛ گرچه او در حال گریه کردن است، او درگیر شنوندگان خودش هم است. بالاتر از همه، جملهٔ بی‌اختیار موریسون "اوه، انسانیت!" یکی از بهترین نقل‌قول‌های قرن بیستم شد و در جاهای مختلف به آن اشاره شده است، از موسیقی‌های محبوب بگیرید تا موقعیت‌های کارتونی و کمدی تلویزیونی مثل سیمپسون‌ها.

یکی دیگر از جنبه‌های پراهمیت پتانسیل رادیو، پخش مسائل سیاسی است. زمانی که آدولف هیتلر جنگ من[1] را در اواسط دههٔ ۱۹۲۰ نوشت، اظهار کرد که رادیو «ابزار بسیار وحشتناکی است که در اختیار کسانی قرار دارد که می‌دانند چگونه از آن استفاده کنند» (هِیل، ۱۹۷۵، ص. ۱)، و در ادامه، نازی‌ها همواره در تلاش بودند تا از قدرتِ پروپاگاندایی رادیو برای تحت‌تأثیر قراردادن مردم آلمان استفاده کنند. بااین‌وجود، به نظر می‌رسد تا جایی که نازی‌ها فهمیدند، حضور هیتلر در رادیو از حضور او در همایش‌ها و حتی حضور تلویزیونی او کم‌اثرتر بود. "مکالمه‌های کنار شومینهٔ" پرزیدنت فرانکلین دی. روزوِلت در تضاد با استفادهٔ هیتلر از رادیو پنداشته می‌شود. در ۱۲ مارس ۱۹۳۳ روزولت اولین سخنرانی خود از ۳۰ سخنرانیِ پخش زنده از کاخ سفید را انجام داد. او سخنرانی خود را این‌گونه آغاز کرد: «دوستان، می‌خواهم برای چند دقیقه با شما مردم ایالات متحده درموردِ مسائل بانکی صحبت کنم.» شاید به این مسئله بشود به‌عنوانِ یک صمیمیت بیش‌از حد خرده گرفت، اما، برعکس، ماهیت پخش برنامه‌های سیاسی و چگونگی استفادهٔ سیاسی از رسانه را برای همیشه عوض کرد. به‌هرحال می‌شود گفت یک شرط‌بندی (ریسک) بوده است، یک جدایی رادیکال از فرم‌های سنتی ارتباط سیاسی با مردم ـ اما تأثیر جهانی داشت و یک معیار شاخص برای زمانی‌ست که از رسانه برای مقاصد سیاسی استفاده شد. لحنی که روزولت برای شروع اولین سخنرانی از سری "مکالمه‌های کنار شومینه" استفاده کرد فوق‌العاده بااهمیت است: «دوستان» بسیار غیررسمی است. او شبیه یک همسایه صحبت می‌کند، یک دوست که در گوشه‌ای از اتاق نشسته است، نه مشخصاً به‌عنوانِ رهبر جامعهٔ شما. این عبارت درک فضای دوستانهٔ رادیو را نشان می‌دهد. این در

1. *Mein Kampf.*

تضاد کاملاً مشخص از تلاش هیتلر برای استثمار رادیو است. همان‌طور که جولین هِیل[1] می‌نویسد، برخلاف روزولت، «هیتلر در تلاش بود مردمش را تحریک کند، نه آرام، آن‌ها را احساسی کند و نه ازطریقِ منطقی قانع» (هِیل، ۱۹۷۵، ص. ۷).

"مکالمه‌های کنار شومینه" فرانکلین دی. روزولت هر چند ماه یک‌بار تا ژوئن ۱۹۴۴ ادامه داشت. تقریباً نیمی از این سخنرانی‌ها زمانی اتفاق افتاد که جنگ جهانی دوم در اروپا شروع شده بود، و دوازده تا از آن‌ها زمانی صورت گرفت که آمریکا نیز درگیر جنگ شده بود. مثل تصاویر اهتزاز پرچم آمریکا در جزیرهٔ آیوجیما (ژاپن)، آزادی کمپ مرگ نازی‌ها و ابرِ قارچ ـ مانندِ حملهٔ اتمی هیروشیما شمایل/نمادهای غالبی هستند که جنگ جهانی دوم را تعریف می‌کنند. ما نباید فراموش کنیم رادیو چقدر در آن دوران' پراهمیت بوده است. نه‌تنها عملکرد انتقالی رادیو گزارش‌ها و واقعیت‌های جنگ را منتقل می‌کرد، بلکه نقش اساسی‌تری در بافت‌متن وسیع‌تر داشت. شنوندگان در خانه می‌توانستند خبرهای فوری را داشته باشند، و همان‌طور که مردم ایالات متحده می‌توانستند به سخنان رئیس‌جمهورشان گوش بدهند، در جاهای دیگر دنیا نیز رادیو برای اهداف پروپاگاندایی یا مقاومتی استفاده می‌شد.

یکی از نمونه‌های مشهور در همین زمینه تقریباً هم‌زمان با دورهٔ پرزیدنت روزولت اتفاق افتاد. وینستون چرچیل نخست‌وزیر بریتانیا در زمان جنگ جهانی دوم بود، و سخنرانی‌های دوران جنگ او به‌عنوانِ مثال‌های ناب سخنوری موجود است. یکی از ماندگارترین سخنرانی‌های او در ۴ ژوئن ۱۹۴۰ در خانهٔ عوام (مجلس بریتانیا) اتفاق افتاد:

> اگرچه قسمت اعظمی از اروپا و منطقه‌های قدیمی و جدید دست گشتاپو[2] و گروه‌های نفرت‌انگیز نازی افتاده است، ما نباید بترسیم و بلرزیم. ما باید تا خط پایان برویم، باید در فرانسه بجنگیم، باید بر روی دریاها و اقیانوس‌ها بجنگیم، ما باید با اعتمادبه‌نفس فزاینده و شجاعت بالا در آسمان بجنگیم، ما باید از سرزمینمان دفاع کنیم، هزینه‌اش هرچه باشد، ما باید در سواحل بجنگیم، باید در دشت‌ها، خیابان‌ها، تپه‌ها بجنگیم؛ نباید هرگز تسلیم شویم، و حتی اگر، که خودم شخصاً هیچ‌گاه به آن اعتقاد

1. Julian Hale.
2. Gestapo.

> ندارم، اگر قسمت‌هایی از این جزیره تحت تسلط بیگانه درآمد و تا حد مرگ به گرسنگی رسید، آنگاه امپراتوری ما در آن‌ورِ دریاها، مسلح و با حمایت ناوگان بریتانیا، به جنگ ادامه خواهد داد، تا، آن زمان که خداوند مقرر کند، دنیای جدید، با تمام قدرت و توانش، قدم برخواهد داشت تا دنیای قدیم را آزاد و نجات دهد. (چرچیل، ۱۹۴۰)

در آن زمان، اجازهٔ ضبط جلسات پارلمان بریتانیا وجود نداشت و فقط به‌صورت کاغذی ثبت می‌شدند، اما بعضی از سخنرانی‌های چرچیل متعاقباً ضبط و توسط بی‌بی‌سی پخش شد تا مردم کلمات الهام‌بخش نخست‌وزیر خود را با صدای گیرای خود او گوش بدهند. البته، اگر ما آن سخنرانی را بخوانیم، متوجه می‌شویم ارزش پروپاگاندایی بالایی دارد، مخصوصاً جایی که آلمان‌ها را نفی می‌کند و از آمریکا (جهان جدید) کمک می‌خواهد: این سخنرانی نیاز داشت بین بیشتر از چندصد نفر از اعضای پارلمان پخش شود، و گرچه روزنامه‌ها آن را پخش می‌کردند، ضرورت داشت صدای صحبت‌های این سیاست‌مدارِ بی‌نظیر شنیده شود. این شایعه وجود داشت که بعضی از نسخه‌های سخنرانی‌های پخش‌شده توسط بی‌بی‌سی توسط بازیگری که صدای چرچیل را تقلید می‌کرد صورت گرفته است، گرچه به‌شدت برای دهه‌ها تکذیب شد. در سال ۲۰۰۰ سندی پیدا شد: بر روی یک نوار جامانده از بی‌بی‌سی در دههٔ ۱۹۴۰ نوشته شده بود: «چرچیل: سخنرانی. هنرمند نورمن شِلی[1]» (تورپ، ۲۰۱۰). نورمن شلی برای سال‌های زیادی یک هنرمند کاملاً شناخته‌شدهٔ رادیویی بود، و اگرچه او پذیرفته است که در دوران جنگ به او نزدیک شدند تا صدای چرچیل را تقلید کند، او هرگز این پیشنهاد را نپذیرفته است. این مسئله که پذیرفته شده است که صدا متعلق به یک بازیگر است، یک حاشیهٔ جذاب است: این واقعیت که این مسئله در زمان خودش و برای سال‌ها یک مسئلهٔ بحث‌برانگیز بوده است به اهمیت اصالت[2] برمی‌گردد. مردم می‌خواستند تا صدای چرچیل را بشنوند، نه صدای یک بازیگری را که ادای او را درمی‌آورد. رادیو، آن نماد صاف و صمیمی تکنولوژی، در گوش‌های ما با یک "واقعیت" مهرانگیز صحبت می‌کند، مثل صداهایی که هرروزه گوش می‌دهیم، یا مثل صدای یک دوست در آن‌طرف تلفن. وقتی بفهمیم صدایی که

1. Norman Shelley.
2. *Authenticity.*

شنیدیم تمام آن چیزی نیست که به نظر می‌رسید، ممکن است احساس فریب‌خوردگی داشته باشیم و عصبانی بشویم. بهترین نمونهٔ این امر می‌تواند اقتباس تئاتر مرکوری روی خط از "جنگ دنیاها" باشد، که عنوان اولین نمونهٔ مطالعاتی ما در این کتاب است.

تأثیرات دیگر رادیو در سرتاسر صنعت فرهنگ مشخص بود. همان‌گونه که تیم کروک[1] می‌نویسد، در سال ۱۹۲۱ تعداد فروش صفحه‌های موسیقی به‌شدت کاهش یافت، چون رادیو به‌صورت مجانی و با کیفیتی به‌مراتب بهتر از گرامافون[1] موسیقی‌ها را پخش می‌کرد (کروک، ۱۹۹۹، ص ۳۷). بااین‌وجود، همه‌چیز دوباره عوض می‌شود، همان‌طور که جرالد ناچمن توضیح می‌دهد: «در ابتدا، تمام موسیقی‌هایی که از رادیو پخش می‌شدند باعث سقوط تعداد فروش صفحه‌های موسیقی می‌شدند، اما با رونق گرفتن نمایش‌های واریته ـ با پیشرفت مجانی آهنگ‌های پاپ ـ آن‌ها نیز دوباره اوج گرفتند ...» (ناچمن، ۲۰۰۰، ص. ۱۸). مثل دیگر تکنولوژی‌های جدید، وقتی جذابیت و پتانسیل‌های آن مورد توجه قرار گرفت، نتایج آن[1] دور از ذهن شد و، برای بعضی‌ها، این دلهره‌آور بود. این داستان شناخته‌شده‌ای در تاریخ اختراعات بشری است: می‌خواهد یک ابداع ماشینی صنعتی باشد، حمل‌ونقل ماشینی، سینما، رادیو، تلویزیون، ضبط ویدئویی و یا اینترنت، همیشه صدای مخالفان نیز وجود دارد، بااین‌وجود، این روند[1] تغییرناپذیر است و اکثریت آن را انتخاب می‌کنند.

اگر اختراع نوظهور پخش رادیویی می‌توانست با سرعتی که در طول تاریخ بشریت بی‌سابقه بود اطلاعات را پخش کند، پس می‌توانست یک‌چیز دیگر هم باشد: سرگرمی. از ابتدای شروع آن در دههٔ ۱۹۲۰، رادیو در پرورش ژانرهای جدید شدیداً خلاق بود. اگر بر فهرستِ پخش رادیویی نگاه کنیم، یا حتی بهتر، آرشیو ضبط‌شدهٔ سال‌های دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ را گوش کنیم، جالب است که گونه‌های برنامه‌ها بسیار آشنا هستند. به‌علاوه، نه‌تنها بسیاری از ژانرها و گونه‌هایی که توسط رادیو ایجاد شده بودند بدون هیچ مشکلی در تلویزیون مورد استفاده قرار گرفتند: بلکه هنوز هم در قرن بیست‌ویکم مورد استفاده قرار می‌گیرند. برای این منظور، اخبار و گزارشِ مسائل اخیر، گزارش‌های سیاسی و ورزشی به‌ندرت از ابتدای اختراع رادیو در نیمهٔ نخستِ قرن بیستم تا امروز تغییر کرده‌اند. همچنین، شکل مسابقه‌ها، نمایش‌های رادیویی و تلویزیونی سُوپ اپراها (که اسمشان را از تبلیغات کمپانی‌های صابون‌سازی که سرمایه‌گذار سری‌های نمایش‌های رادیویی

1. Tim Crook.

می‌شدند گرفته‌اند) و سریال‌های کمدی (کمدی موقعیت ـ سیتکام‌ها) خیلی کم تغییر کرده‌اند. به‌اضافه، رادیو در قرض گرفتن از گونه‌ها فرهنگیِ موجود زبردست بود: وادویل[1] و نمایش‌های واریته، برای مثال، پیشینه‌ای تئاتری دارند، اما می‌توانستند بر روی رسانهٔ جدیدِ رادیو نیز استفاده شوند. بااین‌وجود، این بدین معنا نیست که این کار آسانی بود. لئونارد مالتین[2] چالش‌ها را به‌روشنی بیان کرده است:

> در روزهای ابتدایی پخش، قانونی وجود نداشت، و مسلماً نمونهٔ قبلی نیز وجود نداشت. تا به آن روز کسی به فکر اختصاص تولید چند ساعت سرگرمی نبود ـ و آن‌هایی که از دنیای تئاتر شروع به انجام این کار کردند، عادت داشتند سرگرمی شبیه به آن را هر روز برای یک نوع مخاطب دیگر انجام بدهند، حالا نمایش تئاتر بود یا نمایش وادویل یا حتی نمایش سیرک. یک بازیگر وادویل یک نمایش را به مدت ده دقیقه برای سال‌ها انجام می‌داد. اگر یک بازیگر یک نمایش را یک شب در یک ایستگاه (رادیویی) محلی اجرا می‌کرد، دیگر نمی‌توانست همان نمایش را شب بعد تکرار کند. (مالتین، ۲۰۰۰، ص. ۱۲)

به‌علاوه، خیلی از تئاترها خوش‌حال نبودند که بازیگرانشان در رادیو اجرا کنند. این باعث می‌شد از فروش بلیت‌هایشان کم شود، بدین‌دلیل، در بریتانیا پخش زندهٔ اجراهای تئاتر بین سال‌های ۱۹۲۳ و ۱۹۲۵ ممنوع شد، و خیلی از بازیگران قراردادهایی داشتند که اجازهٔ حضور آن‌ها در رادیو را نمی‌داد (بریگز، ۱۹۶۵، ص. ۷۷).

نمایش رادیویی

در بخش‌های قبل دیدیم که نمی‌شود یک نقطهٔ دقیق برای شروع تاریخ رادیو و ایستگاه‌های رادیویی در نظر گرفت. این درموردِ بعضی از ژانرها هم صدق می‌کند، مثل نمایش رادیویی. در جست‌وجوی محتوا برای راضی کردن مخاطبین علاقه‌مند و رو به‌رشدِ رادیو، ایستگاه‌های رادیویی مجبور بودند هرچیزی را که می‌توانستند و هرچیزی که قابلیتش را داشت استفاده کنند. از این منظر، این یک نمونهٔ قانع‌کننده از تأثیرگذاری تکنولوژی بر فرهنگ است: یک

1. Vaudeville.
2. Leonard Maltin.

رسانهٔ جدید ایجاد شده است و نیاز به محتوای جدید برای آن وجود دارد. لئونارد مالتین بر اهمیت فراوان خواندن داستان در رادیو تأکید می‌کند (چیزی که ما امروزه "کتاب صوتی" می‌نامیم) و به این ژانر یک موقعیت بسیار مهم نسبت می‌دهد: «به نظر می‌رسد اولین "نهاد آموزش" رادیو[1] خواندن کتاب برای کودکان در زمان خواب بوده است. بسیاری از ایستگاه‌ها از این ایده استفاده کردند، و به "خانم‌های قصه‌گوی"[1] صدامخملی‌شان که کمک می‌کردند کودکان به خواب بروند افتخار می‌کردند» (مالتین، ۲۰۰۰، ص. ۱۳). آدم می‌تواند جذابیت این ژانر را تصور کند: اگر تکنولوژی[1] پرستار کودک نباشد، حداقل تکنولوژی مدرنی بوده است که به بهتر شدن کیفیت زندگی خانواده‌ها کمک کند. به‌علاوه، بعداز اینکه کتاب‌ها بر روی رادیو خوانده شدند، ایدهٔ نمایشِ رادیویی فقط یک قدم تا عملی شدن فاصله داشت. درحقیقت، اهمیت هدف قرار دادن یک ژانر برای خانواده‌هایی که فرزند داشته‌اند بر تکامل این فرم تأثیر بسزایی داشته است. در تشریح پیشرفت رادیو در بریتانیا در دههٔ ۱۹۲۰، آسا بریگز[2] می‌نویسد: «برنامه‌های "ساعت کودکان" نه‌تنها برنامه‌های خوبی بودند، بلکه فرم‌های رادیویی واقعاً جدیدی را معرفی کردند و تکنیک‌های جدید رادیویی را توسعه بخشیدند» (بریگز، ۱۹۶۱، ص. ۲۶۲).

برخی از نمونه‌های اولیهٔ نمایش‌های رادیویی در دههٔ ۱۹۲۰ اساساً پخش اجراهای صحنه‌ای بودند. این‌ها باید شبیه "گوش دادن" به نمایش‌های تئاتر به نظر می‌رسیدند. درحقیقت، در بعضی از نمونه‌ها این واقعاً خودِ موقعیت بود. جان اشنایدر[3] اشاره می‌کند که اولین گزارش‌های اجراهای صحنه‌ای از سالن‌های دانشگاهی در کالیفرنیا به سال ۱۹۱۴ برمی‌گردد (نقل‌قول‌شده در کروک، ۱۹۹۹، صفحات ۴-۵). به‌علاوه، تاریخ‌نویسان پخش (رادیویی)، ازجمله هاوارد بلو[4]، ذکر کرده‌اند که نمایش گرگ اثر یوجین والتر[5]، که در اوت ۱۹۲۲ بر روی WGY (شنکتادی، نیویورک) پخش شد، اولین نمایشی است که "بر روی خط" رفته است (بلو، ۲۰۰۲، ص. ۱). تاریخ‌نویس پخش، الیزابت مکلود،[6] این اجرا را در بافت‌متن دقیق‌تری قرار می‌دهد. او آشکار می‌کند که بازیگر تئاتر، ادوارد اِچ اسمیت،[7]

1. Story ladies.
2. Asa Briggs.
3. John Schneider.
4. Howard Blue.
5. Eugene Walter's *The Wolf*.
6. Elizabeth McLeod.
7. Edward H. Smith.

در سال ۱۹۲۲ با کالین هاگر،[1] مدیر برنامه‌های WGY، تماس برقرار کرد و پیشنهاد اقتباس یک نمایش تئاتر را برای رادیو داد:

> هاگر از ایده خوشش آمد و قبول کرد - با این شرط که هیچ‌کدام از اجراها بیش‌از ۴۵ دقیقه طول نکشند. او نگران این موضوع بود که شاید مخاطبان حوصلهٔ اجراهای بلندتر را نداشته باشند، ایدهٔ خیلی جدیدی بود. (مکلود، ۱۹۹۸)

اولین نمایش، گرگ، از یک نسخهٔ سه‌پرده‌ای به یک نمایش رادیویی ۴۰دقیقه‌ای کوتاه شد و توسط اسمیت و دیگر بازیگرانِ تئاتر که برای این اجرا استخدام شده بودند انجام شد. آن‌قدر موفق بود که هاگر سفارش یک‌سری نمایش دیگر را داد و در بین سال‌های ۱۹۲۲ و ۱۹۲۳ حدود ۴۳ اجرا (که همگی برگرفته از نمایش‌های تئاتر صحنه‌ای بودند) پخش شد. گرچه موفقیت‌آمیز بود و به تولیدات و کپی‌کاری‌های زیاد دیگری انجامید، همان‌طور که هاوار بلو تأکید می‌کند، این «نمایش‌های (رادیویی) ابتدایی فقط خوانش‌هایی از نمایش‌های تئاتری مشهور بودند» (بلو، ۲۰۰۲، ص. ۲). درواقع، اگر ما نگاهی به فهرست روزهای اولیهٔ پخش رادیو بیندازیم، پی می‌بریم که اپراهای گیلبرت و سالیوان[2]، قطعه‌هایی از اپراهای وِردی و پاچینی[3]، اقتباس‌های محبوب ملودرام‌های تئاتر، و بیشتر از همه، نمایشنامه‌های شکسپیر بودند که اجرا و پخش شده‌اند.

در بریتانیا هم[4] داستان شبیه به این است. تیم کوک به آزمایش پخش نمایش در انگلستان در ۱۷ اکتبر ۱۹۲۲ اشاره می‌کند، زمانی که قطعه‌ای از نمایش سیرانو دو برژراک[4] از ادموند روسْتاند[5] در یک ایستگاه نمایش پخش شد (کوک، ۱۹۹۹، ص. ۴). بی‌بی‌سی هم ابتدا در ۱۶ فوریهٔ ۱۹۲۳ قسمت‌هایی از نمایشنامه‌های منتخب شکسپیر را پخش کرد و در ۲۸ مه ۱۹۲۲ نسخهٔ رادیویی نمایش شب دوازدهم[6] او را به‌طور کامل پخش کرد. این‌ها اساساً خوانش‌هایی از نمایشنامه‌های صحنه‌ای بودند. مثال‌های دیگری نیز از چنین

1. Kolin Hager.
2. Gilbert and Sulivan.
3. Verdi and Puccini.
4. *Cyrano de Bergerac*.
5. Edmond Rostand.
6. *Twelfth Night*.

اقتباس‌هایی وجود دارد ـ و تا امروز اقتباس همچنان موردعلاقهٔ ژانر نمایش رادیویی قرار دارد. بااین‌وجود، چالش اصلی دقیقاً چگونه نوشتن برای رسانه رادیو است. در یک گروه گفت‌وگوی اینترنتی، تاریخ‌نگار رادیو بیل جِیکر[1] اذعان می‌دارد:

> من همواره دربارهٔ "اولین‌ها" محتاط هستم، اما می‌دانم که در ۱۹۲۱ گروهی از اساتید کشاورزی از دانشگاه ویرجینیای غربی به کِی‌دی‌کِی‌اِی[2] دعوت شدند تا درموردِ گسترش دروس کشاورزی صحبت کنند و آن‌ها با یک نمایشنامهٔ کوچک به نام "خطی روستایی در باب آموزش" حاضر شدند. در ابتدا کِی‌دی‌کِی‌اِی به آن‌ها اجازه نداد صدای زنگ تلفن را به‌صدا دربیاورند، با این استدلال که ممکن است مخاطبان را گمراه کند که احیاناً آن‌ها در حال گوش دادن به یک تماس تلفنی هستند و نه یک برنامهٔ رادیویی. اساتید توانستند آن‌ها را مجاب کنند با این استدلال که رئیس کِی‌دی‌کِی‌اِی، فرانک کونراد[3]، بر روی موج ۸XK خودش موسیقی را از روی دستگاه گرامافون پخش کرده است، و شنونده ممکن است گمراه شده باشد که آن موسیقی زنده بوده است. چیز زیادی در نمایش اتفاق نمی‌افتد ـ فقط مکالمه‌ای بین دو کشاورز است که پشت تلفن اتفاق می‌افتد که یک اپراتور مدام، گاهی به‌صورت تبلیغات، مزاحمت ایجاد می‌کند ـ اما این نمایش به‌طور خاص برای رسانهٔ رادیو نوشته شده بود در زمانی که آدم‌های "ایستگاه پیشگام پخش در جهان" تابه‌حال چنین چیزی نشنیده بودند. (جیک، ۲۰۱۰)

اولین نمایشنامهٔ مختص رادیو در رادیو یک کمدی خطرناک[4] از ریچار هیوز[5] بود که در ۱۵ ژانویهٔ ۱۹۲۴ از بی‌بی‌سی پخش شد. هیوز یک نویسندهٔ جوان بود، اما تجربهٔ نوشتن برای تئاتر را داشت وقتی‌که بی‌بی‌سی سفارش نوشتن یک "نمایشنامهٔ ـ شنیداری" را به او

1. Bill Jaker.
2. KDKA.
3. Frank Conrad.
4. *A Comedy of Danger.*
5. Richard Hughes.

داد. نمایش توسط نیجل پِلِی‌فِر[1] تهیه شد که او هم از تئاتر به‌سمتِ بی‌بی‌سی کشیده شد. یک کمدی خطرناک آگاهانه از پتانسیل‌های فرم رادیویی استفاده کرد. نمایشنامهٔ هیوز در یک معدن زغال‌سنگ در ولز اتفاق می‌افتد، و دیالوگ‌های ابتدایی سریعاً آشکار می‌کنند که نمایش دارد از قابلیت‌های فرم رادیویی بهره می‌برد:

ماری (سریع.) سلام! چیزی شده؟
جک برق‌ها رفتن!

این دیالوگ‌ها فوراً برای شنونده روشن می‌کنند که برق قطع شده است. وجه بصری ـ مهم‌ترین و برجسته‌ترین وجه تئاتر و سینما ـ بی‌ارتباط با رادیو است. هیوز دریافته بود که رادیو این فرصت را به او داده است که یک نمایش کامل را در تاریکی مطلق قرار دهد. سه شخصیت اصلی نمایشنامه مجبور هستند راهشان را در تاریکی کامل پیدا کنند و در این حین با یکدیگر صحبت کنند. طیف دیالوگ‌هایشان مهربانی و سخاوت، به همان اندازه حمایت در شرایط استرس‌زای موجود، و نهایتاً خشونت را در بر می‌گیرد. خطرناک بودن موقعیت کاملاً واقعی است، و تنها دو تا از سه شخصیت زنده می‌مانند ... نمایشنامهٔ تولیدشده ممکن است از اولین نمونه‌های متن نوشته‌شده مختص رادیو باشد، اما، بااین‌وجود سرزنده و جذاب است.

همان‌طور که گفتیم، ریچارد هیوز زمانی که یک کمدی خطرناک را می‌نوشت، جوان بود: او تنها بیست‌وسه سال سن داشت، اما، بااین‌وجود یک نمونه از استعدادهای جوانی بود که به دنیای جدید و جذاب رادیو کشیده شدند. در تمام دنیا شرایط این‌گونه بود: آدم‌های مستعد نمی‌توانستند در برابر جذابیتی که این تکنولوژی جدید ارائه می‌کرد مقاومت کنند. همان‌طور که جلوتر می‌رفتند، می‌آموختند و فرم‌های فرهنگی جدید خلق می‌کردند.

یک جنبهٔ مهم رادیو در دوران ابتدایی این بود که رسانه‌ای تماماً زنده بود. در زمان خودِ ما، عادت کرده‌ایم که رادیو و تلویزیون تلفیقی از برنامه‌های ازپیش‌ضبط‌شده و برنامه‌های زنده باشد: ورزش، اخبار، و گزارش هواشناسی اکثر اوقات پخش مستقیم هستند، مثل برنامه‌های تماس‌های تلفنی و گفت‌وگوهای رادیویی. در مقابل، انتظار داریم نمایش‌ها،

1. Nigel Playfair.

سریال‌ها، کمدی‌های موقعیت، و گونه‌های دیگر طنزها ازپیش‌ضبط‌شده و تدوین‌شده باشند. بااین‌وجود، در روزهای ابتدایی و پیشگامیِ رادیو و حتی در دوران اوجش، چیزی که مخاطبان آن می‌شنیدند، کاملاً پخش زنده بود. این تا جایی یک مسئلهٔ عملی/فنی بود، تاجایی‌که شبکه‌های مهم[1] برنامه‌های خودشان را برای پخش از ایستگاه‌های محلی ضبط می‌کردند، اما «فقط پانزده دقیقه از صدا می‌توانست بر روی دیسک‌های آلومینیومی بزرگ ضبط شود» (شیگنل، ۲۰۰۹، ص. ۴۴)، که این روند را پرزحمت کرده بود. بااین‌حال، با وجود مشکلات فنی، یک سیاست عمدی نیز برای ازپیش ضبط نکردن در شبکه‌های اصلی وجود داشت. شرکت‌هایی از قبیل اِن‌بی‌سی[1] و سی‌بی‌اِس سیاست‌های ضد ـ ضبطی را وضع کرده بودند که ازپیش ـ ضبط کردن را بسیار مشکل کرده بود: دیوید مورتون می‌نویسد، شبکه‌های اصلی عملاً «ازپیش ضبط کردن را فرم نازل‌تر فرهنگ اعلام کرده بودند» (مورتون، ۲۰۰۰، ص. ۷۲). این بدین معنا بود که تمامی صداها، موسیقی و جلوه‌های شنیداری که شنونده در نمایش‌های رادیویی می‌شنید، زنده بودند. صفحه‌های گرامافون که گهگاهی برای جلوه‌های شنیداری پخش می‌شد و اعلان‌های کوتاه استثنا بودند.

اگرچه استفاده‌ای که ایستگاه‌های کوچک محلیِ ضبط از متن‌ها کردند در اوایل دههٔ ۱۹۳۰ افزایش یافت، هم‌راستا با توسعهٔ این تکنولوژی، شرایط به‌شدت دچار تحول شد وبعداز جنگ جهانی دوم تغییر کرد؛ زمانی که ضبط‌صوت‌های آهن‌ربایی معرفی شدند. ستارهٔ محبوب فیلم و رادیو، بینگ کراسْبی[2]، نقش بسزایی در این تغییر داشت: نمایش او، زمان رادیو فیلکو[3]، طبق گفتهٔ لئوناد مالتین، «اولین برنامهٔ ضبط‌شدهٔ رادیو، در ۱۹۴۶، است» (مالتین، ۲۰۰۰، ص. ۲۹۳). خودِ کراسبی بود که به این پیشرفت سرعت بخشید، با این اعتقاد که از پیش ضبط کردن مناسب‌تر است، چون یک‌سری کامل می‌تواند ازقبل ضبط شود، به‌جای مشکلاتی که ضبط هفتگی می‌تواند داشته باشد. به‌علاوه، پیش‌ضبط می‌توانست، اساساً، کیفیت نمایش‌ها را بالا ببرد چون امکان تدوین را فراهم می‌کرد. همان‌طور که آلن اِس وایز[4] اشاره می‌کند، «عملاً هیچ ضبطی واقعاً "زنده" نیست» (وایز، ۱۹۹۵، ص. ۳۶): حتی نمایش‌های ضبط‌شده هم معمولاً به‌طریقی بریده، تقطیع و به هم

1. NBC.
2. Bing Crosby.
3. *Philco Radio Time.*
4. Allan S. Weiss.

چسبیده می‌شدند. زمانی که از پیش ـ ضبط به استاندارد تبدیل شد، فاصلهٔ بسیار کمی تا امکان تدوین وجود داشت، چون اساساً برنامه‌ها نیاز به تدوین داشتند. به‌هرحال، این یک توسعهٔ سریع بود: این "زنده ـ بودن" مشخصهٔ رادیو در دوران ابتدایی است. بعضی از جنبه‌های آن برای ما در قرن بیست‌ویکم عجیب است. برای مثال، صداهای موردنیاز برای نمایش و استفاده باید به‌صورت زنده اجرا می‌شدند: سوت‌زَن[1] (۱۹۴۲–۵۵) یک‌سری نمایش ترسناک بود که برای سال‌ها پخش شد که ۳۷ بار نیاز به جلوه‌های ویژهٔ صوتیِ زنده داشت. شاید کسی فکر بکند که آن‌ها احتمالاً ضبط‌شده بودند. درحقیقت، خانمی به نام دورتی رابرتز ۳۷ بار، یک‌بار در هفته، برای ۱۳ سال (برای این نمایش) سوت می‌زد! این شاید برای ما مثل دیوانگی باشد، اما یک‌چیز جالب درموردِ پخش رادیویی زنده را نیز در بر می‌گیرد: از بسیاری جهات شبیه به تئاتر محض است. اگر کسی به آرشیو پخش زندهٔ رادیو گوش بدهد، میزان آدرنالین خونش بالا می‌رود. درواقع، در بسیاری از مواقع رادیو واقعاً تئاتر بود که صدها تماشاچی در استودیو پخش زنده داشت و میلیون‌ها نفر پای رادیو به گوش نشسته بودند. این به اسطورهٔ دوران طلایی رادیو در ایالات متحده به‌طور خاص کمک کرده است: یک دنیای خلاقه که پرانرژی است، پرهیاهو و پویا با کلی هنرمند از رشته‌های مختلف که نیاز است نمایش‌ها را به واقعیت تبدیل کنند، همه آمادهٔ نمایش وقتی چراغِ "بر روی خط" رادیو روشن می‌شود.

وقتی به نمایش رادیویی آمریکایی نگاه می‌کنیم، عبارت "عصر طلایی" برای دوران بین دهه‌های ۱۹۲۰ و اوایل ۱۹۵۰ استفاده شد. این عبارت مؤکداً یک حس نوستالژیک دارد ـ همان‌طور که بقیهٔ عصرهای طلایی این حس را در بر دارند. بااین‌وجود، مسلماً دوره‌ای پررونق و پرکار بوده است. شبکه‌ها شدیداً به دنبال پیدا کردن و جذب مخاطبانی بودند که عاشق رادیو بودند و در مقایسه با تلویزیون با سرعت بیشتری آن را پذیرفتند. بااین‌وجود، در دوران دههٔ ۵۰، تلویزیون به‌عنوانِ رسانهٔ آینده پنداشته می‌شد، و شبکه‌های آمریکایی به‌طور هنگفت بر روی آن هزینه می‌کردند، به قیمت (کم‌رنگ شدن) رادیو. تعداد زیادی از برنامه‌ها از سمت رادیو به‌سمتِ تلویزیون کشیده شدند، بسیاری از نمایش‌ها، و متأسفانه، بسیاری از کارمندان متوجه شدند که به پایان راه رسیده‌اند. اکثر برنامه‌ها برای آینده ضبط نشده و غیب شده‌اند. بااین‌حال، چیزی که ما داریم اکثر اوقات جذاب است. ضبط‌های آرشیوی از دوران طلایی رادیو آمریکا ـ که معمولاً از آن با عنوان رادیو قدیم

1. *The Whistler.*