



દિ માનવ પાસે મનમાં અસ્તવ્યસ્ત વિચારો હતા પણ એને વ્યક્ત કરવા માટે શબ્દો નહોતા- બોલવાની ભાષા નહોતી. કમશ: પોતાની વાત સામેવાળા સુધી પહોંચાડવા માટે એની પાસે પ્રથમ ચિત્રામણની ભાષા આવી આકૃતિરૂપે. દરમિયાન પોતાની વાત એ જોતભાતના અવાજ અને હાવભાવ દ્વારા વ્યક્ત કરતો થયો. આગળ જતાં આકૃતિમાંથી લિપિ બની. ત્યાર બાદ શબ્દો ગોઠવાતા ગયા અને વ્યવસ્થિત ભાષા બની. એ પછી તો માનવી એકમેક સાથે બોલતાં-લખતાં થયા. સદીઓ પછી આજે માનવી વચ્ચે અનેકવિધ સાધન દ્વારા કમ્યુનિકેશન-માહિતીની આપ-લે કેવી ત્વરિત કક્ષાએ પહોંચ્યું છે એ આપણે સૌ જાણીએ જ છીએ. સંદેશાવ્યવહારનાં અનેક સાધનો છે આપણી પાસે, જેમ કે તાર-ટપાલ-ટેલિફોન-ટેલિપ્રિન્ટર- ફેક્સ-ઈમેલ-સેલફોન-રેડિયો-ટેલિવિઝન-કમ્પ્યુટર- ઈન્ટરનેટ- સેટેલાઈટ, ઈત્યાદિ. એ દરેકની જેટલી ઉપયોગિતા છે એમ મર્યાદા પણ છે. આમાં રેડિયોનું બ્રોડકાસ્ટિંગ અને ટીવીનું ટેલિકાસ્ટિંગની સાથે આજકાલ ‘પોડકાસ્ટિંગ’ જેવો થોડો અજાણ્યો - અપરિચિત લાગતો શબ્દ પણ આપણી રોજિંદી ભાષામાં બહુ ઝડપથી ઉમેરાઈ રહ્યો છે.

તો શું છે આ પોડકાસ્ટ?

આ પોડકાસ્ટ વિશે જાણવા- સમજવા માટે આપણે વેબકાસ્ટિંગ (કે સ્ટ્રીમિંગ) વિશે અલપડલપ જણવું જરૂરી છે. કોઈ પણ ઘટનાની વીડિયો તથા ઓડિયોનું ઈન્ટરનેટના માધ્યમથી જીવંત (દૃશ્ય- શ્રાવ્ય) પ્રસારણ થાય એને આપણે વેબકાસ્ટિંગ કહીએ છીએ. બીજી તરફ, પોડકાસ્ટ એટલે ડિજિટલ ઓડિયો (ધ્વનિ), જેને આપણે માત્ર સાંભળી શકીએ. મોટાભાગે આવાં પોડકાસ્ટ એક પછી એક વારાફરતી સાંભળી શકીએ એ રીતે શ્રેણીબદ્ધ અગાઉથી રેકૉર્ડ કરવામાં આવ્યાં હોય છે. સામાન્ય રીતે પોડકાસ્ટ એક જ વ્યક્તિ રજૂ કરે છે. આમ છતાં ક્યારેક બે વ્યક્તિ- હોસ્ટ અને ગેસ્ટ પણ હોઈ શકે. વિભિન્ન પ્લેટફોર્મ પરથી પોડકાસ્ટિંગ થતી ઓડિયો ફાઈલની પોતાની વિવિધ વિષયોની વિશેષતા પણ હોય છે. પોડકાસ્ટ આપણે લેપટોપ- ડેસ્કટોપ કે મોબાઈલ પર અથવા તો એનાં પ્લેટફોર્મની એપને વેબસાઈટ દ્વારા સાંભળી શકીએ. મોબાઈલ એકદમ હાથવગો હોવાથી આજે પોડકાસ્ટ બહુ ઝડપથી લોકપ્રિય થઈ રહ્યો છે.

કેટલીય વસ્તુની શોધખોળ એવી છે, જે વર્ષો પહેલાં જાહેરમાં આવી હોય પરંતુ એક યા બીજી કારણસર સીમિત ઉપયોગને લીધે એને લોકો વિસરી જાય. આમાંની કેટલીક ફરી અચાનક આપણી સામે આવે અને લોકપ્રિય બની જાય. પોડકાસ્ટ સાથે પણ કંઈક આવું જ થયું. અગાઉ રેડિયો કાર્યક્રમની કે સંગીતની રેકૉર્ડ કરેલી ઓડિયો ફાઈલ સંગીતકારો વાપરતા પછી પોતાના વિચાર વ્યક્ત કરવા એનું રેકૉર્ડિંગ કરી બ્લોગર્સ પ્રસારણ કરતા થયા. જો કે આના મર્યાદિત ઉપયોગને લીધે એ સમયે આ પ્રસારણ સિસ્ટમ ખાસ જાણીતી ન થઈ પરંતુ ‘એપલ’ કંપનીના અદ્યતન મ્યુઝિક પ્લેયર ‘આઈપોડ’ના આગમન સાથે ઓડિયો જગતનો સમગ્ર સિનારિયો પલટાઈ ગયો. એના સમાંતરે ડિજિટલ ધ્વનિ પ્રસારણને ‘પોડકાસ્ટ’ના નામે નવું જીવન મળ્યું. (બાય ધ વે, ‘પોડ’નો એક ડિક્શનેરી અર્થ છે: ‘માલ ભરવાનું સાધન-પાત્ર’!) એ પછી તો આજે ઈ-કોમર્સની દુનિયામાં પોડકાસ્ટને એક નવી દિશા મળી



‘GEN-Z’ને પણ મોહી લેતું આ ‘પોડકાસ્ટ’ પુરાણ છે શું ?

ટેલિવિઝનના આગમન પછી એક જમાનાનો લોકપ્રિય રેડિયો ભૂલાઈ ગયો હતો ત્યાં અચાનક સોશયલ નેટવર્કિંગ મીડિયાની સાથે FM રેડિયોનું પુનરાગમન થયું અને આજે એને પગલે પગલે પોડકાસ્ટિંગનો રોમાંચક દૈર પણ ફરી શરૂ થઈ ગયો છે, જેને આઘેડથી લઈને યુવાનો પણ પસંદ કરી રહ્યાં છે

ગઈ છે.

ધારો કે તમારા ટીવી સ્ક્રીન પર એક દૃશ્ય ચાલી રહ્યું છે, જેને જોવા-સાંભળવા તમારે એકધારા એક જગ્યાએ બેસીને આંખ-કાન સતર્ક રાખવા પડે. જો આવું જ કંઈ માત્ર તમારે સાંભળવાનું હોય તો તમે કિચનમાં કે અન્ય કોઈ જગ્યાએ બીજાં કામ કરતાં કરતાં પણ સાંભળી શકો (રેડિયોની જેમ!) એ ખરું કે વીડિયો ક્લિપ્સનું એક અલગ મહત્ત્વ છે પરંતુ એ જોવી શક્ય ન હોય ત્યારે એની ગેરહાજરીમાં કોઈ લખાણના શબ્દો કરતાં પણ બોલાયેલા શબ્દ - અવાજ વધુ શક્તિશાળી પુરવાર થાય છે અને આ વાતનો બખૂબી ઉપયોગ કરીને પોતાના ઉત્પાદન ગ્રાહકો સુધી સરળતા-સચોટતાથી પહોંચાડી શકાય છે. આ સુવિધાને લીધે ઈ-કોમર્સની દુનિયામાં આજે પોડકાસ્ટનું મહત્ત્વ ઝડપથી વધી રહ્યું છે.

આમ તો મૂળભૂત રીતે પોડકાસ્ટ એટલે સ્વર-ધ્વનિનું પ્રસારણ. ૧૯૮૦ના દાયકામાં શરૂ થયું ત્યારે એ ‘ઓડિયો બ્લોગિંગ’ તરીકે જાણીતું હતું. પાછળથી એક અમેરિકન પત્રકાર બેન હેમર્સલીએ આવા પ્રસારણને ‘પોડકાસ્ટિંગ’ તરીકે ઓળખાવ્યું પછી એ નામથી જાણીતું થયું. હવે તો વીડિયો ક્લિપ્સ પણ એમાં ઉમેરીને વીડિયો પોડકાસ્ટ તૈયાર કરવાનો ટ્રેડ શરૂ થઈ ગયો છે. અલબત્ત, આવાં દ્રશ્ય - શ્રાવ્ય પોડકાસ્ટ બનાવવા થોડાં કડાકૂટવાળાં છે પરંતુ ડિજિટલ

એડિટિંગના લેઉસ્ટ સાધનો અહીં કામે લગાડવામાં આવે છે. જેમ કોવિડ-કાળના સમયમાં OTT પ્લેટફોર્મ જે રીતે લોકપ્રિય થયાં એ જ રીતે, વીડિયો પોડકાસ્ટને ય અચ્છો બ્રેક મળી રહ્યો છે. એ કક્ષાએ કે હવે ‘પોડકાસ્ટ’ શબ્દ કાને પડતાં જ ટીવીની જેમ દૃશ્યોની સાથે અવાજ પણ સંભળાય!

આપણે ત્યાં કેવોક સિનારિયો છે?

આપણે ત્યાં અગાઉ રજૂખૂખ્યું પોડકાસ્ટિંગ થતું પરંતુ કોવિડ-કાળની કટોકટી વખતે લોકોની જે આકરી ઘરબંધી થઈ એમાં જેમ OTTની માર્કેટ ખૂલી ગઈ એવું જ પોડકાસ્ટ માટે થયું. શરૂઆતમાં ઘેરબેઠા કુતૂહલવશ ટાઈમપાસ માટે થયું.

મનોરંજન તરીકે પોડકાસ્ટને આવકાર્યું. એ પછી તો લોકોને એમાં એવો જબરો રસ પડ્યો કે આજે દર મહિને ૨૦૦ મિલિયન (૨૦ કરોડ!) લોકો પોડકાસ્ટને જોતાં-સાંભળતાં થઈ ગયા છે. અગાઉ કોઈ જાણીતી વ્યક્તિનો ઈન્ટરવ્યૂ દૈનિક-સામાયિકમાં પ્રગટ થતો ત્યારે એના એક-બે ફોટા સાથે છપાતાં. એ વખતે ‘બીબીસી’ રેડિયો કે ‘રેડિયો સિલોન’ના અપવાદ સિવાય બહુ ઓછી વ્યક્તિ રેડિયો મુલાકાત માટે રાજી થતી, ટેલિવિઝનના આગમન સાથે ટીવી ઈન્ટરવ્યૂ માટે સેલેબ્સ ઉત્સુક રહેતા.

સમય જતાં આજે વીડિયો પોડકાસ્ટ પણ એટલાં જ

પોડકાસ્ટની પહોંચ કેટલી?

એકદમ તાજા આંકડા પર નજર ફેરવીએ તો..

◆ દર મહિને અમેરિકામાં ૧૫ કરોડથી વધુ લોકો પોડકાસ્ટ જુવે - સાંભળે છે. ત્યાંની ૫૫ %થી વધુ વસતિ અઠવાડિયામાં ઓછામાં એક વાર તો પોડકાસ્ટ સાંભળવાનો લાભ લે છે.

◆ અમેરિકાના ૬૬ મિલિયન- ૬ કરોડ લોકો દર સપ્તાહ બંધી વધુ પ્રકારના પોડકાસ્ટ પર ધ્યાન દે છે અમેરિકાની કુલ વસતિના ૪૯ % લોકો (૨૦થી ૪૪ વર્ષ)માં પોડકાસ્ટ બહુ પોપ્યુલર છે.

◆ આજે એકલા અમેરિકામાં ૮ લાખથી વધુ પોડકાસ્ટ એપ સક્રિય છે, જેના દ્વારા અત્યાર સુધીમાં ૫૦ મિલિયન પોડકાસ્ટ એપિસોડ પ્રસારિત થયા છે

◆ આવા એપિસોડ કયો વર્ગ કયાં સાંભળે છે ?

વેલ, ૪૯% લોકો ઘેર બેસીને સાંભળે છે. ૨૨% શ્રોતા કાર ડ્રાઈવ કરી વખતે સાંભળે છે તો ૧૧% ઓફિસમાં અને ૮% જિમમાં કસરત કરતી વખતે પોડકાસ્ટ માણે છે.

◆ મ્યુઝિક એપ ‘સ્પોટીફાય’ આજે જગતની સૌથી વધુ સંભળાતી પોડકાસ્ટ છે.એના પછી બીજા નંબરે આવે છે ‘એપલ’ની પોડકાસ્ટ એપ અને હવે આ બંનેની જગતી સ્પર્ધા કરી રહી છે ‘યુટ્યુબ’ની પોડકાસ્ટ.

◆ પોડકાસ્ટ લોકપ્રિય નીવડે તો એ અદ્યદ્ય કમાણી પણ રળી આપે. અમેરિકામાં દર વર્ષે પોડકાસ્ટ દ્વારા થતી કમાણી ૩ અબજ ડોલર - આશરે રૂપિયા ૨૯૯૫૨ કરોડ છે !

◆ અમેરિકાની સરખામણીએ આપણે ત્યાં હજુ આ માધ્યમ નવું ગણાય. આમ છતાં તાજા આંકડા અનુસાર આપણે ત્યાં એનો એડ રેવન્યુ રૂપિયા ૩૫૦ કરોડ છે અને ૨૦૨૮ સુધીમાં ૫૦૦ કરોડ રૂપિયાનો આંક વટાવી જશે એવો વર્તારો આ વ્યવસાયના નિષ્ણાતો કહે છે!

લોકપ્રિય બની રહ્યાં છે. આપણે ત્યાં હવે તો નાનાં-મોટાં દૈનિક - સામાયિકોએ પણ પોડકાસ્ટિંગ શરૂ કરી દીધું છે. પોડકાસ્ટના વપરાશમાં આજે આપણે અમેરિકા- ચીન પછી ત્રીજે નંબરે છીએ અને આ આંક આપણે ત્યાં આવતા પાંચ વર્ષમાં કમશ: વધીને ૨૬૦-૨૭૦ મિલિયન (૨૬ -૨૭ કરોડ) સુધી પહોંચી જાય તો આશ્ચર્ય નહીં!

વ્યવસાય-ધંધાની દ્રષ્ટિએ પણ આપણે ત્યાં પોડકાસ્ટિંગનું ભવિષ્ય ઊજળું છે કારણ કે આપણી પ્રજા પહેલેથી જ રેડિયોની ચાહક રહી છે. હા, વચ્ચે ટેલિવિઝનના આગમનથી શહેરોમાં રેડિયો કામચલાઉ રેલો પડ્યો પણ દૂર-દૂરનાં ગામોમાં- અંતરિયાળ વિસ્તારોમાં ટીવીનાં સિગ્નલ્સ-ફૂટપ્રિન્ટ્સ નબળાં પડતાં હતાં એટલે ગ્રામ્યપ્રજાનો રેડિયોપ્રેમ અકબંધ રહ્યો. સમય જતાં બીજી તરફ, FM (ફ્રીક્વેન્સી મોડ્યુલેશન) રેડિયો સ્ટેશનો દ્વારા આગવી રીતે રજૂ થતાં મનોરંજનના પ્રોગ્રામ્સ આજની યુવા પેઢીને વધુ આકર્ષ્યાં અને શહેરોમાં રેડિયોનું પુનરાગમન થયું. એને પગલે યુવા પેઢીમાં પોડકાસ્ટિંગનો પણ દોર શરૂ થઈ ગયો .

દેશ હોય કે પરદેશ, આજે પોડકાસ્ટની નવેક શ્રેણી એવી છે, જેમ કે સામાજિક- સાંસ્કૃતિક- વ્યવસાય-વેપાર- આરોગ્ય- આધ્યાત્મિક - હાસ્ય - ગુનાખોરી તેમ જ રાજકરણ જેવા વિષયોને નજરમાં રાખીને પોડકાસ્ટ તૈયાર કરવામાં આવે છે. જો કે આજના તરુણ-યુવાનો ક્રિયર તેમ જ આરોગ્ય વિશે વધુ સજાગ છે. મનના ઉચાટને આધ્યાત્મિક રીતે કેમ શાંત પાડવો, ઈત્યાદિનું માર્ગદર્શન આપે એવાં પોડકાસ્ટ આ પેઢીને વધુ પસંદ છે. સહેજે છે કે આવાં યુવાનોને પોતાની પ્રોડક્ટ્સ - બ્રાન્ડ્સ પહોંચાડવા ઉત્સુક મોટી કંપનીઓ લોકપ્રિય પોડકાસ્ટને જાહેરખબરો દ્વારા ટેકો આપવા લાગી છે. આર્થિક નિષ્ણાતોના કહેવા અનુસાર આગામી એકાદ-બે વર્ષમાં આપણી મ્યુઝિક ઓડિયો-પોડકાસ્ટની માર્કેટ ૩૫૦ કરોડ રૂપિયાના આંકને આંબી જાય તો નવાઈ ન પામવી !



મહેન્દ્રસિંહ ધોની



આલિયા ભટ્ટ



પરેશ રાવલ