

# آینده

## رادیو تجاری

### اینترنتی

● جاش مونی  
ترجمه: حمیدرضا نجفی

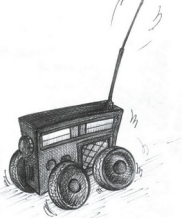
می‌گند که آینده چه تدبیری برای رادیو، به عنوان یک رسانه تجاری در ۱۰ سال آینده، با بیشتر تدبیرشده است؟ اکنون، رادیو اینترنتی، سهم اندکی از منتقدان و شنونده‌های رادیوهای سنتی AM و FM را به خود اختصاص می‌دهد. به نحو غیرقابل انکاری، رادیو اینترنتی در سرتاپای اولیه‌اش قرار دارد. یکی از دلایل روشن آن است که این فناوری با سرعت پیشرفت می‌کند، براساس مطالعات مؤسسه‌های آمارگیری آمریکایی، یعنی مرکز تحقیقات رسانه‌های ادیسون و آویپتون (Abitron & Edison)، حدود ۱۰۳ میلیون نفر از رادیو اینترنتی بهره می‌برند و تعداد کاربران ثابت ماهانه آن از سال ۲۰۰۰ سه برابر شده‌اند و از سویی استفاده از رادیو اینترنتی برایشان عادت‌شده و

جهان این اجازه را می‌دهد که بدون هیچ هزینه‌ای در خانه خود شنونده ایستگاه‌های رادیویی یوزده، جویس‌های شیلیاری را در سرتاسر اینترنت تجاری سازند. طیف گسترده‌ای از ایستگاه‌های تجاری و غیر تجاری هستند که از طریق اینترنت و به کمک بخش‌کننده‌های وب قابل دسترسی هستند. این ایستگاه‌ها شنونده‌های باقیه‌ای دارند که این امر برای بخش‌کننده‌های رادیوهای مرسوم، تنها یک روزنامه‌بخت قابلیت‌های رادیوی اینترنتی، قطعاً نامحذوف به نظر می‌رسد. اما آیا واقعاً این رادیو نالوس مرگ رادیوی سنتی و متداول را به صدا درآورده است؟ و یا اینکه اینترنت، پر دیگری در کلاه رادیوست؟

این مقاله به بررسی مسائل یادشده می‌پردازد و این تدبیر و فکر را در ما ایجاد

تا جایی که اطلاع داریم، رادیو اینترنتی به عنوان آخرین رادیو، نوشته است مشربیان زیادی جلب کند، آیا این پدیده می‌تواند طی ۱۰ سال آینده بر رادیوی تجاری محلی غالب شود؟ آینده چه تدبیری برای رادیو تدبیرشده است؟

رادیو یک رسانه ارجحی است و مرگ آن بارها پیش‌بینی شده است، درست از همان روزهای اول و اکنون نیز رادیوی تجاری به عنوان یک رسانه قدرتمند و رقیب مطرح است. اما واقعیت به همان روشنی که به نظر می‌رسد برای بخش‌کننده‌های تجاری امیدوارکننده نیست. قضیه اینترنت با تمام ظرفیت‌های درونش اخیراً مرزهای تازه‌ای را به شکل رادیو اینترنتی یا بخش وب، به روی رادیو گشوده است. این پیشرفت به مردم سرتاسر



**یکی از اشکالات رادیوی اینترنتی، غیرقابل حمل بودن آن است. به منظور گوش دادن به این رادیو باید در کنار رایانه باشید. رادیوهای سنتی از این لحاظ یک امتیاز بزرگ دارند؛ زیرا گیرنده‌های این نوع رادیوها قابل حمل، ارزان و در همه جا یافت می‌شوند.**

شما نمی‌توانید در پایان روز یک جریان با کیفیت رادیویی را از طریق مودم ۵۶ کیلو بایت دریافت کنید. من خودم با این مشکل دست به گریبان هستم. کیفیت صدا بسیار بد و نامطلوب می‌شود و مردم رادیو را خاموش می‌کنند.

تعداد کاربران باند پهن برای رادیو اینترنتی بسیار رضایت‌بخش است؛ زیرا این تعداد بالاتر از آن است که ارتباطات باند پهن در حال افزایش است و از سویی رضایت کاربران نیز با برقراری ارتباط در حال افزایش است و در نهایت این امر منجر به آن می‌شود که آنان وقت زیادی را دروی خطه بگذرانند. ۲۱۶٪ کسانی که مورد مطالعه قرار گرفتند، اذعان داشتند که تا پایان سال ۲۰۰۳ وقت بیشتری را به این کار اختصاص خواهند داد. این امر دلالت بر آن دارد همچنان که شیوع و رواج ارتباط اینترنتی باند پهن افزایش می‌یابد، میزان مخاطبان این رادیو، منعکس‌کننده رشد و ترقی آن بوده، سبب پیشرفت فنی آن می‌شود.

یکی دیگر از اشکالات رادیوی اینترنتی، غیرقابل حمل بودن آن است. به منظور گوش دادن به این رادیو باید در کنار رایانه باشید. رادیوهای سنتی از این لحاظ یک امتیاز بزرگ دارند؛ زیرا گیرنده‌های این نوع رادیوها قابل حمل، ارزان و در همه جا یافت می‌شوند. البته این مشکلی است که به مرور زمان حل

اشکار با حداقل هزینه خرید یک گیرنده رادیویی استاندارد در تعارض است و این یک زیان به حساب می‌آید. مگر آنکه راهی برای کاهش هزینه‌های آن یافت شود. با وجود داشتن جا پاهای بسیار مستحکم و قابل قبول در دنیای پیشرفته، هزینه دسترسی به اینترنت برای بسیاری از شنونده‌های کشورهای پیشرفته وجود دارد و این درحالی است که در این نواحی اسپیکرهای زیادی دوستانه توسعه زیرساخت‌های اینترنتی وجود دارد. مفهوم اینترنت به عنوان یک شبکه جهانی از این دیدگاه، مفهومی ناقص است و نانوایی رادیوی اینترنتی در دسترسی به مردم مانند رادیوی ارزان قیمت مرسوم، در آینده تا حدودی منبع از پیشرفت این رادیو می‌شود.

علاوه بر هزینه رادیو اینترنتی، کیفیت صدای اینترنتی نیز غالباً نامناسب است و اغلب نسبت به بخش FM در سطح پایین‌تری قرار دارد. این امر ناشی از سرعت زیاد و وضعت پهنای باند در ارتباطات اینترنتی است. اخیراً، حدود ۲۸ مگاهرتز از ارتباطات باند پهن بهره می‌برند که این رقم حدود دو سال پیش دو برابر بوده است. ۱۲۳٪ از این ۲۸ مگاهرتز ارائه شده رضایت کامل دارند. کاربران باند پهن حدود ۱۳ ساعت، از خدمات ارائه شده بهره‌برده‌اند. آکسی استلی (Starkey) از Alex پروژه موزیک برستون می‌گوید:

در حال افزایش است. آنها همچنین تخمین می‌زنند که اگر اینترنت نیز به عنوان یک شبکه رادیوی متفرد به فروش آگهی برآید، در سالانه حدود ۵۴ میلیون دلار درآمد خواهد داشت.

هر چند این آمارها قطعاً به پتانسیل و ظرفیت تجاری صنعت رادیوی اینترنتی اشاره دارند، اما بی‌انگیز موفقیت واقعی موجود نیستند؛ زیرا رادیوی اینترنتی دارای نقایص و معایب زیادی است.

مهم‌ترین مسئله‌ای که رادیو اینترنتی با آن مواجه است، گران‌تری آن است. بخش اینترنتی یکی از گران‌ترین رده‌ها برای گوش دادن به رادیو است. علاوه بر هزینه‌هایی مانند خرید پانه، بلندگوها و کارت صدا، شاهد هزینه اتصال به اینترنت در برخی ایستگاه‌های اینترنتی هزینه اشتراک ماهانه هستیم. اخیراً ارتباطات اینترنتی بی‌سیم موفقیت آمیزی برقرار شده که اجازه می‌دهد برنامه‌های بخش شده از اینترنت از طریق تلفن بی‌سیم و اینترنتی ویژه اتومبیل به یک گیرنده‌های ماهواره‌ای دریافت شود. با وجود چنین پیشرفت‌هایی باید گفت این امکانات در دسترس تعداد اندکی از مردم قرار دارند. برای مثال یک شنونده رادیو Virgin که در انگلستان زندگی می‌کند، نمی‌تواند ماهانه ۲۲۰ پوند بپردازد که از طریق تلفن به برنامه James and Jill گوش دهد. هزینه بالای رادیو اینترنتی به طور



شده، ابزار اینترنتی قابل حمل می‌شوند، اما هزینه و بها به نحو گریزناپذیری از عوامل محدودکننده خواهند بود. درخصوص پیشرفت‌های حاصل در زمینه قابلیت حمل رادیو اینترنتی می‌توان به رادیو اینترنتی اتومبیل‌ها و تلفن‌های همراه اشاره کرد. شرکت استریم‌گاز (Stream Gaze) یکی از چند شرکت ارائه‌کننده رادیو اینترنتی به تلفن‌ها بوده و سومیک دوناهو (Donahue) (Comike) ادعا می‌کند که ۲۰ تا ۳۰ هزار مشتری در ماه دارد. البته چنین فناوری‌های به وضوح در سطح پایینی قرار داشته، از نوع مطلوب بسیار فاصله دارند؛ زیرا نمونه‌های جاری هزینه زیادی در برداشته، جریان صوتی با کیفیت پایین تولید می‌کند. پرواضح است که در زمان حاضر، رادیو اینترنتی محدودیت‌های قابل توجهی دارد، اما در مقایسه با رادیوی سنتی، دارای امتیازات قابل توجهی است. فاعداً نقطه قوت رادیو به عنوان یک رسانه، سرعت انتقال اطلاعات آن است. برعکس،

داشت، ایستگاه‌های تجاری و بخش سنتی AM و FM پتانسیل‌های زیادی را در بخش اینترنتی مشاهده کرده‌اند. پیشتر ایستگاه‌ها در سراسر دنیا وب سایت داشته و این امکان را به شنونده‌ها می‌دهند که به برنامه‌های ایستگاه دلخواه خود از طریق اینترنت گوش دهند و همزمان به مسائل مربوط به وب سایت (مانند رقابت‌های انحصاری و حامیان مالی) و اطلاعات مربوط به ایستگاه (مانند وقایعی چون کنسرت‌ها) دسترسی یابند. اندرو دایبر (Andrew Dabber) همکار دائمی یکی از روزنامه‌ها تأکید می‌کند که کارورها (اپراتورها)، مدیران و صاحبان رادیوهای جدید اینترنت را نتیجه توسعه رادیو (مانند پک فرستنده بزرگ با یک (پروشو همراه و حامی ببینند؛ چون این فناوری همراه و حامی رادیو است. اینترنت از محدودیت‌های جغرافیایی که بخش‌های سنتی دارا هستند، برخوردار نیست. در نتیجه مخاطبان پیش‌سختی دارد. اما فاستون پسرایی

خوش شانس نبودند و براساس مجوزهای بخش اینترنتی برای هر ترانه بخش شده پانصد هفت سنت می‌پرداختند. در ژانویه ۲۰۰۳، شبکه رادیویی Clear ایالات متحده آمریکا که حدود ۳۳۰۰۰۰ شنونده روی خط در هفته دارد و عمومی‌ترین شبکه در اینترنت است، تغذیه اینترنتی حدود ۱۵۰ ایستگاه از ۲۰۰ ایستگاه مربوطه را تعطیل کرد. این قضیه برای جیمز اسپات (James Spah) از ایستگاه رادیویی راگ KF00 نگران‌کننده بود. کاهش ارسال جریان‌های اینترنتی برای هر کسی ناگوار است و سبب کاهش تعداد افرادی می‌شود که این شبکه را انتخاب می‌کنند. مک گلینکهاوس (Mik Glickenhous) مدیر شبکه Clear می‌گوید: «از آنجا که شنونده‌های روی خط چندان زیاد نیستند، آگهی‌دهنده‌ها چندان تمایلی به خرید آگهی اینترنتی ندارند. کویت هانسون (Kuit Hanson) مشاور رادیویی، تخمین می‌زند که جریان‌ات اینترنتی در ایستگاه‌های تجاری زمینی در حال حاضر تنها ۱۲ مخاطبان ایستگاه‌ها را در برمی‌گیرد که این امر مؤید سخنان گلینکهاوس می‌باشد.

البته این موقعیت یک وقفه کوتاه‌مدت برای رادیو اینترنتی به نظر می‌رسد. همچنان که جمعیت جهان افزایش می‌یابد، فناوری اینترنت توسعه می‌یابد. ماهیت رادیو اینترنتی طوری خواهد شد که فروش آگهی چندان دشوار نباشد. تحقیقاتی که توسط مرکز تحقیقات رسانه‌ای ادیسون و آریسون انجام شده است، بیانگر درآمد ۵۴ میلیون دلاری این رادیو در یک سال است. ترتیبی نیست که آگهی‌دهنده‌ها نقش بسزایی در رشد و توسعه رادیو اینترنتی شما دارند. البته به نظر می‌رسد که این قضیه جدا از چالش با رادیوی سنتی است. یکی از دلایل این امر آن است که رادیو اینترنتی موقعیت خوبی برای بازاریارها فراهم می‌آورد و روشی ارائه می‌کند که اکنون بازارها از آن بی‌بهره‌اند. براساس گفته‌های بیل روز (Bill Rose) مدیر کل مرکز تحقیقات رسانه‌ای ادیسون و آریسون:

### مهم‌ترین مسئله‌ای که رادیو اینترنتی با آن مواجه است، گزافی آن است. بخش اینترنتی یکی از گران‌ترین راه‌ها برای گوش دادن به رادیو است. علاوه بر هزینه‌هایی مانند خرید رایانه، بلندگوها و کارت صدا، شاهد هزینه اتصال به اینترنت و در برخی ایستگاه‌های اینترنتی هزینه اشتراک ماهانه هستیم.

بزرگ‌ترین ضعف آن، ناتوانی اش در ارائه اطلاعات تصویری و مشروح است. رادیو اینترنتی برای این مشکل راه‌حلی ارائه می‌دهد. به عبارتی رادیو اینترنتی حالت پیوندی دارد که بهترین رادیو را با مجله و تلویزیون همراه می‌کند. بخش دیجیتال صدا (DAB) چنین حق انتخاب مشابهی را ارائه می‌کند و همچنان که به انتقال اطلاعات دیجیتال می‌پردازد، استفاده از طیفی از رادیوها را امکان‌پذیر می‌سازد. اما هزینه ایجاد و نصب سیستم بخش دیجیتالی صدا، نکته‌ای است که باید به آن توجه

بخش‌کننده‌های اینترنتی محدودیت‌هایی قرار داده و باعث شده تا ایستگاه‌های زیادی فرسایش جزئیات اینترنتی را براساس قانون کپی رایست (حق نشر) هزینه دیجیتال (DMCA) تعطیل کنند. براساس این قانون هرگاه از هر منبع یا خواننده‌ای آرایه‌موسیقی بخش شود، خلق آنها باید پرداخت گردد؛ براساس توافق انجام شده در ژوئن ۲۰۰۳، به تمامی بخش‌کننده‌های غیرتجاری اینترنتی فرصتی داده شد، حداقل تا سال ۲۰۰۴ از پرداخت حق امتیاز فوق معاف شوند. اما بخش‌کننده‌های تجاری چندان

اینکه شنونده‌ها در اینترنت به چه چیزی گوش می‌دهند و بهترین کار کدام است، نشان‌دهنده آن است که آنها نمی‌توانند از طریق منابع سنتی به آن دست یابند، اشکال فراموش شده موسیقی‌هایی مانند راک، جاز و کلاسیک، در اینترنت از عمومیت خوبی برخوردارند و در لیست ۱۰ موضوع برتر قرار دارند. شهرت این اشکال نشان‌دهنده نوعی رقابت میان عوامل اینترنت و رادیو تجاری‌اند. البته حال هیچ‌کس بخش اینترنتی را از حالت حاشیه‌ای به منبع درآمد سوسند تغییر نداده است که قوانین جاری سعی دارند از طریق جویز نقدی به این صنعت سر و سامانی بدهند. باوجود توسعه و گسترش رادیوی اینترنتی، رادیوی تجاری در آینده دارای موقعیت قابل‌ستیزی خواهد بود. یکی دیگر از دلایلی که سلامت دراز مدت رادیوی تجاری را تضمین می‌کند،

مؤید این نکته است که هرچند شاهد ظهور عصر چند رسانه‌ای هستیم، اما این رسانه از آینده روشن و اطمینان بخشی برخوردار است. مردم احساس می‌کنند که مالک رادیو هستند، ولی این فکر رایج به سایر رسانه‌ها مصداق نمی‌یابد. سیستم DAB (بخش دیجیتالی صدا) انتقال مطالب، پیام‌ها و دیگر داده‌ها را بدون اختلال، با کیفیت صدای CD امکان‌پذیر می‌کند. این سیستم امکان گشایش طیف گسترده‌ای از فرستنده‌های رادیویی را پدید می‌آورد و تنها به 25 تا 23۰ پاند آنالوگ نیازمند است. متأسفانه بیش از 22 مکان برای بخش دیجیتالی صدا وجود ندارد. مصرف‌کننده‌ها دستگاه‌های دیجیتالی نمی‌خرند؛ زیرا امکانات بخش و انتقال دیجیتالی وجود ندارد و از سوی بخش‌کننده‌ها نیز به‌خاطر نبود مشتریان لازم، در قسمت بخش دیجیتالی

دیجیتالی صدا به‌وجود آمده‌اند. سیستم دیجیتالی بخش صدا به‌نحو گریزناپذیری کام‌بعی در تحول رادیو تجاری به‌منظور غلبه بر هزینه‌ها خواهد بود. به‌منظر می‌رسد رادیو اینترنتی فعلاً قصد حذف رادیو تجاری را ندارد. کلمه کلیدی در اینجا فعلاً است که انتخابی نیست، اما آینده چه تدبیری برای رادیو تجاری اندیشیده است؟ آیا اساس این رادیو کاملاً اینترنتی می‌شود؟ باوجود نام‌نموده‌بودن ظرفیت و توانایی اینترنت و به‌ذیال نمودارشدن سیستم بخش دیجیتالی در افق سایر امتیازات بخش سنتی نسبت به اینترنت، تنها یک فرده شجاع و دایر می‌تواند آگهی درگذشت رادیو سنتی را بنویسد. آندرو دوبر این تفاوت‌های موجود در اشکال رادیو را جزئی تصور می‌کند. جزء، یک چیز کاملاً درونی است و هرگاه با اجزای دیگر ادغام شود بخشی از یک چیز بزرگ‌تر را تشکیل می‌دهد. بسیاری از مردم رادیو اینترنتی و رادیو سنتی را در رقابت مستقیم با یکدیگر می‌بینند که سرانجام یکی از آنها دیگری را از بین برده و حذف می‌کند؛ که البته چنین نیست. هرچند آنها از یکدیگر جدا نیستند اما شاخه‌های سازگار درخت رادیو هستند. ظرفیت و قابلیت رادیو اینترنتی و بخش دیجیتالی صدا در کنار رادیو تجاری موجود، برای آینده رادیو در کنار هم جمع می‌شوند. هر چند رادیو سنتی حداقل برای ۱۰ سال آینده شکل غالب خواهد بود، اما به‌مدد فناوری‌های جدید، آینده رادیو روشن و امیدوارکننده است.

**یکی دیگر از دلایلی که سلامت دراز مدت رادیوی تجاری را تضمین می‌کند، افزایش عمومیت آن در میان کودکان است. در بریتانیا بین سال‌های ۱۹۹۳ و ۱۹۹۸ تعداد کودکانی که به رادیو گوش می‌دادند در حدود دوسوم جمعیت بودند و مدت زمان گوش دادن به رادیو در حدود ۷۱٪ افزایش یافت.**

افزایش عمومیت آن در میان کودکان است. در بریتانیا بین سال‌های ۱۹۹۳ و ۱۹۹۸ تعداد کودکانی که به رادیو گوش می‌دادند در حدود دوسوم جمعیت بودند و مدت زمان گوش دادن به رادیو در حدود ۷۱٪ افزایش یافت. البته باوجود هزینه زیاد، بهترین وضعیت بخش رادیو در رادیوی دیجیتال قرار دارد. پال دانلو (Donovan Patel) که نویسنده بخش رادیو در *ساندی تلیمز* است، می‌گوید:

امکانات موجود در بخش دیجیتال که مربوط به قدرت سنتی رادیوست،

سرمایه‌گذاری نمی‌کنند. در بریتانیا DAB عمومیت یافت. رادیو BBC شنونده‌های زیادی را از دست‌آناه که این امر آرائشی از توسعه دیجیتالی می‌تواند برآورد. تحقیقات مخاطبان رادیو *RAJAR* رادیو *HM* که ۳۰٪ از ۱۶ میلیون نفر شنونده را درآرامت، خلوص از بخش آنالوگ خود در لندن فرار دارد و رادیو *Smash Hits* که به شکل دیجیتالی است حدود ۸۰۰۰۰۰ شنونده دارد. روش دیجیتالی در بریتانیا نشان‌دهنده آن است که ظرفیت‌های لازم جهت توسعه جهانی سیستم بخش

یادآوری:  
۱. دانشجوی رشته رادیو در دانشگاه رادیو نیوزیلند.  
منبع:  
http://www.broadcasting.CoNZ/2003

