

جزئیات رویداد «پادکست فارسی» تشریح شد

دبیر و داوران رویداد «پادکست فارسی» درباره جزئیات این رویداد که آبان ماه اختتامیه آن برگزار می شود، توضیحاتی ارائه دادند.

به گزارش سایت خبری پرسون، نشست خبری اولین رویداد ملی «پادکست فارسی» با حضور دبیر و داوران این رویداد شنبه هشتم مهر ماه در موزه ملک برگزار شد.

فرزاد حسنی اجرای این برنامه را بر عهده داشت و از داوران و مدیران رویداد درباره پادکست ها پرسید.

اسماعیل باستانی داور این رویداد بیان کرد: این روزها بسیاری اهل پادکست هستند و تاریخ، ورزش و ... را از طریق آن دنبال می کنند. بیش از یک دهه است که پادکست جای خود را باز کرده است.

وی اضافه کرد: پادکست این روزها رادیو را هم به نوعی رد کرده و برنامه سازی در رسانه را دچار تغییر کرده است. پادکست سازان مسیرهای تازه ای در حوزه رسانه یافتند.

این مجری رادیو و تلویزیون عنوان کرد: پادکست ارتش یک نفره است. یک مشکل اصلی در پادکست موسیقی است که معمولا موسیقی های خوبی برای آن انتخاب نمی شود.

وی که در حوزه پادکست سازی فعالیت دارد در این باره یادآور شد: برنامه های رادیو در زمان مشخص پخش می شوند و عموما بارگذاری نمی شوند اما صاحبان پادکست تلاش دارند هر زمانی که خواستید به آن دسترسی داشته باشید و برای شما فضای جدید و جذابی پدید می آورند.

باستانی درباره پادکست های مورد علاقه اش نیز بیان کرد: «ایستگاه فضایی» سیاوش صفاریان پور، «رادیو تراژدی» کریم نیکونظر، پادکست «جعبه» منصور ضابطیان را می شنوم و دوست دارم.

سیاوش صفاریان پور دیگر داور رویداد نیز درباره تفاوت های پادکست و رادیو تصریح کرد: سفارش دهنده اصلی محصول در پادکست متفاوت است، در این چند دهه رسانه های جدید آمده و همچنان رادیو پابرجاست. با فعالیت پادکست ها هم همچنان پابرجا می ماند. در عین حال پادکست تولید کننده و سفارش یک نفر است. پادکست رسانه فردی است اما رادیو فراگیر است.

وی اضافه کرد: در رادیو باید براساس سیاست های حاکمیت پیش بروید ولی آنچه در پادکست می گوئید در رادیو نمی توانید بگوئید. پادکست، رادیویی است که از فرستنده اصلی استفاده نمی کند.

وحید اسدی دبیر رویداد نیز در توضیحاتی بیان کرد: چرخه تولید و انتشار پیام در دهه اخیر دچار دگرگونی شده است. در پادکست همه چرخه توزیع پیام یک نفر است.

صفاریان پور در ادامه به یک مولفه در پادکست اشاره کرد و گفت: روایتگری یکی از مولفه های اصلی پادکست است. تولیدکننده های پادکست رادیو در این رویداد می توانند خود را در کنار پادکسترها بسنجند.

فرزاد حسنی هم با جمع بندی سخنان درباره پادکست اظهار کرد: پادکسترها می توانند هم در بیان مطالبشان نوعی استقلال داشته باشند و هم مطالبی انتخاب کنند که مورد علاقه خودشان باشد.

علی بیابگوی دیگر داور این رویداد نیز درباره یک مولفه مهم پادکست ها نسبت به دیگر محتواهای رسانه ای مثل رادیو تصریح کرد: پادکستر می تواند تغییرات را در محصولش دائم اعمال کند.

صفاریان پور نیز یادآور شد: در پادکست سازی در ایران برنامه هایی می شنویم که درگیری مخاطب با آنها بیشتر از برخی برنامه های رادیو و تلویزیون است، لطف بزرگ این پادکست ها انتقال تجربه است.

اسدی نیز اظهار کرد: جشنواره مقارن با روز پادکست اطلاع رسانی شد و تا ۱۵ آبان فرصت برای ارسال پادکست وجود دارد.

وی در ادامه بیان کرد: پنل هایی که اینجا برگزار می شود آموزشی است، هم در حوزه مالی و هم در حوزه ساخت پادکست.

باستانی در بخش دیگر برنامه در پاسخ به سوال حسنی درباره سود مالی پادکست ها بیان کرد: برندینگ شرط اول بازار مالی پادکست هاست و گاهی حتی یک قسمت ۱۵۰ میلیون درآمد دارد.

اسدی در پایان درباره پادکست های ارسال شده به این رویداد گفت: برای این پادکست ها امکان پخش از رادیو هم وجود دارد. ما کارگاه هایی منظم و هفتگی داریم که به صورت رایگان برگزار می شود، اینها صرفا مختص پادکسترها نیست و دیگران هم می توانند آموزش ببینند.

منبع: مهر