

# رادیو دیجیتال

● نویسنده ربکا کویل

مترجم: حسین بصیریان

آن‌لاین پیوسته هستند که ما از آنها به نام «رادیو» یاد می‌کنیم. چنین مشکلات اصطلاح‌شناختی می‌تواند در بخشی از اشکال گوناگون رادیویی اتفاق افتد که این امر نیز هم‌زمان با رشد سریع پخش برنامه‌های رادیویی در دهه ۱۹۲۰ رخ داده است. نویسندگان مختلف در این شماره، چارچوب‌هایی برای این قبیل اسامی زمانی که در اشکال دیجیتالی مطرح می‌شوند، پیشنهاد می‌کنند. در واقع، Martin Spinelli، در مقاله خود درباره تدوین دیجیتالی صداهای رادیویی، رویکردی کاملاً ویژه و جدید به واژه «دیجیتال» می‌بخشد. در مقاله‌ای دیگر، Richard Rudin رادیوی دیجیتالی را در رابطه با پخش شنیداری دیجیتالی آن‌گونه که در انگلستان رشد یافته، بررسی می‌کند و Richard Berry در مقاله خود

این مقاله جستاری است در باب تحولات و دگرگونی‌های متنوع که در رادیو روی داده است. در این مقاله مفاهیم مربوط به تولیدات دیجیتالی و نحوه توزیع فناوری‌های رادیویی که ما می‌شناسیم به بحث گذاشته شده است. به دلیل اهمیت موضوع، این مقاله به بررسی و مطالعه دقیق ارتباط میان این فناوری‌ها با سیاست‌ها و خط‌مشی‌های در حال تغییر ناظران پخش، تهیه‌کنندگان و مخاطبان می‌پردازد.

«رادیو دیجیتالی» نشان‌دهنده چالشی در تعریف واژه‌هاست؛ واژه‌هایی چون «رادیو اینترنتی»، «رادیو پادکست» و دیگر واژه‌هایی که بسته‌وگریخته یا حتی به جای یکدیگر به کار می‌روند. به علاوه، اشکال معین و کاربردهای پرسشی شنیداری



## رادیو همیشه در سطوح متنوع فعالیت کرده است؛ از پایگاه‌های با پهنای باند کم برای جوامع محدود یا گروه‌های خاص گرفته تا پایگاه‌های با پهنای باند زیاد منطقه‌ای (چه شهری و چه روستایی) در سطح ملی و بین‌المللی. خدمات پیوسته، این گروه‌بندی جغرافیایی خدمات رادیویی را به چالش طلبیده است.

گرفته تا پایگاه‌های با پهنای باند زیاد منطقه‌ای (چه شهری و چه روستایی) در سطح ملی و بین‌المللی. خدمات پیوسته، این گروه‌بندی جغرافیایی خدمات رادیویی را به چالش طلبیده است. اما توجه به مخاطبان بالقوه از زمانی که به جای نگریستن محلی به آنها، جهانی نگریسته شده‌اند به‌صورتی کاملاً آشکار تغییر یافته است. در هر صورت، خدمات محلی ممکن است در کشورها و موقعیت‌های مختلف به‌شکلی پراهمیت قرار گیرد، برای مثال: جایی اخبار غیرمترقبه و فوق‌العاده، جای دیگر آفرینش‌های ادبی خاص جزء نیازهای خبری محسوب می‌شوند. رادیو اینترنتی و پادکست، مثل وب‌سایت‌ها، ممکن است خدمات ویژه‌ای را که با مرزهای جغرافیایی محدود نشده‌اند، پیشنهاد کنند. مزایای خدمات «مختلط» (چندگانه) - اضافه کردن خدمات پیوسته به برنامه‌های ماهواره‌ای و رادیویی - با شرکت‌کنندگان در سمینار ویژه Radio Plus که به‌میزبانی و سازماندهی Tebbutt John با گردهمایی فراملیتی ۲۰۰۵ رادیو در شهر ملبورن استرالیا برگزار گردید، مطرح شد. آن‌گونه که Tebbutt در گزارش خود

«پادکست» را با توجه به رادیویی پیوسته‌ی آن‌لاین دیجیتالی شده مورد توجه قرار می‌دهد. این شماره رویکردی همه‌جانبه‌نگر را در مورد مسائل دیجیتالی مرتبط با رادیو اتخاذ کرده است که تا از این طریق نشان دهد که جدا نمودن گروه رادیوهای دیجیتال از رادیوهای پیوسته آن‌لاین چندان شایسته به نظر نمی‌رسد و هریک با توجه به دیگری تحت تأثیر هم قرار گرفته، شکل می‌گیرد. سه موضوع انتقادی از مسائل مطرح و طنین‌افکن در مقالات مختلف جمع شده است و در این شماره بررسی می‌شود: نخست، ورود فناوری‌های دیجیتالی در زمان و مکان سبب ایجاد فرصت‌هایی شده که تا پیش از آن الزاماً در اختیار خدمات رادیویی «سنتی» قرار نداشت؛ دوم، انتخاب‌های تکنولوژیکی، هم پخش رادیویی و هم پرش (قطع نگاتیو)‌های رادیویی را سبب شده است؛ و سوم، موقعیت‌های مخاطبان و شمار مواضع مخاطبان به‌اشکال دیجیتالی رادیو افزایش یافته است. رادیو همیشه در سطوح متنوع فعالیت کرده است؛ از پایگاه‌های با پهنای باند کم برای جوامع محدود یا گروه‌های خاص

تصریح می‌کند، خدمات پیوسته دسترسی به فناوری‌هایی را که امکان استفاده پیوسته را فراهم می‌کنند، بر عهده می‌گیرند.

در کتاب وی **رادیو در عصر جهانی** کتابی برای هزاره، Hendy David می‌پرسد: «آیا صنعت رادیو تبدیل به یک صنعت محلی و تکه‌تکه (جزء جزء) شده یا صنعتی است همبسته و جهانی؟» Hendy به بحث «اندیشه هم‌پیوندی (همبستگی) جهان گسترده» می‌پردازد و سپس تصریح می‌کند که این موضوع «به هر نوع تغییر یافتن حس ما نسبت به زمان و مکان» اطلاق می‌شود. از سال ۲۰۰۰، فناوری‌ها و همگرایی‌های رادیویی به‌طور عمده پیشرفت کرده؛ اما سؤالی که به ذهن می‌رسد این است که به چه دلیل پرسش‌های Hendy هنوز هم مربوط به موضوع قلمداد می‌شوند؟ هم‌پیوندی به‌طور خاص برای خدماتی که رادیوهای محلی ارائه می‌کنند، تعریف شده است؛ به‌ویژه از زمان ورود تلویزیون و معرفی آن به جوامع که ویژگی‌های خصوصی‌تر رسانه در نزدیکی و هماهنگی با شنوندگان، بر شیوه ارائه و شکل اجرا تأکید می‌شود. البته، خدمات رادیویی بین‌المللی خاص، از سراسر (اقصی نقاط) مرزهای ملی و ناحیه‌ای پخش می‌شوند تا مطالبات عمومی‌پیوند (همبستگی) رادیویی در صورت امکان جلوه نمایند. با وجود این، موقعیت‌های رادیویی محلی به‌خودی‌خود مرتبط با «جوامع علاقه‌مند» خاص هستند. به‌علاوه، صمیمیت و نزدیکی مطالبه‌شده از خدمات رادیویی هم‌زمان با تجربه مشترک و یا شخصی گوش‌سپردن به خدمات «آنالوگ/زمینی»، به‌عنوان فعالیتی دست‌سوم در خانه، اجتماع، بیرون از خانه و محل کار قلمداد می‌شود. به‌هرحال، تمهیدات پیشنهادشده به‌وسیله اینترنت برای بارگذاری‌های پادکست و پادکستینگ جوامع و «عامه‌مردم» تجارب مختلفی را از گوش‌سپردن به رادیو در اختیار ما قرار می‌دهد. تجربه گوش‌سپردن مشترک ما ممکن است با موقعیت یا فضای جغرافیایی مشترک و یا حس تعلق خاطری که می‌تواند با گوش‌دادن ما به خدمات پادکسترهایی که بسیار دورتر از شنوندگان پراکنده هستند، گره نخورده باشد. علاوه بر این، تجربه گوش‌سپردن مشترک ما در زمان خاص و هنگامی که می‌توانیم از پادکست‌ها به‌جای ابزار برنامه‌ریزی بهره‌مند شویم، قطع می‌شود. این قبیل شناخت‌ها و ادراکات زمانی و مکانی در رابطه با پرس‌وجوهای خدمات رادیویی پیوسته و پادکستینگ تنها توانایی همگرایی تکنولوژیکی مختلف یا رویکردی کاملاً نو در رابطه با رادیو را نشان می‌دهد (برای مثال، شکل نهائی شیوه تعامل شنونده). Berry در بحث خود راجع به اشکال گوناگون پادکستینگ پیشنهاد می‌کند که شنونده از خدمات رادیویی بارگذاری دانلود شده بهره‌مند گردد.

صرف‌نظر از مخاطبان، خدمات رادیویی پیوسته و دیجیتال، مشکلات و تنش‌ها را برای تنظیم و کنترل سیگنال و محتوا تشدید می‌کند. ابهام در درک و شناخت «مرزها» (آن سوی تجارب مربوط به موج کوتاه)، مسائل و مشکلاتی برای سیاست‌گذاران،

از جمله شرکت‌های مسئول قانون حق مؤلف، ایجاد کرده است. تنظیم محتوای مطالب نشست‌گرفته از یک کشور، ممکن است با جایی که مواد و منابع در مقیاس جهانی در دسترس قرار می‌گیرند، بی‌ارتباط باشد. راه‌هایی که از طریق آنها روش‌ها و اختیارات مربوط به تنظیم مطالب مختلف را به خدمات رادیویی دیجیتال و ماهواره نزدیک می‌سازند، می‌توانند کلیدی برای مسیرهای ناشناخته آتی باشند. سه بنگاه خبرپراکنی در این شماره بررسی می‌شود: بنگاه سخن‌پراکنی بریتانیا (BBC) در مبحثی که Rudin درباره مخابره شنیداری دیجیتال (DAB) در بریتانیا مطرح می‌سازد، وب‌سایت‌های توسعه‌یافته ی بنگاه سخن‌پراکنی کانادا (CBC) و جزئیات مربوط به کنترل محتوا و هویت ملی به‌قلم Brian O'Neill، و نهایتاً دو بحث پیرامون رویکردهای برنامه‌سازی در بنگاه سخن‌پراکنی استرالیا (ABC): یکی پروژه‌های تکمیل‌شده که Norie Neumark نگاهشده است و دیگری ایده‌ای مربوط به توسعه طرح‌ریزی‌شده به‌قلم Marius Foley ô Sherre Delys. است تأکید بر مباحثات چگونگی فناوری، نقش سخن‌پراکنی عمومی در مباحث مربوط به بودجه، و شناخت درهم‌تنیدگی ارسال جغرافیایی پیام‌هاست و مجموع این موارد است که باعث شده دوره جدید نشریه دست به تولید فرضیات و در پاره‌ای موارد واهمه و ترس از اینکه در آینده چه اتفاقی ممکن است پیش آید، بزند و پیش‌بینی‌هایی راجع به فرصت‌های حاصل از تلاقی این تغییرات در اختیارمان قرار دهد.

خدمات زمینی مخابره پیام‌ها توجه ویژه‌ای به عملکردهای خود جهت ارسال منابع و پیام‌ها، هم از طریق خدمات سنتی سخن‌پراکنی (با به‌کارگیری پرسنل متخصص و آموزش‌دیده) و هم از طریق بهره‌مندی از همگرایی متون، پیام‌های دیداری و شنیداری قابل بارگذاری از اینترنت و تعاملات اینترنتی دارد. در اکتبر سال ۲۰۰۵ در کشور استرالیا، سناتور Helen Coonan، مدیر مؤسسه «ارتباطات، فناوری اطلاعات و هنرها»، تصریح کرد که رادیویی دیجیتالی باید مکملی برای خدمات موجود باشد تا اینکه بخواهد جایگزین فناوری‌های موجود شود. مدل جاری BBC، تهیه خدمات دیجیتال به‌خوبی همان خدمات پیوسته فعال می‌باشد. O'Neill نوع پیوسته‌ای از خدمات ارائه‌شده توسط CBC را توصیف می‌کند که به نظر می‌رسد در جذب شنوندگان به خدمات خود موفق عمل کرده است. فناوری‌های تلفن‌های همراه نسل سوم که دامنه وسیعی از خدمات چندرسانه‌ای را به‌اضافه قابلیت ذخیره‌سازی و حافظه در بر می‌گیرند، می‌توانند تأمین‌کننده مفاهیمی مؤثر و ساده برای مخاطبان‌شان باشند.

رادیوهای اینترنتی، نشان‌دهنده چالش‌هایی برای مدیران پایگاه‌های رسانه‌ای و صاحبان تجاری رسانه‌ها با توجه به چگونگی ادغام رادیو با سایر خدمات رسانه‌ای هستند. بسیاری از پایگاه‌های «رادیو وب» در دهه ۱۹۹۰ رشد نکردند یا حتی دوام نیاوردند؛ در حالی که پایگاه‌های تجاری و نمایشگرها و مجریان

باسابقه موسیقی، برخی از کاربردهای سودآور مربوط به وبسایت‌ها، جریان‌های شنیداری و خدمات بارگذاری شده را کشف کرده بودند. در ضمن، مدیران و عاملان تجاری تلاش می‌کنند تا درآمد خود را از خدمات پیوسته به دست آورند بنگاه جست‌وجوی پیوسته‌ی «گوگل» اخیراً خرید خود از بنگاه خبرپراکنی **dmarc** را - که از فناوری‌هایی ویژه جهت برنامه‌ریزی‌های خودکار و نمایش تبلیغات رادیویی بهره‌می‌برد - معرفی کرده است. این امر نشان می‌دهد که رادیو به سمت تبدیل شدن به رسانه‌ای مفید جهت تبلیغات در حال حرکت است.

یکی از سردرگم‌کننده‌ترین اجزای رادیوهای دیجیتال و پیوسته آن است که بحث محتوای برنامه‌ها در «محتوا شاه است» (محتوا در اولویت است) خلاصه می‌شوند. این موضوع مطرح شده و در متن گزارش **Jason Wilson** در کنفرانس «دنیای محتوای متحرک» - که در سپتامبر ۲۰۰۵ در لندن برگزار گردید - مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. با تأکید بر اشکال رادیوهای پیوسته **Chris Priestman** در سال ۲۰۰۲ تصریح کرد:

«چه ما دوست داشته باشیم و چه نداشته باشیم، حضور اینترنت ما را مجبور می‌کند که این موضوع را مورد توجه دوباره قرار دهیم که چه ابزاری رادیو را برای ما به یک رسانه بدل کرده است. همین حالا، اکثر ما، از آن برای تمام دوران زندگی مان استفاده می‌کنیم؛ رادیو را روشن می‌کنید و آنگاه صاحب آن خواهید بود... برای نخستین بار باید معین کنیم که چه چیز رادیو را نخست از لحاظ محتوا و سپس از لحاظ اینکه چگونه شنونده آن را از سایر صداهایی که از طریق دریافت‌کننده‌های چندمنظوره تشخیص دهد، یگانه و منحصر به فرد می‌کند.»

هنگامی که ما رادیو را آن‌گونه که به ما شناسانده شده، بدون توجه به چگونگی گوش سپردن به آن می‌شنویم، آنچه که می‌شنویم پیرامون رادیوی تجربی یا گفتار و هنر آن چیزی است که در رادیو مطرح شده است. این شیوه‌های برنامه‌سازی، تجارب مربوط به گوش سپردن را پیشنهاد می‌کنند که کاملاً آن را از رویکرد «دیسک‌های چرخان» (Spinning discs) متمایز می‌سازد. جایی که پایگاه‌های سخن‌پراکنی در ابتدا با موسیقی مرتبط می‌شوند، رادیو به‌طور اجتناب‌ناپذیری از بسیاری موضوعات موسیقایی از طریق اینترنت تأثیر می‌پذیرد که باعث تغییراتی در صنایع موسیقی گردیده است. رویکردهای خاص رادیوی موسیقی می‌تواند چالش‌هایی را از قبیل تبدیل شدن شنوندگان به کارشناسانی که به‌صورت شخصی دست به انتخاب می‌زنند، ایجاد کند. رادیوی پادکست ممکن است گزینه‌ای فرعی را نشان دهد که با منابع موسیقایی دست‌نیافتنی در خدمات رادیویی موجود نمایش داده می‌شود؛ اما علاوه بر این، ممکن است راه‌های مختلفی از گوش سپردن به منابع را نیز تأمین نماید. **Nick Crowe** در مباحثاتش، مجموعه‌ای از برنامه‌های از پیش ضبط‌شده‌ی رادیویی را پیوسته مطرح می‌کند که بخش‌های جذاب موسیقایی انتخاب‌شده را با

نقدهای ارائه‌شده در طول انتقال اثر موسیقایی نیروهای پلیس **Merseyside**، یکی می‌سازد. طبیعت فرعی موسیقی در اینجا فاکتوری قابل تشخیص نیست (درواقع موسیقی روند کلی ذائقه‌ها و انتخاب‌های مخاطبان را منعکس می‌سازد) اما موسیقی به‌طریقی خاص و از طریق تعیین محل نیروهای انسانی (افسران) در حال انجام وظیفه با توجه به انتقالشان از محلی به محل دیگر خود را وابسته به زمینه می‌کند.

تعامل، جنبه‌ای از برنامه‌های رادیویی را به‌شيوه‌ها و دلایل مختلف بیان کرده است (مثل ارزان بودن نسبی رادیوی **caller talkback / telephone** یا نشان دادن درخواست‌ها) اما خدمات اینترنتی اشکال دیگری از تعامل را مطرح نموده‌اند. نویسندگان مختلفی در این شماره پیشنهادهایی را با توجه به راه‌های تعامل موجود با منابع برنامه‌های پیوسته ارائه کرده‌اند. اینجا جایی است که رادیو می‌تواند به قلمروهای ناشناخته‌ای چون منابع بارگذاری‌شده‌ای که شنوندگان می‌توانند دستکاری کنند و دوباره پخش شوند، راه یابند. هنرمندان عرصه رادیو به‌صورت اجتناب‌ناپذیری به‌سوی این رویکردها و جنبه‌ها جذب می‌شوند زمانی که خدمات رادیویی سنتی حمایت خود را از هنر رادیویی و تجربی کاهش می‌دهد.

هم‌زمان با رونق رادیوی جمعی و انتشاری، راحتی نسبی رادیوسازی (ایجاد شبکه‌های مختلف) هنوز هم نشان دهنده وسیله‌ای برای ابراز بیانات شخصی و به اشتراک گذاشتن اطلاعاتی است که به‌طور نسبی دست‌یافتنی‌اند. هم‌زمان با پیشروی رادیو به سمت شیوه‌های برنامه‌سازی تولیدی کاملاً مجازی، تحقیقات رادیویی انجمن استرالیا نشان می‌دهد که این تعامل افراد در بسترهای محلی و زنده است که زمینه‌ساز تجارب ارزشمند برای این قبیل بنگاه‌های خبرپراکنی است؛ در مباحثات رادیویی مقاله **Jackie Ewurt** خاطر نشان می‌سازد:

«در فرآیند تولید و ساخت رادیوی جمعی، برای مثال، افراد جامعه‌ای که در تولید آن نقش دارند، جامعه‌ای که اطلاعات را به این برنامه‌ها می‌دهند، حقیقتاً به‌اندازه همان برنامه تولیدی دارای اهمیت هستند. بنابراین... اینکه چه افرادی واقعاً به این برنامه‌ها علاقه‌ندارند مهم است. آنها علاقه‌نداند که اطلاعات مورد نیازشان را در آنجا بیابند، و به آن گوش دهند؛ اما در مقابل، دوست دارند که در ساخت آن نیز مشارکت داشته باشند.»

به‌نظر می‌رسد سطوح پیچیدگی رادیوی پیوسته و دیجیتال، موضوع اغراق‌آمیز نگرانه‌ای را بر پایه سطوح بی‌سابقه‌ای از مشارکت و اشتغال مصرف‌کنندگان رسانه یا شنوندگان فعال فراهم می‌آورد.

منبع: [www.sagepublition.com](http://www.sagepublition.com)

