

# پادکست و آینده رادیو

به کوشش: معصومه شهبندی  
ناشر: دفتر پژوهش‌های رادیو، ۱۱۲ صفحه

❖ تدوین: معصومه شهبندی  
کارشناس ارشد تحقیق در ارتباطات



به هدف خود رسیده است.»  
روزگاری ارتباط صدامحور از طریق رادیو بود که حال با رشد فناوری از طریق پادکست نیز میسر شده است. دگرگونی در ابزار و واسطه ارائه پیام تغییراتی در ماهیت فرستنده پیام، قابلیت‌های گیرنده پیام و محتوای آن ایجاد کرده است. در تاریخچه این رسانه صدامحور، در سال ۱۸۸۷، هنریش هرتز، مهندس و فیزیک‌دان آلمانی، نظریه ماکسول را تأیید کرد. او موفق شد از نوسانات الکترونیکی برای انتقال امواج از محلی به محل دیگر بدون سیم استفاده کند. ماکسول برای اولین بار توانست امواج رادیویی را در آزمایشگاه تولید کند. سال ۱۹۱۰ برای اولین بار صدای موسیقی و آواز اپرای متروپولیتن نیویورک در سراسر آمریکای شمالی شنیده شد. تاریخ شروع بهره‌برداری عمومی از رادیو در سال ۱۹۲۰، یعنی ۸۴ سال قبل از پادکست است.  
اولین دستگاه‌های پخش منظم رادیویی در سال ۱۹۲۰ در انگلستان به راه افتاد.

کتاب **پادکست و آینده رادیو** شامل مجموعه مقالاتی برگرفته از نشست «پادکست و زندگی روزمره» در خردادماه ۱۳۸۶ است. این کتاب در هفت فصل، از قابلیت‌های پادکست به‌عنوان رسانه‌ای نوپا سخن می‌گوید.  
از جمله پرسش‌های مطرح در این کتاب آن است که آیا پادکست رقیب رادیوست یا مکمل آن به‌شمار می‌آید؟  
مجموعه مقالات نشان می‌دهد که پادکست نه تنها رقیب رادیو به حساب نمی‌آید، بلکه مکمل فعالیت‌های آن نیز هست. رادیو می‌تواند از ظرفیت‌هایی جدید که پادکست در اختیار آن قرار می‌دهد، نیز بهره‌مند شود. در دیباچه کتاب آمده است: «این مجموعه، کتابی مقدماتی است که هدف اصلی آن گشودن بحث درباره پادکست و جلب توجه به این رسانه است و به‌هیچ‌وجه ادعایی بزرگ در سر ندارد. اگر این کتاب نظر محققان، صاحب‌نظران و حتی جوانان علاقه‌مند به پادکست را اندکی به موضوع جلب کند،

این در حالی بود که مردم ایران با حدود ۲۰ سال تأخیر رسانه رادیو را شناختند. در چهارم اردیبهشت ۱۳۱۹ اولین فرستنده رادیویی در ایران در محل بی سیم در جاده قدیم شمیران افتتاح شد.

فاصله میان ورود پادکست به ایران بسیار کوتاه تر است. نخستین بار یک روزنامه‌نگار انگلیسی‌زبان به نام «باب همرزلی» واژه «پادکست» را به کار برد. در سال ۲۰۰۱، اولین ابزار نشر آوا به شکل پادکست فراهم شد. اما تا سال ۲۰۰۳ که با توجه جدی مردم جهان مواجه نشده بود، مورد توجه قرار نگرفت. در سال ۲۰۰۴، گسترش و محبوبیت این پدیده به حدی رسید که حتی کاخ سفید هم تعدادی از سخنرانی‌های جرج بوش را به صورت پادکست آماده کرد و بر روی سایت ریاست جمهوری ایالات متحده قرار داد.

واژه «پادکست» از طرف لغت‌نامه آمریکایی **آکسفورد** به‌عنوان واژه سال ۲۰۰۵ انتخاب شده است. این لغت‌نامه

پادکست را این‌طور معرفی کرده است: «برنامه‌ای رادیویی که دیجیتالی ضبط می‌شود و در دستگاه‌های شخصی پخش صدا در اینترنت دانلود شده و قرار می‌گیرد.» نخستین پادکست در ایران در اواخر سال ۱۳۸۳ راه‌اندازی شد. در مورد پادکست‌ها دو پرسش مطرح است:

- چگونه به یک پادکست گوش کنید؟  
- چگونه یک پادکست بسازید؟  
تصور از پادکست نباید وبلاگ‌گفتاری باشد و تنها به گفتن دست‌نوشته‌ها اکتفا کنیم. آنچه می‌تواند به جذابیت بیشتر پادکست منجر شود، توجه به اصول و قلق‌های برنامه‌سازی در رادیوست. ساخت یک برنامه پادکست نیازمند آشنایی هر چند اندک با فنون برنامه‌سازی در رادیو و استفاده از صدا، موسیقی و سکوت است. اگر سازنده، این مهارت‌ها را نداشته باشد، هر چند پیام دارای محتوایی مناسب باشد، نمی‌تواند به موفقیت و جذب مخاطب دست یابد؛ چرا که حرف اصلی در جذب مخاطب را «صدا» می‌زند.

علاوه بر پادکست‌هایی که از سوی آدم‌های مشهور ساخته می‌شود و در قالب و کلیشه یک برنامه رادیویی در این عرصه گام نهاده‌اند، نوع دیگری از پادکست‌ها یعنی تولیدات صوتی منتشرشده در فضای مجازی هستند که گفتاری کوتاه مبتنی بر «خلاقیت و مزاح» دارند و بر کارکرد سرگرم‌کنندگی تأکید می‌ورزند. در شکل برنامه‌سازی، یعنی نحوه استفاده از صدا، موسیقی و سکوت به مانند همان برنامه رادیویی عمل می‌کنند. محتوای پادکست‌های نوع دوم مسائل لزوماً سیاسی و اجتماعی نیست، بلکه کلیت تولید محتوا در قالب صدا را دگرگون می‌کند و از جهت محتوا از سویی و شکل و قالب از سویی دیگر، برنامه‌ای متفاوت از برنامه‌سازی‌های متعارف رادیو ارائه کرده‌اند. به بیانی بهتر، «خلاقیت» محور اصلی موفقیت آنهاست. گفتارهایی کوتاه که توسط فرد دانلود می‌شود بر روی موبایل که در اینجا نقش همان MP3 و آی‌پاد را بازی می‌کنند، قرار می‌گیرد و از یک فرد به افراد گوناگون

داده می‌شود. ابزار انتشار آن علاوه بر اینترنت، بلوتوث و اینترنت است. این فایل‌های صوتی برخلاف پادکست‌های معروف که چندین بار در طول برنامه بر نام گوینده و سازنده پادکست تأکید می‌ورزند، بی‌نام و نشان هستند. پیام تفریحی و سرگرم‌کننده دارای نقشی مهم در این میان است. لحن و گفتار آنها بدون خط قرمزهای معمول، برآمده از میان مردم است. این خط قرمزها لزوماً سیاسی نیست؛ گاه قوانین اجتماعی، فرهنگی و عرفی را نیز شامل می‌شود. همین نکته باعث جذابیت و انتشار سریع فرد به فرد آن می‌شود.

یکی از وبلاگ‌های تخصصی در معرفی و نقد این کتاب آورده است: «کتابی را که پیشنهاد کردم حتماً دانلود کنید. چند سال پیش منتشر شده است و چند مقاله در مورد پادکست دارد. کتاب خوبی است در این برهوت تولید علمی. اما شاید یک ایراد داشته باشد و آن هم ایرادی است که بر بیشتر کارهای علمی امروز ما وارد است: کتاب کاربردی نیست. ما امروز تشنه دستورالعمل هستیم. به دنبال چیزهایی هستیم که به ما شیرفهم کنند که چگونه پادکست خوب تولید کنیم. این یک جور مهندسی می‌خواهد. اینکه یکی راه را برود و بعد اندازه بگیرد و آخر سر نتایج کار را در قالب یک کتاب راحت‌الحلقوم بیان کند. کتابی که پایش روی زمین باشد و نیم‌نگاهی به آسمان. الان بیشتر کتاب‌ها مانند آدم‌های پا به هوایی می‌مانند که از طرف سر روی زمین قرار گرفته‌اند. به هر حال جای خالی کتاب یا هر چیز دیگری که بگوید چگونه پادکست خوب تولید کنیم هنوز خالی است. خالی خالی!»

در آخر باید گفت در هر حال آنچه در این کتاب به بحث گذاشته شده است، تنها گوشه‌ای از مباحث مربوط به پادکست است که به صورت بین‌رشته‌ای مورد بررسی قرار گرفته است. امید است که تلاش علمی بیشتر برای بررسی و شناخت قابلیت‌ها و اثرگذاری‌های اجتماعی و فرهنگی پادکست صورت گیرد.