



Revisiting Cultural Capital Within the Framework of Podcasts: Toward a Critical Understanding of Media Hegemony

Parinaz Shahid Zadeh¹

1. Ph.D. in Culture and Communication, Department of Culture and Media Studies, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran. Email: parinazshahidzadeh1400@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Objective: This research utilizes the theoretical frameworks of Pierre Bourdieu and Antonio Gramsci to critically analyze the role of podcasts as a cultural medium within social spaces. The primary objective is to examine the capacity of podcasts to reinforce cultural capital and facilitate cultural reproduction through the articulation of lived experiences and the transmission of historical and cultural narratives. Emphasizing the distinctive attributes of podcasts in comparison to other digital media, this study seeks to identify the forms of cultural capital embedded in this medium - manifest in language, narratives, symbols, and stylistic variations—through content analysis of selected podcasts and their associated discourses. Given that podcasts possess a relatively independent and more informal structure than traditional media, this study addresses the following research question: How is cultural capital distributed and reproduced within this emerging medium, and what role does this process play in the formation of media hegemony?
Article history: Received: 10 August 2025 Received in revised form: 28 August 2025 Accepted: 22 October 2025 Published online: 31 July 2026	Method: This qualitative and interpretive study conducts a content analysis of a selected corpus comprising ten Persian-language podcasts with the highest number of followers on the Castbox platform. The theoretical lens integrates key concepts such as cultural capital, social field, and hegemony, enabling a critical re-examination of the auditory and private dimensions that characterize the podcasting medium. The interpretive analysis foregrounds the cultural and social potentials embedded in podcast discourse. Data were collected through library-based research, drawing upon scientific articles, theoretical texts, and authoritative sources pertaining to cultural capital and hegemony.
Keywords: Cultural Building, Cultural Capital, Hegemony, Podcast.	Results: The findings indicate that podcasts, owing to their auditory format and relatively private context, provide a unique platform for the representation and reproduction of cultural and historical narratives through the mediation of audience lived experiences. These characteristics position podcasts as effective instruments in shaping and consolidating the interactions of cultural capital between producers and consumers. Unlike many digital media platforms, podcasts foster a more intimate communicative environment that helps overcome social and psychological barriers to the interpretation and internalization of meaning. Conclusions: Through the examination of ten podcasts - including 'Aknoon', 'Jafekri', 'Radio Rah', and 'Radio Marz' - the findings reveal that Persian-language podcasts, as a cultural field (in Bourdieu's terms), create a space for competition, legitimization, and the reconstruction of cultural capital. They have functioned as a means of representing alternative discourses - distinct from common and dominant narratives - and have facilitated the internalization of ideas and values through the expression of narratives in informal language, thereby contributing to the reproduction of media hegemony. The results of this research demonstrate that podcasts emerge as an influential and emergent medium within contemporary cultural landscapes, possessing significant potential to strengthen cultural capital and support processes of cultural reproduction. Their auditory and private characteristics offer an optimal environment for the transmission of historical narratives, thus playing a pivotal role in cultural formation. Future research should explore the complex interactions between podcasts and other digital media to elucidate broader cultural and power dynamics.

Cite this article: Shahid Zadeh. P., (2026). Revisiting Cultural Capital Within the Framework of Podcasts: Toward a Critical Understanding of Media Hegemony, *News Science*, 15 (2), 5-9. DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2025.540506.1415>



Publisher: Press Institute for Contemporary International Journalism (PICIJ)
© The Author(s) retain the copyright.
DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2025.540506.1415>



The Journal of News Science
Vol. 15, No. 2, Ser.58, summer 2026, P. 5- 9
Journal homepage: <https://www.mjourcom.ir/>
DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2025.540506.1415>

Open Access

ORIGINAL ARTICLE

Revisiting Cultural Capital Within the Framework of Podcasts: Toward a Critical Understanding of Media Hegemony

Parinaz Shahid Zadeh¹ 

1. Ph.D. in Culture and Communication, Department of Culture and Media Studies, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran. Email: parinazshahidzadeh1400@gmail.com

Received: August 10, 2025

Accepted: October 22, 2025

EXTENDED ABSTRACT

Introduction:

The accelerated growth of podcasting as a digital medium has significantly transformed contemporary modes of cultural production, dissemination, and consumption. Despite its growing prominence, scholarly understanding of how podcasting contributes to the formation and reproduction of cultural capital and ideological hegemony remains underdeveloped. This study seeks to address this void by conceptualizing podcasting as a critical site for the generation of cultural capital, as theorized by Pierre Bourdieu, and the subtle reproduction of cultural hegemony, in the sense articulated by Antonio Gramsci. This critical investigation arises from the necessity to clarify the subtle mechanisms by which podcasting mediates cultural stratification and ideological maintenance within digital societies. The primary objective of this research is to propose a comprehensive conceptual model delineating the communicative practices and content strategies through which podcasts facilitate the cultivation of cultural capital and reinforce hegemonic cultural narratives. Central to this investigation is the analysis of specific podcasting tools, including educational discourses, narrative storytelling rooted in historical and cultural memory, the strategic incorporation of music, the deployment of an intimate and conversational tone, and the affordance of temporal and spatial fluidity. These elements collectively contribute to the

shaping of listeners' cultural dispositions and identity formations. Considering that podcasts possess a relatively independent and more informal structure than other traditional media, this study aims to answer the question of how cultural capital is distributed and reproduced in this emerging medium and what role this process plays in the formation of media hegemony.

Method:

This study employs a qualitative conceptual analysis informed by critical cultural theory. It synthesizes extant literature at the intersection of digital media studies and podcast scholarship, grounded in the theoretical frameworks of Bourdieu and Gramsci. This integrative approach enables a rigorous examination of the dialectical relationship between podcast content, audience reception, and prevailing socio-cultural power relations. Furthermore, to facilitate a more objective analysis, a table was prepared detailing the content of the top ten Persian-language podcasts (ranked by number of followers) obtained from the Castbox platform on August 9, 2025. This table includes information on topic, number of uploaded episodes, number of plays, and narrator name. These podcasts were selected purposefully, based on their relevance to the theme of "superiority in terms of followers as a symbol of power." The data were subsequently subjected to conceptual coding. First, key concepts related to cultural capital and media hegemony in podcasts were extracted and categorized. Accordingly, podcast content elements - including informal education, fictional and historical narratives, appropriate music, informal tone, and the absence of spatial and temporal limitations for the listener - were identified as primary tools. Subsequently, the functional mechanisms pertaining to hegemony and cultural capital - namely, the internalization and reconstruction of values and knowledge, the creation of a shared cultural space, the stabilization of dominant discourses (hegemony), and culture-building toward participation - were analyzed as factors emerging from the field created by podcasts, ultimately resulting in the reproduction of cultural capital and media hegemony.

Findings:

The discussion elucidates several key mechanisms through which podcasts engender cultural capital and sustain cultural hegemony. Educational components embedded within podcast content serve as informal pedagogical instruments, enhancing listeners' cultural knowledge and symbolic competence. Narrative storytelling, particularly when anchored in collective historical and cultural narratives, functions as a pathway for the transmission of dominant cultural meanings and collective memory, fostering communal identity and social cohesion. The curated use of music within podcasts intensifies affective engagement and reinforces cultural symbolism, while the adoption of a conversational and intimate vocal style diminishes the structural divide between producer and audience, cultivating trust and participatory engagement. Moreover, the temporal and spatial flexibility inherent to podcasts facilitates uninterrupted access to cultural content, enabling sustained and diversified cultural participation. These communicative strategies collectively operate to internalize dominant cultural values and reproduce social distinctions aligned with cultural capital. From Bourdieu's theoretical framework, podcasts legitimize particular forms of knowledge as instruments for the accumulation and display of cultural capital within digital public spheres. Concurrently, through Gramsci's analytical lens, podcasts act as subtle vehicles of cultural hegemony, reproducing dominant ideologies via affective, linguistic, and narrative modalities. The informal and dialogic nature of podcasts conceals the coercive aspects of ideological transmission, enabling hegemonic narratives to permeate listener consciousness with minimal contestation.

Conclusion:

This study has demonstrated that podcasting constitutes a critical cultural apparatus wherein processes of cultural capital formation and hegemonic reproduction are dynamically enacted. By examining ten podcasts - including 'Aknoon', 'Jafekri', 'Radio Rah', and 'Radio Marz' - the findings indicate that Persian-language podcasts, as a cultural field (in Bourdieu's terms), create a space for competition, legitimization, and reconstruction of cultural capital. They have served as a means of representing alternative discourses (distinct from common and dominant discourses), have paved the way for the internalization of ideas and values through the expression of narratives in informal language, and have thus reproduced media hegemony. By leveraging educational content, narrative forms, musical elements, and dialogic interaction, podcasts not only facilitate individual cultural empowerment but also contribute to the reproduction of dominant social orders. This dual role underscores the necessity of critical engagement with podcast media to apprehend its broader societal and cultural consequences and to foster media literacies capable of contesting hegemonic influence.

proposed conceptual framework lays the groundwork for future empirical research aimed at exploring the collaborative construction of cultural capital and hegemony through podcast production and reception. This integrative inquiry holds considerable promise for advancing theoretical and practical understanding within media studies, cultural sociology, and digital communication scholarship.

Data Availability Statement.

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

The authors would like to thank anonymous reviewers.

Ethical considerations

Not applicable.

Funding

Not applicable.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

References:

- Afrash, I., & Khajir, J. (2021). Proposing an optimal model for Iranian podcast businesses. *News Science*, 10(38), 113–144. (in Persian)
- Akbariazad, M., Givian, A., & Minavand, M. (2009). Examining the opportunities and threats of podcasting for radio in Iran from the perspectives of communication experts and practitioners. *Quarterly Journal of Communication Research*, 16(3/59), 97–114. (in Persian)
- Akrami, Kh. (2024). The digital media and intellectual property. *News Science*, 13(3), 1–20. <https://doi.org/10.22034/Irsi.2024.339753.1085> (in Persian)
- Ancillai, Ch., Bartoloni, S., Filipovic, J., & Temperini, V. (2024). The role of online communities in shaping the Society 5.0 paradigm: A social capital perspective. *European Journal of Innovation*, 5(28), 1890–1915. <https://doi.org/10.1108/EJIM-02-2024-0168>
- Asadi, A. (2017). The role of international media in the creation and evolution of an international discourse. *Journal of Politics and International Relations*, 1(2), 35–61. (in Persian)
- Aura, H. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/ThisPoint>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Bandari, A. (2025a). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/BPlus>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Bandari, A. (2025b). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/ChannelB>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Bourdieu, P. (2019). A lesson about lesson (N. Fakuhi, Trans.). Ney Publication. (in Persian)

- Bourdieu, P. (2023). *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (H. Chacoshian, Trans.). Saless Publication. (in Persian)
- Buzzsprout. (2025). Types of podcasts. Retrieved August 2, 2025, from <https://Buzzsprout.com/blog/types-of-podcasts>
- CastBox. (n.d.). Podcast platform. Retrieved August 2025, from <http://castbox.fm>
- Couser, L., & Rozenberg, B. (2018). *Sociological theory* (6th ed.). Ney Publication. (in Persian)
- Dadgaran, S. M. (2024). *Fundamentals of mass communication* (26th ed.). Morvarid Publication. (in Persian)
- Digito. (2025). Report on the status of the podcast industry in Iran*. Retrieved from <https://Digito.com/Iran-technology-news/report-on-the-status-of-the-podcast-industry-in-Iran>
- Dreyfus, H., & Rabinow, P. (2025). *Michel Foucault: Beyond structuralism and hermeneutics* (H. Bashiriye, Trans.; 16th ed.). Ney Publication. (in Persian)
- Ebadati, N., & Ebadati, L. (2020). New social networks and generational interactions. *News Science*, 9(4), 91–120. (in Persian)
- Elmi Nik, N. (2017). The cyberspace: Risks, threats, and opportunities. *Proceedings of the Third National Virtual Conference on Pak*. (in Persian)
- Eshghipour, H. (2021). The role of social capital through virtual social media on relative deprivation (Case study of Najafabad City). *News Science*, 10(3), 73–102. (in Persian)
- Frier, S. (2020). *No filter: The inside story of Instagram*. Simon & Schuster.
- Granfel, M. (2019). *Pierre Bourdieu: Key concepts and theories* (M. M. Labibi, Trans.; 3rd ed.). Afkar Publication. (in Persian)
- Idea Agency. (2023). 96% of Persian podcasts lack revenue models. Retrieved October 2, 2023, from <http://Ideaagency.net/96-of-persian-podcasts-lack-revenue-models>
- Jafekripodcast. (2025). [Audio podcast by Amir Ali, Gh.]. CastBox. <http://castbox.fm/Jafekri>. Retrieved August 9, 2025. (In Persian)
- Jahan Jafari, S. (2008). Podcast: A step forward. *Radio Monthly*, 8(45), 108–114. (In Persian)
- Kormelink, T. G., et al. (2025). Anytime, anyplace? The context-dependency of podcast use. *Journalism Studies*, 26(8), 961–979. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2025.2487857>
- Mohammadi, A. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/ButterflyEffect>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Naraghi, H. (2003). *Casual society* (6th ed.). Akhtaran Publication. (in Persian)
- Nouri, A. M. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/RadioOffside>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Omrani, B., & SafarianPour, S. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/Rbazandeha>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Pishgahifard, Z., et al. (2015). Representation of identity narratives in virtual space with emphasis on Michel Foucault's view. *Intercultural Studies*, 11(28), 9–37. (in Persian)
- Podnews. (2022). Persian podcasts. Retrieved November 3, 2022, from <http://Podnews.net/press-release/persian-podcasts>
- Pourbaqi, M. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/TheLastWitness>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Radio Marz Podcast. (2025). [Audio podcast by Marzie]. CastBox. <http://castbox.fm/RadioMarz>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Ranjbar, F. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/Ravaq>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Salehi Amiri, S. R. (2023). *Cultural conception and theories*. Ghoghnoos Publication. (in Persian)
- Sehat, S. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/Aknoontalks>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Shakoori, M. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/RadioRah>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Simon, R. (2022). *Gramsci's political thought* (M. I. Nozari, Trans.). Negah Publication. (in Persian)
- SoodBakhsh, A. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/Rokh>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Sullivan, J. L. (2019). The platforms of podcasting: Past and present. *Social media + Society*, 1–12. <https://doi.org/10.1177/205630511988002>
- Toffler, A. (2022). *Future shock* (H. Kamrani, Trans.; 14th ed.). Ney Publication. (in Persian)
- Zabetian, M. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/Box>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)

Zarei Zavaraki, I., & Ghasemi Sameni, M. (2016). Investigating the effect of using educational podcasts on listening comprehension of language learners. *Quarterly Journal of Information and Communication Technology in Educational Sciences*, 6(2), 5–18. (in Persian)



بازخوانی سرمایه فرهنگی و هژمونی رسانه ای در پادکست ها

پری ناز شهیدزاده^۱ ✉

۱. دکتری فرهنگ و ارتباطات، گروه فرهنگ و مطالعات رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: parinazshahidzadeh1400@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: این مطالعه با بهره گیری از نظریه های پیربوردیو و آنتونیو گرامشی به تحلیل نقش پادکست به عنوان رسانه ای فرهنگی در فضاهای اجتماعی می پردازد. هدف اصلی، واکاوی انتقادی چگونگی بازتولید هژمونی و سرمایه فرهنگی از طریق بررسی پادکست های پرمخاطب فارسی زبان (موجود در پلتفرم کست باکس) و مطالعه ویژگی های متمایز این رسانه در فرآیند فرهنگ سازی است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۵/۱۹	روش پژوهش: در این تحقیق، روش کتابخانه ای و شیوه تحلیلی - توصیفی انجام شده است. داده ها از انتخاب هدفمند پادکست های فارسی زبان پرمخاطب دریافتی از پلتفرم کست باکس، انتخاب شده و تحلیل آن ها در چارچوب نظری سرمایه فرهنگی، میدان اجتماعی و مفهوم هژمونی انجام گرفته است. رویکرد مطالعه، بازخوانی انتقادی و تفسیری است که برویژگی های فضای شنیداری و غیررسمی پادکست تأکید دارد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۶/۶	یافته ها: یافته های تحقیق نشان داده، این رسانه به دلیل فضای غیررسمی و انعطاف زمانی و مکانی موجود در آن؛ طرح ناگفته ها و بحث های عمیق تر را امکان پذیر ساخته و زمینه ای مناسب برای برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبان در سطوح مختلف اجتماعی را فراهم آورده است. همچنین نقش مهمی در تقویت سرمایه فرهنگی و بازتولید یا نقد هژمونی فرهنگی ایفا می کند. این رسانه به عنوان فضایی شنیداری و خصوصی، امکان فرهنگ سازی در فضاهای غیررسمی را فراهم کرده و باعث بازتعریف گفتمان های فرهنگی می شود.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۷/۳۰	نتیجه گیری: نتایج این پژوهش نشان داد پادکست ها به عنوان رسانه ای نوظهور و تا حدی امن، ظرفیت ویژه ای در ایجاد فضای گفتگو و مشارکت فرهنگی در سطوح مختلف اجتماعی دارند. این رسانه با فراهم کردن فضایی انعطاف پذیر و مطمئن، می تواند نقش کلیدی در بازتولید یا چالش گری هژمونی فرهنگی و ارتقای سرمایه فرهنگی ایفا کند.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۵/۹	
کلیدواژه ها: سرمایه فرهنگی، پادکست، فرهنگ سازی، هژمونی .	



استناد: شهیدزاده، پری ناز. (۱۴۰۵). بازخوانی سرمایه فرهنگی و هژمونی رسانه ای در پادکست ها. فصلنامه **علوم خبری**، ۱۵ (۲)، ۴۱-۲۱.

DOI: <http://doi.org/10.22034/Irsi.2026.523001.1365>



© نویسندگان

ناشر: موسسه مطبوعاتی روزنامه نگاری بین المللی معاصر.

سرمایه فرهنگی، به مثابه مجموعه ای از دانش و اطلاعات فردی در زمینه های فرهنگی، هنری، آموزشی بوده که نه تنها مبنایی برای کسب موقعیت اجتماعی است بلکه در فرآیندهای هژمونی رسانه ای نیز نقش کلیدی دارد. از سوی دیگر، هژمونی رسانه ای به عنوان یک سازوکار پیچیده قدرت، موجب می شود که ارزش ها و گفتمان های غالب به شکلی طبیعی و پذیرفته شده در فضای عمومی تثبیت شوند و به طور غیرمستقیم برکنش های اجتماعی تأثیر بگذارند. در سال های اخیر، پادکست به عنوان رسانه ای چندوجهی، فراگیر و رو به گسترش در عرصه های فرهنگی و اجتماعی مطرح شده است. یکی از عملکردهای رسانه ها از زمان نقالان تا عصرکتابهای دست نویس، پیش از اختراع چاپ تا عصر تلویزیون، فرآیند القا، تقویت ارزشها، باورها، سنتها و معیارهای رفتاری بوده است (دادگران، ۱۴۰۳: ۵۵). پادکست، ضمن حفظ این عملکرد، به واسطه ماهیت شنیداری، قابلیت دسترسی گسترده و امکان برقراری ارتباط مستقیم و غیر رسمی با مخاطب، به بستری مؤثر برای انتقال روایت های فرهنگی و تاریخی و همچنین آموزش با رویکرد گفتگو محور، تبدیل شده است. ابزار اصلی ارتباط در این رسانه «زبان و موسیقی» است. بورديو زبان را ابزار قدرت و کش می داند همانگونه که این مفهوم در ارتباطات نیز به کار برده می شود و می توان گفت زبان خود شکلی از سلطه است (گرنفل، ۱۳۹۸: ۲۷۳). در این رسانه محدودیت های مرتبط با سطح تحصیلات و تخصص مخاطبان مشاهده نمی شود، بنابراین امکان تعامل گسترده تری برای کاربران فراهم آمده است. پادکست ها با قابلیت سفارشی سازی محتوا براساس علاقه مندی و نیازهای فردی کاربران، در تقویت ارتباطات میان مخاطبان و بهبود کیفیت تبادل اطلاعات؛ تأثیر قابل توجهی داشته اند. با توجه به اینکه پادکست ها دارای ساختاری به نسبت مستقل و غیر رسمی تر از سایر رسانه ها هستند، این پرسش مطرح است که چگونه سرمایه فرهنگی در این رسانه نوظهور توزیع و بازتولید می شود و این فرآیند چه نقشی در شکل گیری هژمونی رسانه ای ایفا می کند؟

با توجه به ویژگی هایی مانند خودافشاگری راویان در این رسانه، انتقال تجربه های زیسته و بازنمایی روایت های تاریخی با روش داستان پردازی، صمیمی و محاوره ای؛ تحلیل این رسانه می تواند درک عمیق تری از فرآیند فرهنگ سازی در جامعه معاصر ارائه دهد. در برخی پادکست ها، «بیان جزئیات سرگذشت اشخاص با صدای خودشان، صحبت از شیوه هایی است که خشونت نمادین از آن طریق، خود را در زندگی روزمره متجلی می سازد، از این رو آنها داستان های تک تک افرادی هستند که با صدای یک جمع بیان می شوند» (گرنفل، ۱۳۹۸: ۲۸۶). مسائلی مانند تنهایی، مهاجرت، مسائل پا به سن گذاشته ها، تبعیض جنسی، تجربه روزهای جنگ، بی خانمانی، طردشدگی، حاشیه نشینی، بیکاری، خشونت خانگی و فروپاشی خانواده، مصرف مواد مخدر و اعتیاد به الکل، احساس محرومیت و بیهودگی، از دست دادن خانه و زندگی و تابوهای بسیار که امکان مطرح کردن آن در رسانه های عمومی وجود ندارد، از زبان کسانی که در این زمینه ها تجربه داشته اند؛ یا به بیان کارشناسان از زوایای مختلف، بدون سانسور و حذف در این پایگاه ارائه شده است. ارزش مطالعه چنین روندی آشنایی با سرمنشأ فرهنگی و اجتماعی پیدایش این رنج ها می باشد. درمیان پادکست ها کتابهای صوتی ارزشمند، شرح زندگی بسیاری از فرهیختگان ادب و هنر که کمتر شناخته شده اند، داستان های جنایی بازگو نشده در رسانه های رایج، در دسترس قرار گرفته اند. این امکانات بدون محدودیت زمانی و با انتخاب شنونده قابل دریافت بوده و برای مخاطب این امکان وجود دارد که سرعت دریافت اطلاعات را براساس شرایط خود تنظیم نموده و بارها گوش دهد.

ضرورت این پژوهش همان طور که ملاحظه شد، ناشی از اهمیت فزاینده پادکست ها در ایجاد فضای گفتگو و تبادل فرهنگی در جامعه معاصر است؛ رسانه ای که به واسطه ویژگی های شنیداری خود، امکان بازنمایی تجربه های زیسته و روایت های تاریخی را در قالبی متفاوت، داستان گونه و مؤثر فراهم می آورد. با این حال، بررسی علمی و تحلیلی ظرفیت های پادکست در فرآیند فرهنگ سازی و شکل دهی سرمایه اجتماعی در ایران به اندازه کافی مورد توجه قرار نگرفته است. با توجه به شکاف موجود در پژوهش های رسانه ای، دغدغه اصلی پژوهشگر، فهم چگونگی تعامل سرمایه فرهنگی و هژمونی رسانه ای در پادکست ها به شکلی است که با تحلیل دقیق گفتمان ها و ساختارهای قدرت در این رسانه، درک عمیق تری از فرآیندهای فرهنگی - رسانه ای معاصر به دست آورد. علاوه بر این، درک چگونگی تعامل پادکست با ساختارهای قدرت فرهنگی و اجتماعی می تواند راهگشای پژوهش های آتی و سیاست گذاری های فرهنگی باشد.

هدف اصلی این پژوهش، واکاوی انتقادی ظرفیت های پادکست در تقویت سرمایه اجتماعی و فرآیند بازتولید فرهنگ است، به گونه ای که به درک بهتر نقش رسانه های نوین در تحول فرهنگی کمک کند. این پژوهش با استفاده از چارچوب نظری پیر بوردیو و آنتونیو گرامشی، تلاش می کند تا ضمن تحلیل ویژگی های فرهنگی و اجتماعی پادکست، جایگاه آن را در فرآیند فرهنگ سازی و شکل دهی سرمایه فرهنگی روشن سازد. به وسیله تحلیل محتوای پادکست ها و گفتارهای مرتبط، می توان سرمایه فرهنگی را در قالب زبان، روایت ها، نمادها و سبک های مختلف شناسایی کرد. تحلیل گفتمان در این پژوهش نشان می دهد که چگونه هژمونی رسانه ای از طریق زبان و روایت ها شکل می گیرد، بازتولید می شود و به عنوان یک سازوکار قدرت عمل می کند.

پیشینه پژوهش

مطالعاتی مشابه با موضوع این تحقیق وجود داشته است. افراش و خجیر (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان «ارائه مدل مطلوب برای کسب و کار پادکست های ایرانی»، با رویکردی کیفی و مبتنی بر مصاحبه با فعالان حوزه پادکست در ایران؛ به تبیین چارچوبی کاربردی برای توسعه مدل های کسب و کار در پادکست پرداخته اند. در این پژوهش با شناسایی فعالیت ها، شرکا و منابع کلیدی و همچنین چالش های اقتصادی، مسیرهای درآمدزایی و کانال های توزیع؛ تصویری جامع از مدل کسب و کار در ایران ارائه شده است. تحلیل این پژوهش محدود به بررسی چشم انداز کسب و کار و چگونگی پایداری اقتصادی پادکست ها در قالب «صنعت» بوده است. با توجه به وجود پادکست های بدون درآمد در پایگاه های مربوطه، به نظر می رسد چشم انداز نوینی در فضای این رسانه فراهم شده که از حوزه های صرفاً اقتصادی فراتر رفته و توجه به کارکردهای ساختاری و نمادین آن قابل توجه است. در پژوهش زارعی و قاسمی (۱۳۹۴)، با عنوان «تأثیر پادکست بر یادگیری مشارکتی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی» با رویکردی تجربی و نیمه آزمایشی به بررسی اثرات پادکست به عنوان ابزاری نوین در فرآیند یادگیری مشارکتی پرداخته شده است. این پژوهش نشان داده که استفاده از پادکست می تواند موجب ارتقای کیفیت یادگیری مشارکتی در میان دانشجویان شود و نتایج تحقیق نشانگر تأثیر مثبت و معنادار پادکست در تقویت تعاملات گروهی و افزایش انگیزه یادگیری است. در روند رو به رشد عصر حاضر، پادکست علاوه بر کارکرد آموزشی و انتقال دانش، به عنوان کنشگری فعال در عرصه فرهنگ و قدرت نمایان شده که در پژوهش حاضر به آن پرداخته خواهد شد. نتایج پژوهش اکبری آزاد و همکاران (۱۳۸۸) با عنوان «بررسی فرصت ها و تهدیدهای پادکستینگ برای رادیو در ایران از دیدگاه کارشناسان و کارگزاران ارتباطات»، که با بهره برداری از همگرایی رسانه ای انجام شده؛ نشان می دهد پادکست می تواند ظرفیت های جدیدی را در سه سطح سازمانی، فردی و محیطی فراهم کند که مهم ترین آنها ایجاد فضای رقابتی برای رادیو، گسترش و توسعه رادیوهای تخصصی، شکستن انحصار و ایجاد فضای بحث و گفتگو و نقد و انتقاد در برنامه های رادیویی، استفاده از امکانات رسانه های دیجیتال، استعدادیابی، شناخت بهتر مخاطب و معرفی رادیو به نسل سوم ناآشنا با رادیو است. یافته های این تحقیق نشان داده این فناوری به دلیل موانع فنی و حقوقی موجود در کشور، دست کم تا زمانی که فاقد زیرساخت های لازم است، تهدیدی برای رادیو محسوب نشده است.

«هرزمان، هر مکان؟ وابستگی زمینه محور استفاده از پادکست خبری» عنوان پژوهش کورملینک و همکاران (۲۰۲۵) است که در آن با تمرکز بر تجربه شنوندگان، به بررسی چگونگی استفاده از پادکست های خبری در موقعیت های مختلف پرداخته شده است. این پژوهش با تأکید بر بعد فردی و زمینه ای پادکست، نقش این رسانه را در زندگی روزمره و در سازگاری با نیازهای شنوندگان تحلیل کرده است. در مطالعه مذکور تجربه کاربر و شرایط استفاده او از این رسانه مورد بررسی قرار گرفته و نتایج آن نشان داده که پادکست به عنوان ابزاری برای مدیریت زمان و انرژی ذهنی عمل می کند و نقش مهمی در لذت بخشی زندگی روزمره دارد.

در پژوهش آنسیلای و همکاران (۲۰۲۴)، با عنوان «نقش جوامع آنلاین در شکل دهی به الگوی جامعه ۵.۰، چشم اندازی از سرمایه اجتماعی» با نگاهی کل نگر به جوامع دیجیتال، نقش این فضاها در تقویت سرمایه اجتماعی و تسهیل گسترش جامعه هوشمند بررسی شده است. روش تحقیق از نوع کیفی - اکتشافی از طریق مصاحبه با اعضای کلیدی و فعال جامعه آنلاین و تحلیل تماتیک انجام شده است. این مطالعه با استفاده از چارچوب نظری سرمایه اجتماعی، نشان داده است که جوامع آنلاین چگونه می توانند

از طریق ایجاد شبکه های اعتماد و ارتباط انسانی؛ به تسهیل شکل گیری جامعه ۵۰۰ (جامعه ای که در آن فناوری های پیشرفته به صورت عمیق و هم افزا در زندگی روزمره و صنعت ادغام شده است) کمک کنند. این پژوهش به تحلیل کارکردهای کلان جوامع دیجیتال با تمرکز بر ساختارهای عمومی و جمعی در بسترهای اجتماعی آنلاین پرداخته است.

سالیوان (۲۰۱۹) پژوهشی با عنوان «پلتفرم های پادکست: گذشته و حال» داشته است. در این مطالعه تمرکز بر تحول پادکست ها از گذشته تا امروز، همچنین ساختارهای فنی و اقتصادی که بر این رسانه تأثیر گذاشته اند مورد بررسی قرار گرفته است. این پژوهش کیفی و به روش تحلیل مفهومی و محتوایی است. نتایج این تحقیق نشان می دهد پادکست ها در ابتدا ساختاری غیرمتمرکز داشته اند و به تدریج کنترل بیشتری به دست آورده اند. سه عملکرد اصلی پلتفرم ها: ذخیره سازی، کشف و مصرف سبب موفقیت برخی تولیدکنندگان پادکست شده است. این امر پادکست را به رسانه ای متمرکز، کنترل شده و تجاری تبدیل خواهد کرد و این تغییرات می توانند نوآوری، تنوع و استقلال را در این فضا تهدید کنند.

به نظر می رسد در پژوهش های اشاره شده، پادکست به عنوان یک میدان فرهنگی و رسانه ای برای تولید سرمایه فرهنگی که در آن بازنمایی ها، روایت ها و تعاملات فرهنگی جریان دارد مورد بررسی قرار نگرفته است. همچنین نحوه شکل گیری هژمونی فرهنگی از طریق کنترل گفتمان و معناسازی در این بستر واکاوی نشده است. در این پژوهش تلاش شده شکاف مفهومی در ادبیات موجود واکاوی شده و امکان فهم عمیق تری از رابطه میان فناوری، فرهنگ و قدرت در عصر رسانه های نوین در این رسانه فراهم شود.

چارچوب مفهومی

در ادامه چند مفهوم اساسی که بنیان مطالعه در این پژوهش قرار گرفته، جهت انسجام و اعتبار تحقیق ارائه شده است.

پادکست^۱: به نوع جدیدی از رادیوهای اینترنتی گفته می شود که شنوندگان می توانند برنامه هایشان را به طور اتوماتیک توسط نرم افزارهایی که ما آنها را پادکس می نامیم گوش کنند. پادکست ها معمولاً آماتوری و غیررسمی اند. فرهنگ آکسفورد تعریف لغوی این واژه را نیز بدین شکل آورده: «برنامه ای رادیویی یا مشابه که دیجیتالی ضبط شده و جهت دانلود کردن برای دستگاههای شخصی پخش صدا در اینترنت گذاشته می شود» (جهان جعفری، ۱۳۸۷: ۱۱۱). تا سال ۲۰۲۵ حدود ۴۰۶۱ میلیون پادکست در جهان ثبت شده است و نزدیک به ۵۸۴ میلیون مخاطب فعال جهانی دارد. از این میان، حدود ۴۵۰ تا ۵۰۰ هزار برنامه فعال هستند و به طور مستمر محتوا منتشر می کنند (پادنیوز: ۲۰۲۲). در فضای فارسی زبان، برآوردهای رسمی نشان می دهد بیش از ۹ هزار پادکست فارسی تولید شده است و حدود ۸ میلیون شنونده منظم فارسی زبان با رشد سالانه بیش از ۱۵ درصد وجود دارند. طبق گزارش رستاک، حدود ۹۶۷ هزار پادکست فارسی فعال بوده و بخش عمده ای رایگان تولید شده اند. این در حالی است که طبق گزارش ها حدود ۹۶ درصد از آن ها، بدون مدل درآمدی می باشند (آژانس ایده: ۲۰۲۳). پادکست ها از طریق پلتفرم هایی مانند کست باکس^۲، گوگل پادکست^۳، اسپاتیفای^۴ در دسترس می باشند و ساختارهای متفاوتی دارند.

پادکست ها معمولاً شامل بخش های: ۱. معرفی ۲. موضوع اصلی ۳. تبلیغات ۴. پخش موسیقی متناسب با محتوا هستند. دسته بندی رایج انواع پادکست عبارت است از:

- پادکست های مصاحبه ای: میزبان با مهمان ها گفتگو می کند و موضوعات مختلف بررسی می شود، مانند: اکنون (صحت:

۱۴۰۴)، رختکن بازنده ها (عمرانی و صفاریان پور: ۱۴۰۴)، رادیو مرز.

^۱ Podcast

^۲ CastBox

^۳ Google podcast

^۴ Spotify

- پادکست های داستان گوئی : داستان های واقعی یا خیالی روایت می شوند، گاهی همراه با صداگذاری، موسیقی و افکت های صوتی مانند : بی پلاس و چنل بی (بندری:۱۴۰۴)، رخ (سودبخش:۱۴۰۴).
- پادکست های آموزشی : هدف آموزش و انتقال دانش در زمینه های مختلف است مانند: جافکری، رادیو راه (شکوری: ۱۴۰۴)، این نقطه (اورا:۱۴۰۴).
- پادکست های خبری و تحلیلی : بررسی و تحلیل اخبار روز موضوعات ورزشی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی مانند: افساید (نوری:۱۴۰۴)، رواق (رنجبر:۱۴۰۴).
- پادکست های فرهنگی و هنری : بررسی موضوعات فرهنگی، ادبیات، سینما و هنر (اثر پروانه ای) (محمدی:۱۴۰۴).
- پادکست های محتوای سرگرمی، فرهنگی، هنری همراه با طنز (جعبه) (ضابطیان:۱۴۰۴).
- پادکست های مذهبی و معنوی (رادیو قرآن، با من بخوان) (وبسایت بازاسپروت:۲۰۲۵).

برخی از علل محبوبیت پادکست ها ترکیبی از تخصص، به روز بودن ارتباطات انسانی، پاسخ به نیازهای فرهنگی - اجتماعی، شکل ارائه محتوا و بهره گیری از تکنولوژی های جدید مانند موسیقی مناسب است که در بخش تحلیل داده ها براساس چارچوب نظری این پژوهش که شامل نظریه سرمایه فرهنگی پیربوردیو و هژمونی آنتونیو گرامشی است؛ به آن پرداخته شده است.

سرمایه فرهنگی: پیر بوردیو جامعه شناس فرانسوی اصطلاح سرمایه فرهنگی را برای اشاره به اطلاعات یا دانش دربارهٔ باورها و سنت های فرهنگی و معیارهای رفتاری خاصی که موفقیت و کامیابی در زندگی را ارتقاء می دهند، به کار برده است. «سرمایه فرهنگی، یعنی قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد و آن در برگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می شوند (بوردیو، ۱۳۹۸: ۱۰). سرمایه فرهنگی را می توان به دو دسته ملموس (مانند بناها، مکان ها، آثار هنری و نظایر آن) و غیرملموس (که در قالب ایده ها، اعمال و ارزش ها به صورت سرمایه های معنوی در یک گروه مشترک است) تقسیم بندی کرد (صالحی امیری، ۱۴۰۱: ۶۴). درواقع سرمایه فرهنگی در درون خود ارزش را مقدم بر سود می داند و این ویژگی مهم هرنوع سرمایه فرهنگی است (مانند آنچه که زیبایی شناسی یا حقیقت جویی نامیده می شود) (گرنفل، ۱۳۹۸: ۱۸۳). در چارچوب نظری بوردیو، پادکست به عنوان یک میدان فرهنگی (محیطی که در آن بین افراد و گروه ها، رقابت اتفاق می افتد)؛ می تواند بستری برای تولید و انتقال سرمایه فرهنگی و اجتماعی باشد، چرا که شنوندگان از طریق این رسانه با محتوای فرهنگی متنوع مواجه شده، سرمایه فرهنگی خود را گسترش می دهند.

نظریه هژمونی: آنتونیو گرامشی فیلسوف، انقلابی و نظریه پرداز بزرگ مارکسیست و از رهبران و بنیان گذاران حزب کمونیست ایتالیا است. گرامشی اصطلاح هژمونی فرهنگی به معنای سلطه نرم را در آرای خود به کار برد. در هژمونی، اذهان افراد زیر سلطه به نحوی تحت تأثیر قرار می گیرد که اینان سلطه را می پذیرند و با اراده آزاد خود در جهت منافع صاحبان قدرت عمل می کنند. هر شکلی از قدرت نه تنها موانع را از میان برمی دارد، بلکه چیزی را هم به جایش تولید می کند. سرشت قدرت در دنیای مدرن چنین است که قدرت در پیوند با پرسش های سیاسی، اخلاقی، روشنگری، فرهنگی، ایدئولوژیک و جنسی هم شکل می گیرد و ساخته می شود (سایمون، ۱۴۰۰: ۲۴۰). بسیاری از پادکست ها توسط نسل جوان تولید می گردند. جوانان معمولاً صریح و بی پروا، آنچه را که ما با احتیاط با صدای بلند بر زبان می آوریم فریاد می زنند (کوزرو روزنبرگ، ۱۳۹۳: ۱۷۰). درواقع، عصر دیجیتال، نحوه تعامل کاربران با محصولات مالکیت فکری (فیلم، بازی، موسیقی و کتابهای الکترونیکی) را تغییر داده است. تا زمان اخیر، مصرف کنندگان مجبور بودند که از مغازه یا دلالان برای خرید کتاب استفاده کنند. اکنون می توانید با کلیک روی یک دکمه به طور مستقیم روی رایانه ها، تلفن های هوشمند و رایانه های لوحی خود، همین محتوا را بارگیری کنید (اکرمی، ۱۴۰۳: ۱۱).

پادکست می تواند به عنوان یک ابزار فرهنگی عمل کند که یا به بازتولید هژمونی موجود کمک می کند یا فضای مقابله با آن را ایجاد می نماید. با توجه به قابلیت های شنیداری، امکان تولید محتوای متنوع و فضای غیررسمی که در این پلتفرم فراهم شده،

پادکست می تواند به بستری برای بیان روایت های جایگزین، به چالش کشیدن گفتمان های غالب و افزایش آگاهی فرهنگی تبدیل شود.

فرهنگ سازی: فرهنگ سازی عبارت است از: فرایند انتقال ارزش ها، هنجارها، عقاید، باورها، معیارها والگوهای رفتاری و احساسی موجود در فرهنگ جامعه به آحاد افراد آن (علمی نیک، ۱۳۹۵: ۸). براساس آماری که توسط کست باکس انتشار یافته، ازبرخی پادکست های فارسی زبان که در ادامه به آنها اشاره خواهد شد؛ استقبال چشمگیری به عمل آمده است. البته برخی نیز استقبال از این فناوری جدید را ناشی از لذت بردن افراد از داشتن یک رادیوی شخصی می دانند و ظهورپادکست ها را نویدگر ظهور عصر «رادیوهای شخصی» و در ادامه «عصر رسانه های کوچک» تلقی می کنند. عصری که در آن با دموکراتیزه شدن مفهوم پخش، قدرت رسانه ای توزیع شده و هرکس و هرگروهی می تواند صدای خود را به گوش دیگران برساند(اکبری آزاد، گیویان ومیناوند، ۱۳۸۸: ۱۰۰). هنگامی که آهنگ تغییر درمحیط بیرون اوج می گیرد، تفاوت های درونی دربین نسل جوان و پیر الزاماً بارزتر می شوند. درواقع آهنگ تغییر بقدری خیره کننده است که حتی یک فاصله چند ساله می تواند درتجربه زندگی یک فرد تفاوت های فاحشی پدید آورد. ازهمین روست که برادر و خواهرهایی که از نظر سنی حتی سه یا چهار سال بیشتر باهم فاصله ندارند، از لحاظ ذهنی احساس می کنند که به نسل های کاملاً متفاوتی تعلق دارند(تافلر، ۱۴۰۱: ۲۹۸). امروزه شبکه های اجتماعی مجازی در زندگی روزمره کهن سالان با شدتی غیرقابل باور درحال نفوذ و رواج (رصد پرونده های پزشکی، نظارت های درمانی، مطالعه الکترونیک، دوستیابی و ...) است(عشقی پور، ۱۴۰۰: ۸۳). تفسیرهای فرامردن دغدغه اصلی جوانان را ساختار شکنی و فاصله گیری از تقابل های سنتی و مدرن در تعاملات نسلی جستجو می کنند. از نظر آن ها نسل فعلی جوانان تعارض چندانی با ساختار و قوانین اجتماعی نداشته، ضدیت با والدین که در نگرش مدرنیستی، بسیار مورد توجه بود، جای خود را به بازسازی روابط و کشف زمینه مشترک وفاق بین نسل ها داده است(عباداتی، نرجس و لیلا، ۱۳۹۹: ۹۹). تابوشکنی در بسیاری از اپیزودهای^۱ پادکست ها، شکاف موجود بین نسل های عصر حاضر را نمایان می کند تاحدی که برخی اصطلاحات و الفاظ به کار برده در آن ها، برای نسل گذشته ناآشنا است، به نظر می رسد پادکست به لحاظ عدم پیچیدگی و دسترسی آسان؛ بستری برای انسجام نسل ها و فرهنگ سازی به شیوه ای جدید را فراهم نموده است.

گفتمان: نوعی کنش (عمل) اجتماعی است که احتمال دارد از ایدئولوژی مسلط، طرفداری یا با آن مخالفت ورزد(پیشگاهی فرد، ۱۳۹۴: ۱۴). دوام و پایداری یک گفتمان، به میزان و دامنه تفسیرهایی است که درباره آن رویداد، پدیده و یا عقیده گفته و نوشته میشوند (اسدی، ۱۳۹۶: ۴۰). گفتمان کل مجموعه کردارها را وحدت می بخشد و تنها برحسب این وحدت گفتمانی است که عوامل مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، تکنولوژیکی و آموزشی گرد هم می آیند و به شیوه ای یکپارچه عمل می کنند (دریفوس و رابینو، ۱۴۰۳: ۱۴۸). سرمایه فرهنگی و هژمونی در پادکست براساس گفتمان ها بر ساخته می شوند. با ترکیب نظریه های گرامشی و بوردیو، می توان پادکست را به عنوان یک میدان فرهنگی چندوجهی تحلیل کرد که: از یک سو، سرمایه فرهنگی را از طریق محتوا و شنوندگان تولید و بازتولید می کند؛ از سوی دیگر، به مثابه صحنه ای برای رقابت گفتمانی و هژمونی فرهنگی عمل می کند که در آن معانی و ارزش ها مورد چالش یا تثبیت قرار می گیرند. انتخاب موسیقی مناسب با ذائقه افراد و محتوای تولید شده در پادکست ها، از عوامل دیگر جذب مخاطب به این رسانه است. همان گونه که بوردیو می گوید: «هیچ چیز به اندازه سلیقه موسیقی نمی تواند طبقه کسی را به وضوح معلوم کند یا به صورت خطاناپذیری اشخاص را طبقه بندی کند... همان طور که تنوع بی شمار روح موسیقی و "موسیقی روح" شهادت می دهد، موسیقی با ژرف ترین درونیات پیوند دارد و همه کنسرت ها مقدسند»(بوردیو، ۱۴۰۲: ۴۵-۴۴). پادکست درواقع یک فضای فرهنگی متحرک و چندلایه درنظر گرفته شده که گاه با فراهم آوردن امکان بیان روایت های زیسته و تاریخی یا خودافشایی افراد مورد علاقه مخاطبان؛ موجب گسترش سرمایه فرهنگی می گردد و در عین حال به واسطه ظرفیت خود در بازنمایی های گفتمانی، نقش مهمی در فرآیندهای هژمونی فرهنگی ایفا می کند. به نظر می رسد پادکست هایی که به موضوعات چالش برانگیز و ناگفته های اجتماعی مانند مسائل جنسی، مهاجرت، حقوق اقلیت ها و ... که

در رسانه های رسمی کمتر مطرح می شود؛ می پردازند، در این گروه قرار دارند. تولستوی این مرد بزرگ پهنه ی انسانیت سخنی دارد با این مضمون: باید از گفتنی هایی گفت که احتمالاً بسیاری آن را می دانند ولی جرأت ابراز آن را حتی برای خودشان ندارند (نراقی، ۱۳۸۲: ۱۱). پادکست تا کنون در این مسیر گام برداشته است.

الگوی نظری

رسانه های جدید افق دید مردم را گسترش داده اند، زیرا ایده ها و پدیده هایی را در اختیار عده زیادی از مردم قرار می دهند که قبلاً هرگز امکان پذیر نبوده است. از این لحاظ، می توانیم وسایل ارتباط جمعی را نه عامل تضعیف بلکه عامل تقویت و غنا بخشیدن به تجربه های مردم بدانیم (اینگلیس به نقل از شیلز، ۱۳۹۶: ۱۶۱). این گستره دید در پادکست، همان گونه که در الگوی نظری زیر ارائه شده است، وجود دارد. الگوی نظری تنظیم شده در این پژوهش، ویژگی های پادکست به عنوان سازوکار ارزش بخشی به فرهنگ و عامل تولید سرمایه فرهنگی و بازتولید هژمونی فرهنگی با متغیرهای زیر شناخته شده است:

۱. **ابزارهای محتوایی پادکست:** این دسته شامل ویژگی های رسانه ای پادکست است که نقش واسطه ای در انتقال معنا و ارزش های فرهنگی ایفا می کنند و همان گونه که اشاره شد به عنوان **سرمایه فرهنگی** شمرده می شوند:

- آموزش غیر رسمی: انتقال دانش و مهارت های فرهنگی از طریق محتوای آموزشی و اطلاع رسانی.
- روایت های داستانی و تاریخی: ارائه داستان و بازنمایی های تاریخی موجب بازتولید حافظه و ادراک عمومی می شود.
- موسیقی مناسب: کاربرد موسیقی در این رسانه به عنوان عنصر احساسی و نمادین برای تقویت جذابیت و تأثیر فرهنگی.
- لحن غیررسمی و گفتگو محور: ایجاد ارتباطی نزدیک و انسانی با مخاطب که فاصله روانی را کاهش می دهد.
- عدم محدودیت زمانی و مکانی در استفاده از پادکست: امکان دسترسی به محتوا در هر زمان و مکان، که باعث افزایش انعطاف پذیری و فراگیری فرهنگی می شود.

۲. **مکانیسم های عملکردی:** مجموعه ای از فرآیندهای فرهنگی آمیخته با **هژمونی رسانه ای** که از طریق ابزارهای فوق شکل می گیرند و موجب پایداری و گسترش معناهای فرهنگی می شوند:

- درونی سازی و بازسازی دانش و ارزش ها: مخاطب با شنیدن مداوم محتوا، دانش و ارزش های فرهنگی غالب را درونی می کند (هژمونی فرهنگی).
- ایجاد فضای فرهنگی مشترک: شکل گیری حس همدلی و هویت مشترک میان سازنده پادکست و مخاطب.
- پایداری سازی گفتمان های غالب: بازسازی و تقویت داستان ها و مفاهیم فرهنگی غالب که زمینه ساز هژمونی است.
- تشکیل حس مشارکت و ارتباط: تقویت فرهنگ سازی در راستای ایجاد همدلی و مشارکت.

۳. **خروجی ها و پیامدهای فرهنگی:** نتایج حاصل از عملکرد ابزارها و فرآیندهای عملکردی که بازتاب **نظری** دارند:

- تولید و تقویت سرمایه فرهنگی (بورديو): پادکست به عنوان منبع کسب و مشروعیت بخشی به دانش، مهارت، ذائقه و سلیقه فرهنگی عمل می کند و زمینه ای برای تمایز و سرمایه گذاری فرهنگی فراهم می آورد.
- بازتولید هژمونی فرهنگی (گرامشی): پادکست به عنوان بستر نرم انتقال ایدئولوژی ها و روایت های مسلط عمل کرده و از طریق ارتباط عاطفی و زبانی، هژمونی فرهنگی را بدون اجبار آشکار، حفظ و تثبیت می کند.

در مجموع؛ پادکست، رسانه ای با قابلیت های چندلایه و انعطاف پذیر، از طریق ابزارهای آموزشی، داستان گوئی، موسیقی و لحن غیر رسمی و با بهره گیری از فضای سیال زمانی و مکانی، بستری برای شکل گیری سرمایه فرهنگی و بازتولید هژمونی فرهنگی

فراهم می آورد. این فرآیند به صورت غیر مستقیم و نرم صورت گرفته و نقش مهمی در شکل دهی به هویت فرهنگی و تثبیت ساختارهای اجتماعی غالب ایفا می کند. جدول شماره ۱ براساس الگوی نظری ارائه شده در این پژوهش تنظیم شده است.

جدول ۱. الگوی نظری رسانه پادکست به عنوان سازوکار تولید سرمایه فرهنگی و بازتولید هژمونی رسانه ای

ابزار و ویژگی های پادکست ←	مکانیسم های عملکردی ←	پیامدهای فرهنگی
آموزش غیررسمی	درونی سازی و بازسازی ارزش ها و دانش	تولید و تقویت سرمایه فرهنگی (پیرپوردیو)
روایت های داستانی و تاریخی	ایجاد فضای فرهنگی مشترک	بازتولید هژمونی رسانه ای (گرامشی)
موسیقی مناسب	پایدارسازی گفتمان های غالب (هژمونی)	
لحن غیررسمی و گفتگو محور	فرهنگ سازی در جهت مشارکت و همدلی	
عدم محدودیت مکانی و زمانی برای شنونده		

روش پژوهش

این مطالعه از نوع تحقیق کیفی با رویکرد تحلیلی - توصیفی است که به منظور بررسی مفهوم سرمایه فرهنگی و تأثیر هژمونی رسانه ای در پادکست های فارسی زبان انجام شده است. در این روش، داده ها به صورت متنی و مفهومی جمع آوری و تحلیل می شوند تا به درک عمیق تری از پدیده مورد نظر دست یابیم. مراحل اجرای تحقیق شامل موارد زیر است:

۱) جمع آوری داده ها: داده ها از طریق کتابخانه ای و با مطالعه مقالات علمی، متون نظری و منابع معتبر پیرامون سرمایه فرهنگی و هژمونی گردآوری شدند. همچنین، برای تحلیل عینی تر، جدولی با محتوای تعداد ده پادکست برتر فارسی زبان (از نظر تعداد دنبال کننده) - دریافت شده از پلتفرم کست باکس به تاریخ ۱۴۰۴/۰۵/۱۸ تنظیم گردید که در آن موضوع، تعداد اپیزودهای بارگذاری شده، تعداد شنود، نام راوی درج شده است. انتخاب این پادکست ها به صورت هدفمند - مرتبط بودن موضوع «برتری از نظر تعداد دنبال کننده و شنونده یکی از نمادهای قدرت» - انجام شده است.

۲) کدگذاری داده ها: در این مرحله، داده ها به صورت مفهومی کدگذاری شدند. ابتدا مفاهیم کلیدی مرتبط با سرمایه فرهنگی و هژمونی رسانه ای در پادکست ها استخراج و دسته بندی شدند. به این ترتیب که محتوای پادکست ها با ویژگی سرمایه فرهنگی شامل: آموزش غیررسمی، روایت های داستانی و تاریخی، موسیقی مناسب، لحن غیررسمی، عدم محدودیت مکانی و زمانی برای شنونده؛ به عنوان ابزار اولیه در نظر گرفته شد. سپس مکانیسم های عملکردی مرتبط با هژمونی و سرمایه فرهنگی شامل: درونی سازی و بازسازی ارزش ها و دانش، ایجاد فضای فرهنگی مشترک، پایدارسازی گفتمان های غالب (هژمونی) و فرهنگ سازی در جهت مشارکت به عنوان عوامل شکل گرفته از میدان ایجاد شده توسط پادکست ها مورد واکاوی قرار گرفته که بازتولید سرمایه فرهنگی و هژمونی رسانه ای در پادکست ها را در پی داشته است.

۳) تحلیل داده ها: با استفاده از تحلیل محتوا و روش های تفسیر معنایی، روابط میان مفاهیم کدگذاری شده مورد بررسی قرار گرفت تا ساختارهای پنهان و آشکار سرمایه فرهنگی مانند میدان فرهنگی نوین، شبکه سازی فرهنگی، بازنمایی گفتمان های بدیل، فرهنگ سازی و نقش هژمونی در شکل دهی سرمایه فرهنگی در پادکست ها مشخص شود.

۴) توصیف و گزارش نتایج: نتایج تحلیل به صورت توصیفی و با ارجاع به نمونه های مستند شده در پادکست ها ارائه شد تا فهمی جامع و دقیق از چگونگی تأثیرگذاری هژمونی بر سرمایه فرهنگی شکل گرفته در این فضاها فراهم گردد.

جامعه و نمونه پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شامل ده پادکست فارسی زبان است که در حوزه های مختلف فرهنگی، آموزشی، اجتماعی و تاریخی فعال هستند. نمونه گیری به صورت هدفمند و نظری صورت گرفته است.

جدول ۲. فهرست تعدادی از پادکست های پرسشنامه متناسب با موضوع پژوهش (تهیه شده از سایت کست باکس ۱۴۰۴/۰۵/۱۸)

رتبه	نام پادکست	راوی (مجری)	موضوع	شرح (جزئیات پادکست)	اپیزود	دنبال کننده	شنیده ها
۱	چنل بی	علی بندری	داستان واقعی	ماجراهای واقعی رو تعریف می کنیم.	۱۰۱	۱۰۱۵۰۰۰۰	۳۰۲۰۰۰۰۰
۲	این نقطه	حسین اورا	توسعه فردی	تو این نقطه تمرین می کنیم هنر خوب زیستن را...	۳۲۳	۱۴۰۰۰۰۰۰	۹۳۰۰۰۰۰۰
۳	بی پلاس	علی بندری	کتاب	خلاصه فارسی کتابهای غیرداستانی	۲۲۳	۱۷۰۰۰۰۰۰	۱۵۵۰۰۰۰۰
۴	رادیو راه	مجتبی شکوری	روانشناسی	رادیو راه کنج آرامی از نیاست برای خواندن، فکر کردن و جستجوی راهی برای بهتر زیستن.	۱۵۱	۱۹۰۰۰۰۰۰	۸۶۱۰۰۰۰۰
۵	رادیو مرز	مرضیه (بدون نام خانوادگی)	اجتماعی	روایت آدمها از فاصله ای که بادیگران احساس می کنند.	۸۰	۲۰۵۰۰۰۰	۸۱۰۰۰۰۰۰
۶	رخ	امیر سودبخش	تاریخ جهان	داستان زندگی کسانی که قسمتی از تاریخ ایران و جهان را رقم زدند.	۱۱۹	۱۷۰۰۰۰۰۰	۵۶۳۰۰۰۰۰
۷	اکنون (کتاب باز)	سروش صحت	کتاب و ادبیات	... اینجا در «اکنون» زندگی کمی دیروز، اندکی فردا و خیلی امروز است.	۵۸۱	۵۶۹۰۴۰۰	۲۴۸۰۰۰۰۰
۸	رواق	فرزین رنجبر	روانشناسی	می ترسیدی آنکه بداند می ترسد. غمگین بودی آنکه بداند از چه.	۴۵۸	۱۰۰۰۰۰۰۰	۵۸۶۰۰۰۰۰
۹	جافکری	امیرعلی - ق	اجتماعی	جایی برای فکر کردن.	۱۸۷	۱۳۰۰۰۰۰۰	۴۷۳۰۰۰۰۰
۱۰	آفساید	امیرحسین نوری	ورزش	پادکست فوتبالی (وگاهی غیرفوتبالی) رادیو آفساید	۲۴۸	۱۹۸۸۰۰	۲۳۰۰۰۰۰۰

همان گونه که در جدول بالا مشاهده می شود نمونه پادکست هایی انتخاب شدند که شنوندگان بیشتر داشته و دارای محتوایی متناسب در بازتاب ظرفیت های فرهنگی و اجتماعی این رسانه باشند. این انتخاب امکان تحلیل مفهوم جامع تری را فراهم می آورد. گردآوری داده ها از طریق بازبینی محتوای صوتی منتخب و بررسی رونوشت های موجود انجام شده و داده های متنی و شنیداری به صورت تفسیری مورد تحلیل قرار گرفتند تا بتوان ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی و مناسبات هژمونیک را در ساختار پادکست ها شناسایی کرد.

یافته های پژوهش

در این بخش، یافته های پژوهش و نتایج حاصل از تحلیل داده ها و بررسی های انجام شده در چارچوب پژوهش ارائه می شود. لازم به ذکر است، یافته ها با ارجاع ضمنی به تاریخ «۱۴۰۴/۰۵/۱۸» به جامعه نمونه مطرح شده است.

(۱) پادکست به مثابه میدان فرهنگی نوین: یافته ها نشان می دهد که پادکست های فارسی زبان به عنوان یک میدان فرهنگی (به تعبیر بوردیو)، فضایی برای رقابت، مشروعیت بخشی و بازسازی سرمایه های فرهنگی ایجاد می کنند. لینک پیوستن به آدرس سایر شبکه های اجتماعی تولیدکنندگان این رسانه، نمادی از پیوستگی و تشکیل میدان فرهنگی جدید است. پادکست «چنل بی»؛ در رتبه اول جدول شماره ۲ قرار گرفته، شامل ۱۰۱ اپیزود است لینک ورود به کانال تلگرام و فیسبوک در این پادکست قرار داده شده و در آن علی بندری (راوی) به شرح ماجراهای واقعی و محتوای مفهومی پرداخته است، پادکست «بی پلاس» در جایگاه سوم جدول شماره ۲ قرار دارد. ۸۷ اپیزود ابتدایی این پادکست با روایت گری کتاب های غیرداستانی تنظیم شده، در ادامه به شرح کتابهای تاریخی، مصاحبه با فعالان اجتماعی و سیاسی پرداخته است. همچنین پادکست رخ، رتبه ششم جدول شماره ۲؛ و پادکست این نقطه، رتبه دوم جدول مذکور؛ با مفاهیمی جهت توسعه فردی فضایی متفاوت را ایجاد کرده اند. رسانه های یاد شده، مخاطب را وارد میدان های دانشی می کنند که فراتر از جریان رسانه ای غالب عمل می کند. این فضا بستری برای شکل گیری سرمایه فرهنگی متجسد (درسطح دانش و شناخت) و سرمایه فرهنگی عینی (در قالب محصول رسانه ای) فراهم می کند. لازم به ذکر است که؛ سرمایه فرهنگی متجسد، ذهنی و درونی به معلومات کسب شده ای اشاره دارد که «به شکل رغبت های پایدار ارگانیک حالت درونی شده به خود می گیرند» (در فلان و بهمان زمینه دانش دست داشتن، به زبان و نحو بیان تسلط داشتن، جهان اجتماعی و رمزگان آن را شناختن و خود را در این جهان آشنا دید ...) که «بر اثر مطالعه (کتاب خواندن، تمرین و آموزش عملی) انباشته می شود» (شوهره و فونتن، ۱۳۸۵: ۱۲) و سرمایه فرهنگی عینی یا «عینیت یافته» عبارت است از: «مجموعه میراث های فرهنگی مانند شاهکارهای هنری، تکنولوژی ماشینی و قوانین علمی که به صورت کتب، اسناد و اشیاء در تملک اختصاصی افراد و خانواده هاست. این سرمایه، قابل انتقال به دیگران است این مالکیت انحصاری، به علت مجاورت و سهولت دسترسی و امکانات جانبی، تأثیر تربیتی و آموزشی بر روی مالکین آن سرمایه دارد» (شوهره و فونتن، ۱۳۸۵: ۱۳).

(۲) تقویت سرمایه فرهنگی و شبکه سازی فرهنگی: پادکست ها اغلب پیرامون خود اجتماعی شکل داده اند که در شبکه های اجتماعی دیجیتال فعال هستند. در ذیل پروفایل بیشتر پادکست ها لینک ورود به سایر صفحات مجازی تولید کننده محتوای پادکست؛ موجود می باشد. همچنین فضایی برای ارسال نظر (کامنت) در مورد محتوای ارائه شده در نظر گرفته شده است. مخاطبان از طریق گفتگو، پیشنهاد محتوا، یا مشارکت در نظر سنجی و نقد اپیزودها، پیوندهای افقی و شبکه های همدلانه می سازند. این امر در پادکست های «اکنون»، رتبه ۷ جدول شماره ۲؛ یا «رادیو راه»، رتبه ۴ جدول شماره ۲؛ نمود بیشتری دارد که با روایت های تجربی از زندگی حرفه ای یا اجتماعی، زمینه ای برای شناسایی، همدلی و مشارکت فراهم می آورند. در نتیجه، شنوندگان به عنوان بخشی از یک میدان تعاملی، سرمایه فرهنگی خود را از طریق ارتباطات فرهنگی و تجربی افزایش می دهند.

(۳) بازنمایی گفتمان های بدیل (مغایر یا متفاوت با گفتمان های رایج و غالب) و موقعیت یابی هژمونی: با استناد به نظریه های گرامشی، پادکست به مثابه بستر تولید گفتمان جایگزین، امکان به چالش کشیدن روایت های هژمونیک رسانه های جریان اصلی را دارد. برای مثال، «رادیو مرز»، رتبه ۵ جدول شماره ۲؛ با تمرکز بر تجربه های زیسته در موضوعات حساس اجتماعی مانند) بعد از خودکشی، تیزهوشان، بعد از آزارجنسی، داغ داران کرونا، مهاجرت، پا به سن گذاشته ها، مبتلا به سرطان، تجربه روزهای جنگ) به روایت هایی میدان می دهد که معمولاً در رسانه های رسمی کمتر بازتاب می یابند. این نوع بازنمایی به شکل گیری گفتمان های بدیل و مشارکت شنوندگان در بازتعریف ارزش های اجتماعی کمک می کند.

(۴) بازنمایی ویژگی های رسانه ای پادکست و فرهنگ سازی: پادکست با بهره گیری از ساختار روایی، قالب گفتگو محور، لحن غیر رسمی و دسترسی آزاد، نسبت به دیگر رسانه های اجتماعی، حس امنیت روانی و نزدیکی بیشتری در مخاطب ایجاد می

کند. پادکست آفساید، دهمین رتبه در جدول شماره ۲؛ با مضمون ورزشی و شرح مسائل حاشیه ای و کمپ های مرتبط با فوتبال توانسته شنوندگان زیادی را جذب نماید. پادکست جافکری، رتبه نهم جدول شماره ۲؛ با مطرح کردن مسائل اجتماعی روز و بحث پیرامون بهتر اندیشیدن درمورد این مسائل مخاطبان علاقه مند را جذب نموده است. بسیاری از شنوندگان تجربه گوش دادن پادکست در شرایط متفاوت زندگی مانند رانندگی، خانه داری، پیاده روی را داشته و درواقع شنیدن پادکست بخشی از سبک زندگی آنها شده است. این تجربه شنیداری در خلوت، سبب پیوند عاطفی عمیق تری با محتوای فرهنگی می شود و می تواند زمینه ساز درونی سازی ارزش ها و ایده ها گردد. پادکست ها از این رهگذر، در فرهنگ سازی گوش فرادادن و تأمل، نقش اساسی دارند.

در مجموع پادکست ها، با استفاده از ویژگی های گفتمانی و ساختاری خود، فراتر از ابزارهای رسانه ای صرف عمل می کنند. آن ها به مثابه میدان های فرهنگی، سرمایه های فرهنگی را خلق و بازتوزیع می کنند، امکان مشارکت در فرآیندهای هژمونیک را برای شنوندگان فراهم می سازند و به شکل گیری گفتمان های بدیل یاری می رسانند. درفضای رسانه ای فارسی زبان، پادکست نه تنها مکملی برای رسانه های رسمی، بلکه بستری برای بازتولید سرمایه فرهنگی درعصر مدرن محسوب می شود.

بحث

یافته های پژوهش حاضر به روشنی نشان می دهد که پادکست های فارسی زبان به مثابه میدان فرهنگی نوین، نقشی کلیدی در تولید و بازتولید سرمایه فرهنگی و اجتماعی ایفا می کنند. این نقش را می توان در پرتو نظریه های بوردیو و گرامشی به طور جامع تحلیل کرد. از منظر بوردیو پادکست ها به عنوان عرصه هایی برای رقابت بر سر سرمایه های نمادین، بسترهایی هستند که در آن کنشگران فرهنگی با تکیه بر منابع فرهنگی و معرفتی، موقعیت های خود را تثبیت یا ارتقا می بخشند. این فرآیند منجر به گسترش دامنه سرمایه فرهنگی و همچنین شکل گیری سرمایه فرهنگی می شود که از طریق شبکه های تعاملی در فضای مجازی، انسجام و تعلق اجتماعی را تقویت می کند. تحلیل گفتمانی پادکست ها از دیدگاه گرامشی نیز نشان می دهد که پادکست ها عرصه های گفتمانی چند صدایی برای طرح روایت ها و گفتمان های انتقادی فراهم می کنند که می تواند به چالش کشیدن و تبدیل گفتمان های هژمونیک منجر شود. این پویایی گفتمانی با برجسته سازی روایت های حاشیه ای و ناگفته ها، گفتمان های غالب رسانه ای را به چالش می کشند و به تدریج فضای فرهنگی - اجتماعی را برای پذیرش ایده ها و ارزش های جدید آماده می کنند. این روند، به ویژه در جامعه ای با ساختارهای اجتماعی و فرهنگی پیچیده و چندوجهی چون ایران، می تواند زمینه ساز تغییرات مهمی در مناسبات فرهنگی شود. از منظر ویژگی های ساختاری، ماهیت شنیداری، دسترسی آزاد امکان استفاده در فضاهای خصوصی، باعث ایجاد حس امنیت و نزدیکی بیشتر مخاطبان با محتوا شده است. این وضعیت از نظر فرهنگی به معنای افزایش قابلیت درونی سازی ارزش ها و انتقال مؤثرتر مفاهیم است. این ظرفیت، پادکست را در میان رسانه های دیجیتال به ابزاری متمایز در حوزه آموزش غیررسمی و پرورش آگاهی فرهنگی بدل ساخته و درواقع موضوعی است که در دیگر رسانه های اجتماعی کمتر مشاهده می شود. ساختن چیزهای جدید مستلزم برگشتن به عقب است، باید آنچه را برایمان الهام بخش است بشناسیم و با چیزی که جهان به آن نیاز دارد، انطباقش دهیم (فرایر، ۱۴۰۰: ۳۷۹). نقش پادکست در بازتعریف هویت فرهنگی، با توجه به ارائه روایت های متنوع فرهنگی، هنری و تاریخی، نشان دهنده توان این رسانه در ایجاد هویت های چندوجهی و انعطاف پذیر، پویا و درحال دگرگونی است. این فرآیند بازاندیشی و بازتولید هویتی، که برپایه گفتمان های متنوع، تجربه های زیسته مخاطبان و تولیدکنندگان شکل می گیرد، به غنای فرهنگی و اجتماعی جامعه فارسی زبان کمک شایانی کرده است. درمجموع، یافته ها و تحلیل های پژوهش نشان می دهد که پادکست های فارسی زبان با توجه به ویژگی های ساختاری و گفتمانی خود، نقشی فراتر از رسانه های سنتی ایفا کرده و به عنوان میدان های فرهنگی نوظهور، بستری برای تولید، بازتولید و دگرگونی سرمایه فرهنگی و اجتماعی به شمار می روند.

در مجموع از منظر پیامدهای فرهنگ سازی، به نظر می رسد پادکست ها اثرهای ماندگاری بر جامعه خواهند گذاشت. پیامدهایی شامل: ۱. تقویت حس همدلی و مشارکت فرهنگی: همان گونه که اشاره شد در پادکست هایی مانند اکنون، رادیو راه، رادیو مرز، جافکری؛ ضمن بیان مسائل روز اجتماعی و فرهنگی امکان مشارکت و نقد و نظرخواهی وجود داشته و این امر فضای تعامل فرهنگی را گسترش می دهد. ۲. افزایش آگاهی های هنری، فرهنگی، تاریخی، آموزش: در پادکست های فارسی زبان اشاره شده نمونه هایی همچون رخ، چنل بی، این نقطه؛ بهره گیری از روایت های تاریخی، هنری، فرهنگی و بومی به ویژه برای کسانی که فرصت چندانی جهت مطالعه و آموزش ندارند، فراهم شده است. ۳. سرعت بخشیدن به دگرگونی های فرهنگی و اجتماعی: از آن جا که پادکست ها قابلیت انتشار سریع و گسترده دارند این امر ساختار شکنی و نقد سنت ها را با شیوه هژمونی گرامشی امکان پذیر نموده است. ۴. گسترش فرهنگ گفتگو و پذیرش تفاوت ها: ساختار غیرتصویری پادکست و شنیداری بودن آن فضایی امن و غیر قضاوتی فراهم نموده که مخاطبان را به شنیدن دیدگاه های متنوع و متفاوت تشویق کرده است. ۵. درونی کردن مفاهیم عمیق فرهنگی.

این پیامدها با توجه به زمینه های فرهنگی جامعه فارسی زبان، اهمیت قابل توجهی می یابند. در شرایطی که رسانه های سنتی ممکن است محدودیت ها و سانسورهای مختلفی داشته باشند، پادکست ها به عنوان رسانه ای کم هزینه، دردسترس و متنوع، با بهره گیری از هژمونی فرهنگی، امکان تقویت سرمایه های فرهنگی را برای گروه های مختلف فراهم می آورند.

با این حال، لازم است محدودیت هایی نیز در نظر گرفته شود. به عنوان مثال، تمرکز بیشتر پادکست ها در حوزه شهری و میان قشرهای تحصیل کرده، امکان تعمیم نتایج را محدود می کند. همچنین، فقدان ساختارهای نهادی و قانونی مشخص در حوزه پادکست می تواند بر کیفیت و استمرار تولید محتوا تأثیرگذار باشد. از طرفی به نظر می رسد فرآیند الگوسازی مخاطبان از تولیدکنندگان پادکست ها در راستای موفقیت و محبوبیت آنها، دربرخی موارد، نتایج چندان خوشایندی را در بر نداشته است. نظیر آن چه در زندگی خصوصی تولید کننده پادکست جنایی آخرین شاهد اتفاق افتاد^۱ (پورباقی: ۱۴۰۴). درپایان، پژوهش حاضر نشان می دهد که پادکست ها نه صرفاً ابزارهای سرگرمی، بلکه رسانه های مؤثر فرهنگی با پیامدهای اجتماعی گسترده هستند که شایسته توجه و بررسی عمیق تر در مطالعات رسانه ای، فرهنگی و اجتماعی می باشند.

نتیجه گیری

پژوهش حاضر، مبتنی بر چارچوب های نظری بوردیو و گرامشی، نشان داد که پادکست های فارسی زبان به عنوان میدان های فرهنگی نوظهور، نقش کلیدی در تولید، بازتولید و دگرگونی سرمایه های فرهنگی دارند. این رسانه ها با تسهیل دسترسی به روایت های متنوع فرهنگی، انتقال تجربه های زیسته و بازنمایی موضوعات تاریخی، اجتماعی و فرهنگی، به شکل دهی و تقویت سرمایه فرهنگی کمک می نمایند. از سوی دیگر، تعاملات چند سطحی میان تولید کنندگان و مخاطبان در فضای پادکست، منجر به توسعه سرمایه فرهنگی و تقویت شبکه های ارتباطی فرهنگی می شود که خود زمینه ساز افزایش انسجام اجتماعی و مشارکت فعال تر در فرآیندهای فرهنگی است. این امر به ویژه در فضایی که سایر رسانه های جمعی با محدودیت های ساختاری و محتوایی مواجه هستند، اهمیت مضاعفی دارد.

تحلیل گفتمانی براساس نظریه هژمونی گرامشی نشان داد که پادکست ها عرصه ای برای تعامل میان گفتمان های هژمونیک و بدیل فراهم می کنند که می تواند موجب دگرگونی های نرم فرهنگی و اجتماعی گردد. به این ترتیب، پادکست ها به عنوان رسانه هایی چند صدایی، امکان بازتعریف هویت های فرهنگی چندوجهی و پویاتر را میسر می سازند. همچنین، ویژگی های ساختاری پادکست، از جمله ماهیت شنیداری، عدم محدودیت زمانی و مکانی و فضای غیررسمی استفاده، به ایجاد حس امنیت و نزدیکی روانی مخاطبان کمک کرده و موجب ارتقای کیفیت تعامل فرهنگی می شود. این عوامل، پادکست را به رسانه ای مؤثر برای آموزش غیررسمی، ترویج آگاهی های فرهنگی و تقویت گفتگوهای اجتماعی تبدیل کرده است. با مطالعه ده پادکست، از جمله

۱. راوی پادکست جنایی (آخرین شاهد)، شبیه آن چه در داستانهایش روایت می کرد؛ همسرش را از بین برد و سپس به زندگی خود نیز پایان داد.

پادکست اکنون، جافکری، رادیو راه، رادیو مرزو ... یافته ها نشان داده است که پادکست های فارسی زبان به عنوان یک میدان فرهنگی (به تعبیر بوردیو)، فضایی برای رقابت، مشروعیت بخشی و بازسازی سرمایه های فرهنگی ایجاد می کنند. وسیله ای جهت بازنمایی گفتمان های بدیل (متفاوت با گفتمان های رایج و غالب) بوده؛ زمینه ساز درونی شدن ایده ها و ارزش ها از طریق بیان روایت ها به زبان غیر رسمی شده و بدین ترتیب هژمونی رسانه ای را بازتولید نموده اند.

درمجموع، یافته ها حکایت از آن دارند که پادکست های فارسی زبان فراتر از ابزارهای سرگرمی، به عنوان میدان های فرهنگی تأثیر گذار، نقش مهمی در بازتولید و تحول سرمایه های فرهنگی و اجتماعی دارند. این امر ضرورت توجه بیشتر پژوهشگران و سیاست گذاران فرهنگی به ظرفیت های این رسانه را برجسته می سازد.

پیشنهادهای پژوهشی

- توسعه آموزش های رسانه ای درباره تولید محتوای فرهنگی و رسانه ای برای علاقه مندان به فعالیت در این رسانه.
- تقویت زیرساخت های قانونی و حمایتی مناسب جهت رشد و پایداری این محصول فرهنگی.
- پژوهش های میان رشته ای درمورد پیامدهای روان شناختی محتوای پادکست ها با در نظر گرفتن جنبه شنیداری آن.

منابع

- اسدی، عباس. (۱۳۹۶)، نقش رسانه های بین المللی در زایش و تکامل یک گفتمان بین المللی، *دوفصلنامه سیاست و روابط بین الملل*، ۱۲(۱)، ۶۱-۳۵.
- افراش، ادریس و خجیر، یوسف. (۱۴۰۰)، ارائه مدل مطلوب برای کسب و کار پادکست های ایرانی، *فصلنامه علوم خبری*، ۱۰(۳۸)، ۱۱۳-۱۴۴.
- اکبری آزاد، مریم؛ گیویان، عبدالله؛ میناوند، محمد. (۱۳۸۸)، بررسی فرصت ها و تهدیدهای پادکستینگ برای رادیو در ایران از دیدگاه کارشناسان و کارگزاران ارتباطات، *فصلنامه پژوهش های ارتباطی*، ۱۶(۵۹)، ۹۷-۱۱۴.
- اکرمی، خدیجه. (۱۴۰۳)، رسانه های دیجیتالی و حقوق مالکیت معنوی. *فصلنامه علوم خبری*، ۱۳(۳)، ۲۰-۱.
- اورا، حسین. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی این نقطه، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.
- بندری، علی. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی بی پلاس، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.
- بندری، علی. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی چنل بی، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.
- بوردیو، پیر. (۱۳۹۸)، درسی درباره درس، ترجمه ناصر فکوهی، چاپ چهارم، تهران: نشر نی.
- بوردیو، پیر. (۱۴۰۲)، تمایز، ترجمه حسن چاوشیان، چاپ هشتم، تهران: نشر ثالث.
- پورباقی، مهدی. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی آخرین شاهد، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.
- پیشگاهی فرد، زهرا؛ زمانی، عظیم؛ عزیزی، فرید؛ محمدی، احمد. (۱۳۹۴)، بازنمایی روایت های هویتی در فضای مجازی با تأکید بر آرای میشل فوکو، *فصلنامه مطالعات میان فرهنگی*، ۱۱(۲۸)، ۳۷-۹.
- تافلر، الوین. (۱۴۰۱) شوک آینده، ترجمه حشمت اله کامرانی، چاپ چهاردهم، تهران: نشر نو.
- جافکری، امیرعلی ق. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی جافکری، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.
- جهان جعفری، سروی. (۱۳۸۷)، پادکست، گامی به جلو، *ماهنامه رادیو*، ۸(۴۵)، ۱۱۴-۱۰۸.
- دادگران، سیدمحمد. (۱۴۰۳) مبانی ارتباطات جمعی، چاپ بیست و ششم، تهران: انتشارات مروارید.
- دریغوس، هیوبرت و رابینو، پل. (۱۴۰۳)، میشل فوکو، فراسوی ساختگرایی و هرمنیوتیک، ترجمه حسین بشیریه، چاپ شانزدهم، تهران: نشر نی.
- رادیو مرزو. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی رادیو مرزو، راوی: مرضیه (بدون نام خانوادگی)، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.
- رنجبر، فرزین. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی رواق، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.
- زارعی زوارکی، اسماعیل؛ قاسمی سامنی، متین. (۱۳۹۴)، تأثیر پادکست بر یادگیری مشارکتی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی، *فصلنامه فن آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی*، ۲(۶)، ۱۸-۵.

سایمون، راجر. (۱۴۰۰) آنتونیو گرامشی (درآمدی براندیشه های سیاسی)، ترجمه محمداسماعیل نودری، تهران: نشرنگاه.

سودبخش، امیر. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی رُخ، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.

شکوری، مجتبی. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی رادیو راه، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.

صالحی امیری، سیدرضا. (۱۴۰۱)، مفاهیم ونظریه های فرهنگی، تهران: ققنوس.

صحت، سروش. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی اکنون، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.

ضابطیان، منصور. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی جعبه، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.

عباداتی، نرجس و عباداتی، لیلا. (۱۳۹۹)، شبکه های اجتماعی جدید و تعاملات نسلی، فصلنامه علوم خبری، ۹(۴)، ۹۱-۱۲۰.

عشقی پور، حمیدرضا. (۱۴۰۰)، سنجش نقش سرمایه اجتماعی بر محرومیت نسبی از طریق کاربست رسانه های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی شهر نجف آباد)، فصلنامه علوم خبری، ۱۰(۳)، ۱۰۲-۷۳.

علمی نیک، نفیسه. (۱۳۹۵)، فضای مجازی، آسیب ها، تهدیدها و فرصت ها، تهران: سومین همایش ملی مجازی پاک.

عمرانی، بهزاد و صفاریان پور، سیاوش. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی رختکن بازنده ها، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.

فرایر، سارا. (۱۴۰۰)، بدون فیلتر- اینستاگرام چگونه اینستاگرام شد، ترجمه رسول فیروزی و تهمنه نصرالهی، تهران: نشرمون.

کوزر، لوئیس و روزنبرگ، برنارد. (۱۳۹۷)، نظریه های بنیادی جامعه شناختی، ترجمه فرهنگ ارشاد، چاپ ششم، تهران: نشرنی.

گرنفل، مایکل. (۱۳۹۸)، مفاهیم کلیدی پیربورديو، ترجمه محمد مهدی لیبی، چاپ سوم، تهران: نشرافکار.

محمدی، امین. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی اثر پروانه ای، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.

نراقی، حسن. (۱۳۸۲)، جامعه شناسی خودمانی، چاپ ششم، تهران: نشر اختران.

نوری، امیرحسین. (۱۴۰۴)، پادکست صوتی رادیو آفساید، پلتفرم کست باکس، ۸ اگوست ۲۰۲۵.

References

- Afrash, I., & Khajir, J. (2021). Proposing an optimal model for Iranian podcast businesses. *News Science*, 10(38), 113–144. (in Persian)
- Akbariazad, M., Givian, A., & Minavand, M. (2009). Examining the opportunities and threats of podcasting for radio in Iran from the perspectives of communication experts and practitioners. *Quarterly Journal of Communication Research*, 16(3/59), 97–114. (in Persian)
- Akrami, Kh. (2024). The digital media and intellectual property. *News Science*, 13(3), 1–20. <https://doi.org/10.22034/Irsi.2024.339753.1085> (in Persian)
- Ancillai, Ch., Bartoloni, S., Filipovic, J., & Temperini, V. (2024). The role of online communities in shaping the Society 5.0 paradigm: A social capital perspective. *European Journal of Innovation*, 5(28), 1890–1915. <https://doi.org/10.1108/EJIM-02-2024-0168>
- Asadi, A. (2017). The role of international media in the creation and evolution of an international discourse. *Journal of Politics and International Relations*, 1(2), 35–61. (in Persian)
- Aura, H. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/ThisPoint>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Bandari, A. (2025a). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/BPlus>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Bandari, A. (2025b). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/ChannelB>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Bourdieu, P. (2019). A lesson about lesson (N. Fakuhi, Trans.). Ney Publication. (in Persian)
- Bourdieu, P. (2023). Distinction: A social critique of the judgement of taste (H. Chacoshian, Trans.). Saless Publication. (in Persian)
- Buzzsprout. (2025). Types of podcasts. Retrieved August 2, 2025, from <https://Buzzsprout.com/blog/types-of-podcasts>
- CastBox. (n.d.). Podcast platform. Retrieved August 2025, from <http://castbox.fm>
- Couser, L., & Rozenberg, B. (2018). Sociological theory (6th ed.). Ney Publication. (in Persian)
- Dadgaran, S. M. (2024). Fundamentals of mass communication (26th ed.). Morvarid Publication. (in Persian)

- Digito. (2025). Report on the status of the podcast industry in Iran*. Retrieved from <https://Digito.com/Iran-technology-news/report-on-the-status-of-the-podcast-industry-in-Iran>
- Dreyfus, H., & Rabinow, P. (2025). Michel Foucault: Beyond structuralism and hermeneutics (H. Bashiriye, Trans.; 16th ed.). Ney Publication. (in Persian)
- Ebadati, N., & Ebadati, L. (2020). New social networks and generational interactions. *News Science*, 9(4), 91–120. (in Persian)
- Elmi Nik, N. (2017). The cyberspace: Risks, threats, and opportunities. *Proceedings of the Third National Virtual Conference on Pak*. (in Persian)
- Eshghipour, H. (2021). The role of social capital through virtual social media on relative deprivation (Case study of Najafabad City). *News Science*, 10(3), 73–102. (in Persian)
- Frier, S. (2020). No filter: The inside story of Instagram. Simon & Schuster.
- Granfel, M. (2019). Pierre Bourdieu: Key concepts and theories (M. M. Labibi, Trans.; 3rd ed.). Afkar Publication. (in Persian)
- Idea Agency. (2023). 96% of Persian podcasts lack revenue models. Retrieved October 2, 2023, from <http://Ideaagency.net/96-of-persian-podcasts-lack-revenue-models>
- Jafekripodcast. (2025). [Audio podcast by Amir Ali, Gh.]. CastBox. <http://castbox.fm/Jafekri>. Retrieved August 9, 2025. (In Persian)
- Jahan Jafari, S. (2008). Podcast: A step forward. *Radio Monthly*, 8(45), 108–114. (In Persian)
- Kormelink, T. G., et al. (2025). Anytime, anyplace? The context-dependency of podcast use. *Journalism Studies*, 26(8), 961–979. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2025.2487857>
- Mohammadi, A. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/ButterflyEffect>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Naraghi, H. (2003). Casual society (6th ed.). Akhtaran Publication. (in Persian)
- Nouri, A. M. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/RadioOffside>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Omrani, B., & SafarianPour, S. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/Rbazandeha>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Pishgahifard, Z., et al. (2015). Representation of identity narratives in virtual space with emphasis on Michel Foucault's view. *Intercultural Studies*, 11(28), 9–37. (in Persian)
- Podnews. (2022). Persian podcasts. Retrieved November 3, 2022, from <http://Podnews.net/press-release/persian-podcasts>
- Pourbaqi, M. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/TheLastWitness>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Radio Marz Podcast. (2025). [Audio podcast by Marzie]. CastBox. <http://castbox.fm/RadioMarz>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Ranjbar, F. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/Ravaq>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Salehi Amiri, S. R. (2023). Cultural conception and theories. Ghoghnoos Publication. (in Persian)
- Sehat, S. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/Aknoontalks>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Shakoori, M. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/RadioRah>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Simon, R. (2022). Gramsci's political thought (M. I. Nozari, Trans.). Negah Publication. (in Persian)
- SoodBakhsh, A. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/Rokh>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Sullivan, J. L. (2019). The platforms of podcasting: Past and present. *Social media + Society*, 1–12. <https://doi.org/10.1177/205630511988002>
- Toffler, A. (2022). Future shock (H. Kamrani, Trans.; 14th ed.). Ney Publication. (in Persian)
- Zabetian, M. (2025). [Audio podcast]. CastBox. <http://castbox.fm/Box>. Retrieved August 9, 2025. (in Persian)
- Zarei Zavaraki, I., & Ghasemi Sameni, M. (2016). Investigating the effect of using educational podcasts on listening comprehension of language learners. *Quarterly Journal of Information and Communication Technology in Educational Sciences*, 6(2), 5–18. (in Persian)