

پادکست را چگونه تعریف می‌کنید؟

پادکست یک محتوای صوتی است که کاربران می‌توانند با استفاده از اپلیکشن‌های پادگیر آن را بشنوند. شاید بتوان پادکست را یک برنامه رادیویی دانست که می‌توان آن را در هر زمان و مکانی شنید و با توجه به علایق شخصی به محتواهای گوناگون دسترسی داشت. کتاب‌های صوتی که در گذشته بر روی نوارهای کاست برای نابینایان ضبط می‌شد شاید اولین گام برای تولید پادکست بود.

تهران پادکست چه زمانی آغاز به کار کرد و چگونه درصد راه‌اندازی یک پادگیر برآمدید؟

علاقه من به اشتراک مطالب شنیدنی از سال ۱۳۹۴ و به عنوان یک هابی (سرگرمی) شکل گرفت. در آن زمان لفظ پادکست رایج نبود و من دوست داشتم محتوایی را که برایم جذاب بود با دیگران به اشتراک بگذارم، بنابراین آن‌ها را در سایتی پادکسترها و مخاطبینشان باید این فضا تبدیل به یک پادگیر شد که راه‌اندازی کرده بودم منتشر می‌کردم و به مرور از این اتفاق استقبال شد.

فضای این سایت برای پادکسترها (سازندگان پادکست) هم جذاب بود و درخواست می‌کردند محتوایشان را در این سایت به اشتراک بگذارند. به مرور به این نتیجه رسیدم که برای راحتی پادکسترها و مخاطبینشان باید این فضا تبدیل به یک پادگیر شود که از طریق آراس.اس.فید (REALLY SIMPLE SYNDICATION ارتباط واقعا ساده) محتوا را به مخاطبان ارائه کند.

همین روند در اپلیکشن ما هم ادامه پیدا کرد، اولین پلتفرمی بودیم که به این سمت رفتیم و نمی‌دانم هنوز در ایران وب‌سایتی وجود دارد که مبنایش خواندن آراس.اس باشد یا خیر.

در مورد فید آراس.اس و اپلیکشن‌های پادگیر بیشتر برایمان توضیح دهید.

توضیح غیرتخصصی فید آراس.اس این است که وقتی یک پادکستر، محتوایی را در یک پلتفرم منتشر کند دیگر نیاز نیست آن را در پلتفرم‌های دیگر منتشر کند و این محتوا از طریق همه اپلیکشن‌های پادگیر اعم از ایرانی و غیرایرانی همچون گوگل پادکست، اپل پادکست، کست‌باکس و تی‌پاد قابل شنیدن است. در این اپلیکشن‌ها محتوای پادکست‌ها به‌صورت خودکار به‌روزرسانی می‌شود و همه این اتفاقات از طریق فید می‌افتد. پادگیرها اپلیکشن‌های پادکست هستند که همه پادکست‌ها را می‌توانید در آنجا مشاهده کنید. در این فضا می‌توانید هر پادکستی را جستجو یا دنبال کنید و برای آن کامنت بگذارید. در این فضا امکان

پرسشونده‌ترین و بیشترین دنبال‌کننده در هر ماه را بشناسند.

ما در تی‌پاد علاوه بر این که به مخاطب فارسی‌زبان توجه ویژه‌ای داریم به دنبال مخاطب بین‌المللی هستیم و اپلیکشن به گونه‌ای طراحی شده است که مخاطب خارجی متوجه نمی‌شود از یک اپلیکشن ایرانی استفاده می‌کند، کما این‌که در حال حاضر

* شاید بتوان پادکست را یک برنامه رادیویی دانست که می‌توان آن را در هر زمان و

مکانی شنید و با توجه به علایق شخصی به محتواهای گوناگون دسترسی داشت

ارتباط دوسویه بین پادکسترها و مخاطبان وجود دارد.

در حال حاضر ما در تی‌پاد ۸۵ میلیون اپیزود داریم اما برخی اپلیکشن‌ها فقط به چند هزار اپیزود محدودند؛ زیرا آن‌ها محتوا را روی هاست خودشان منتشر می‌کنند، بنابراین نمی‌توانند تمامی

محتواهای تولیدشده را پوشش دهند. در پادگیرها می‌توان محتوا را به‌صورت آفلاین شنید؛ یعنی شما زمانی که به اینترنت دسترسی دارید آن را دانلود می‌کنید و هر زمان که مایلید می‌توانید آن را بشنوید. مخاطبان می‌توانند محتوای به‌روز و تازه را با دوستانشان به اشتراک بگذارند و از آمار لایک و تعداد شنونده هر اپیزود مطلع شوند یا پلی‌لیست موردعلاقشان را ایجاد کنند و همچنین محبوب‌ترین،



دوشنبه ۱۱ تیر ۱۴۰۲ – سال نودوهشتم – شماره ۲۸۷۰۴

گفتگو با محمد محمدی، گرداننده پادگیر

دنیای خیال انگیز صدا



مخاطبان پادکست‌های خوب و ارزشمند را می‌یابند، آن‌ها را دنبال می‌کنند و به دوستانشان هم پیشنهاد می‌دهند. مدتی پیش یکی از صدایه‌ها مشهور به کیفیت پادکست فارسی اعتراض کرد و گفت هر کسی نباید پادکست تولید کند و این موضوع در میان پادکسترها با عکس‌العمل‌های زیادی روبرو شد. این اظهارات تند و تنگ‌نظرانه است و دوستان رادیویی باید بدانند که آن‌ها هم می‌توانند وارد این فضا شوند.

پادکست رسانه جذابی است که مخاطبان خاص خودش را دارد و حتی مخاطبان آن می‌توانند از رادیو پیشی بگیرند؛ همان‌طور که در حال حاضر چن تد از هنرمندان صداوسیما وارد این عرصه شده و توانسته‌اند مخاطبان فراوانی جذب کنند. پادکست «رواق» آقای فرزین رنجبر، اکنون جزو ۱۰ پادکست پرمخاطب فارسی است

یا آقای منصور ضابطیان با پادکست «جعبه» توانسته مخاطبان فراوانی داشته باشد و همین‌طور آقای احسان عبدی‌پور با پادکست «احسان». به هر حال پادکست یک رسانه است که هنوز سانسور در آن شکل نگرفته و آزادی بیان و تعدد موضوعات توانسته مخاطب را جذب این رسانه کند.

اگرچه هرکسی می‌تواند آراذانه پادکست بسازد اما پادکست‌ها می‌توانند در فضایی حرفه‌ای تولید شوند. نباید فضای پادکست را با کلیشه‌های ذهنی محدود کرد، زیرا گاهی افراد تازه‌وارد، ابتکاراتی به خرج می‌دهند که دید تازه‌ای به مخاطبان می‌دهد و در نوع خود بسیار قابل‌تحسین است.در کنار این افراد، عده‌ای از پادکسترها هم هستند که

باید شناخته نشده‌اند در بخش شنیدنی‌ها معرفی می‌کنیم تا زمینه را برای محتواهای نو و ارزشمند فراهم کنیم.
پادگیرها چگونه سبب سهولت دسترسی کاربران به محتوای پادکست‌ها شده‌اند؟

استفاده از پادگیر به مخاطبان کمک می‌کند تا مطمئن باشند اپیزودهای جدید پادکست‌های مورد علاقه‌شان را از دست نمی‌دهند و محتواهای تازه به آن‌ها اطلاع‌رسانی می‌شود. مخاطبان در این فضا می‌توانند از بازخوردهای سایرین نیز مطلع شده و با پادکست‌های جدید و جذاب نیز آشنا شوند. پادگیر این فرآیند را برای شنوندگان پادکست تسهیل کرده است.

در ایران و جهان تاکنون چقدر پادکست تولید شده‌است؟

آمار قطعی در این زمینه وجود ندارد اما من تاکنون به آماری حدود چهار میلیون پادکست در جهان رسیده‌ام. در ایران هم آمار رسمی و دقیقی در دسترس نیست اما برآوردها حاکی از آن است که حدود ۱۰ هزار پادکست تولید می‌شود.

البته بسیاری از این پادکست‌ها مخاطب زیادی ندارند یا ادامه‌دار نیستند. حدود ۲۰ درصد پادکست‌هایی که تولید می‌شوند تک‌اپیزود هستند و دیگر ادامه پیدا نمی‌کنند.

چرا بسیاری از پادکسترها به ساخت ویدئوکست گرایش پیدا کرده‌اند؟

بالای ۹۰ درصد پادکسترها برنامه‌ای برای درآمدزایی ندارند یا به حدی نرسیده‌اند که اسپانسر بگیرند یا اسپانسرها به سراغشان بروند، بنابراین برای کسب درآمد ترجیح می‌دهند تا پادکست‌ها را به شکل ویدئوکست در یوتیوب بارگذاری کنند تا اگر شرایط مهیا باشد بتوانند از آن درآمد دلاری کسب کنند.

شاید ادامه‌دادن تولید پادکست برای سازندگان آن دشوار است.

قطعا برای افرادی که با انگیزه و علاقه پادکست تولید می‌کنند کار چندان دشواری نیست اما عده‌ای می‌خواهند مثلا با یک پست در فضای مجازی یا اینستاگرام معروف شوند یا انتظار دارند با ساخت یک یا دو اپیزود، مخاطبان زیادی جذب کنند.

این اتفاق مقهور نیست. استمرار در تولید پادکست یکی از مقوله‌های مهم در این زمینه است و پادکستی که استمرار نداشته باشد قطعا یا مخاطبی جذب نمی‌کند یا همان شنوندگان اولیه‌اش را هم از دست می‌دهد.

آیا ممکن است پادکست ایرانی از طریق حمایت مخاطبان به درآمدزایی منجر شود و از نظر اقتصادی برای سازندگانش درآمدزا باشد؟

موضوع حمایت مخاطبان از پادکست یا به عبارتی «دونیت» هنوز در ایران جا نیفتاده و باید در این زمینه فرهنگ‌سازی شود تا مخاطبان بدانند که حمایت آن‌ها ممکن است ادامه کار را برای بسیاری از سازندگان پادکست تسهیل کند و آن‌ها بتوانند با انگیزه

* برآوردها حاکی از آن است که در ایران، حدود ۱۰ هزار پادکست تولید می‌شود

* حدود ۲۰ درصد پادکست‌هایی که تولید می‌شوند تک‌اپیزود هستند و

دیگر ادامه پیدا نمی‌کنند

بیشتری به تولید محتوا بپردازند.
ما در تی‌پاد در صد هستیم فضایی را برای اسپانسرها ایجاد کنیم که آن‌ها بتوانند در بین هر اپیزود، تبلیغ صوتی داشته باشند

چهارراه



گفتگو

کمیته جامعه

چهارراه

گفتگو

کمیته جامعه

باید شناخته نشده‌اند در بخش شنیدنی‌ها معرفی می‌کنیم تا زمینه را برای محتواهای نو و ارزشمند فراهم کنیم.

بسیاری از پادکست‌ها با این شیوه می‌توانند درآمد داشته باشند. ما با بسیاری از اسپانسرها هم در تماسیم و برای پادکست‌ها اسپانسر جذب می‌کنیم. هرچه این فضا توسعه پیدا کند برای اسپانسرها هم جذابیت بیشتری خواهد داشت و بیشتر حاضر می‌شوند در این زمینه هزینه کنند.

آیا دهه هشتادی‌ها و نودی‌ها می‌توانند با پادکست ارتباط برقرار کنند؟

قطعا آن‌ها هم می‌توانند با این فضا ارتباط برقرار کنند، البته بیشتر مخاطبان پادکست، متولدین دهه‌های ۱۳۶۰ تا ۱۳۸۰ هستند و این سه نسل بیشتر توانسته‌اند با فضای پادکست ارتباط برقرار کنند. دهه شصتی‌ها از زمانی که فضای مجازی رایج شد بیشتر وبلاگ‌نویس بودند و بسیاری از پادکسترهای این روزها قبلا وبلاگ داشته‌اند اما با گسترش فضای مجازی و تمام شدن دوره وبلاگ‌نویسی، بسیاری از افراد به شنیدن پادکست روی آوردند.

قطعا این فضا می‌تواند در شرایط فعلی فرهنگ کشور مؤثر واقع شود و کورسویی باشد.

متأسفانه محتوایی که برای نسل‌های جدید تولید می‌شود محتوای فاخری نیست، شاید پادکست‌ها بتوانند دسترسی به چنین محتوایی را برای مخاطبان فراهم کنند و با توجه به جذابیتی که برای افراد دارند گوشه‌ای از بار فرهنگی کشور را به دوش بکشند.

معمولا پادکست‌های دینی بیشترین آمار تولید را دارند اما لزوما بیشترین شنونده را ندارند. موضوعات روان‌شناسی و تاریخی، بیشترین شنونده را در ایران دارند و بسیار پرمخاطبند.

آیا فضای پادکست فارسی اشباع شده یا زمینه برای تولید پادکست‌های جدید فراهم است؟

ما همچنان نسبت به کشورهای پیشرفته از آمار جهانی عقب‌تریم و تعداد کسانی که در ایران پادکست می‌شنوند هنوز کم است. این رسانه می‌تواند مخاطبان بسیار زیادی داشته باشد و نرخ رشد خوب پادکست در ایران، مؤید این مطلب است.

تولید محتوا در چه حوزه‌ای بیشتر صورت می‌گیرد و پربازدیدترین پادکست‌های فارسی کدامند؟

معمولا پادکست‌های دینی بیشترین آمار تولید را دارند اما لزوما بیشترین شنونده را ندارند. موضوعات روان‌شناسی و تاریخی، بیشترین شنونده را در ایران دارند و بسیار پرمخاطبند.

پادکست «رادیو راه» مجتبی شکوری، پرمخاطب‌ترین پادکست فارسی است و برآورد می‌شود اپیزودهای این پادکست ۹۰ میلیون بار شنیده شده باشند. پادکست «بی‌پلاس» علی بندری، بالغ بر ۵۰ میلیون بار شنیده شده و چون موضوع آن مربوط به کتاب است مخاطب بسیاری دارد. پادکست «چاقکری» نزدیک به ۴۵ میلیون بار شنیده شده و پادکست «رخ» بیش از ۴۰ میلیون بار، «کتاب باز» نزدیک به ۳۰ میلیون بار و «رواق» نیز حدود ۲۵ میلیون بار شنیده شده است.

«داستان شب» از پادکست‌های قدیمی است که بالای ۲۰۰ هزار اپیزود منتشر کرده‌است. پادکست‌هایی مانند «رادیو تازگی»، «دانس»، «کارگاه»، «گوتوپیا»، «کتاب جیبی» و... بسیار خوب کار می‌کنند و پادکست «طنزپردازی» هم جزو ۱۰ پادکست پرمخاطب فارسی است. به‌طور کلی پادکست‌های طنز در دنیا بسیار پرتفرزاند اما پادکست طنز در ایران کمتر تولید می‌شود و کمتر طنزپردازی در این فضا توانسته نظر مخاطبان را جلب کند.

شما در روز چند ساعت پادکست می‌شنوید و چه پادکست‌هایی را دوست دارید؟

در روز حدود دو تا سه ساعت پادکست گوش می‌کنم و به پادکست‌های «رادیو راه»، «رادیو دیو»، «بی‌پلاس»، «آلبوم»، «رختکن بازنده‌ها»، «رخ» و «طبقه ۱۶» علاقه دارم.