

## خلال ندوة في «أمريكية دبي»: «البودكاست» أسرع أشكال الإعلام نموّاً





دبي:

«الخليج»

ينمو سوق التدوين الصوتي (البودكاست) بمعدل يبلغ 30% سنوياً، بينما يحاول المستهلكون تصفية الفائض من المحتوى الإعلامي. شارك سايمون ساتون، الرئيس السابق وكبير موظفي الإيرادات في شركة «هوم بوكس أوفيس»، بيانات تظهر الطلب المتزايد على وسائل الترفيه السمعية [Luminary Media] والرئيس التنفيذي حالياً بشركة المحمولة في سلسلة الدورات التنفيذية التي استضافتها كلية محمد بن راشد للإعلام بالجامعة الأمريكية في دبي. خلال هذا الحدث الحصري عبر الإنترنت، وبحضور 100 مختصّ وباحث في الإعلام من جميع أنحاء الإمارات، رسم سايمون خريطة الانتقال من الموسيقى وحوارات الراديو إلى البودكاستينغ، الذي وصفه بأنه «برنامج حوارى عند الطلب». كما تحدث عن آثار جائحة «كورونا» في هذا المجال، فقال إن صناعة البث الصوتي، تطورت أثناء ملازمة الناس بيوتها، حيث إنه يمكن تقديم الإنتاج والتحرير بسرعة عن بُعد. وأضاف «شهدت منصات الاشتراك إقبالاً كبيراً خاصة من طرف الفئات الأصغر سناً، حيث يبحث الأشخاص عن محتوى صوتي، وهم يعملون من المنزل. كما عزز اختراع الأجهزة الصوتية المحمولة والإقبال عليها، عمل البث الصوتي وأصبح بإمكان المستهلكين الوصول إلى المحتوى في أي زمانٍ ومكان».

وعند سؤاله عن نصائح عن كيفية تطوير بث صوتي ناجح، أكد سايمون ضرورة أن يكون محتواه بلغة المُستمع وذا صلة بالبيئة المحلية. كما أن مناقشة المواضيع التي تنال شغف الأفراد تحقق تفاعلاً أكبر. ولكن قبل كل شيء نصح بأنه يجب أن يكون للبث الصوتي الجيد وجهة نظر واضحة. كما توقع أنه وفي غضون عامين سوف تسيطر الشركات الثلاث الكبرى آبل وسبوتيفاي وغوغل على هذا المجال.

والأستاذ المساعد في جامعة نيويورك بكلية HBO أدار الدورة التنفيذية تشارلز شريجر، الذي كان يعمل سابقاً في ستيرن لإدارة الأعمال، وفي برنامج الماجستير في كلية محمد بن راشد للإعلام، واختتمت بجلسة أسئلة وأجوبة

