

В ГОЛОС!



ОТ
СОЗДАТЕЛЬНИЦ
ПОДКАСТА
«КОВЕН ДУР»

ПО СОЗДАНИЮ ПОДКАСТА

НЕСКУЧНОЕ РУКОВОДСТВО

МИФ Подростки

Марина Козинаки

**В голос! Нескучное руководство
по созданию подкаста**

«Манн, Иванов и Фербер (МИФ)»

2020

УДК 808.543
ББК 76.031

Козинаки М.

В голос! Нескучное руководство по созданию подкаста /
М. Козинаки — «Манн, Иванов и Фербер (МИФ)», 2020 — (МИФ
Подростки)

ISBN 978-5-00-169144-0

Перед вами самое простое, понятное и дружелюбное руководство по созданию подкаста для тех, кто не знает, с чего начать. Своим опытом – от записи программы до раскрутки личного бренда – делятся авторы популярного культурного подкаста «Ковен Дур».

УДК 808.543
ББК 76.031

ISBN 978-5-00-169144-0

© Козинаки М., 2020
© Манн, Иванов и Фербер
(МИФ), 2020

Содержание

Глава 1. С чего начался подкаст «Ковен Дур»	8
Зачем нам и вам подкаст?	10
Что получает слушатель?	11
Поболтали – и хватит?	14
Поиск уникальности	15
Мы в ответе за свои слова	18
Обязательно ли придерживаться темы	19
Глава 2. Подкасты: что это такое и с чем их едят?	20
Мир подкастов за рубежом и у нас	21
Почему подкасты актуальны	22
Конец ознакомительного фрагмента.	24

Марина Козинаки, Ольга Птицева, Евгения Спащенко, Александра Степанова, Сергей Христюлов В голос! Нескучное руководство по созданию подкаста

Издано с разрешения авторов

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Текст © Марина Козинаки, Ольга Птицева, Евгения Спащенко, Александра Степанова, Сергей Христюлов, 2020

Иллюстрации © Марина Козинаки, 2020

Издание на русском языке, оформление © ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2021



- Ау, все на связи?
- Сашу не слышно.
- А так?
- Так слышно, да.

- Кто здороваться будет? Я в прошлый раз начинала. Марин, давай ты?
- Ок.
- Считать будем?
- Давайте.
- Раз! Два! Три!
- Здравствуйте, дорогие слушатели. Это самый хулиганский из литературных подкастов – «Ковен Дур», и с вами сегодня Саша Степанова...
- Привет!
- Оля Птицева...
- Здравствуйте, дружочки!
- Женя Спащенко...
- Привет-привет.
- И я – Марина Козинаки. Ну что? Поехали!

Глава 1. С чего начался подкаст «Ковен Дур»



Наша история: из писателей в подкастеры и обратно. Зачем творческому (и не только) человеку подкаст. Какова его ценность для аудитории. Поиск уникальности и ответственность за каждое слово.

В начале было Слово. Нет, стоп. Это не наша история. Наша история другая.

Вначале были мы: Марина Козинаки, Евгения Спащенко, Саша Степанова и Оля Птицева. Вечно начинающие авторы из редакции, выпускающей книги для подростков. Мы устраивали презентации, встречались с читателями в книжных магазинах и кафе, выпускали мерч, организовывали дискуссии и старались делать все, чтобы наши книги нашли свою аудиторию. Самостоятельно превратить книгу в бестселлер сложно, но делать это в компании куда веселее.

У нас был чат в «Телеграме». Там мы делились своей писательской болью: дополнительный тираж не дали, качество печати падает, продвижения от издательства не жди, редакция подкачала, книги снова попали в неподходящую серию и вызвали волну читательского недоумения. А еще хохотали над забавными отзывами, обсуждали литературные новости вкупе с личными, как это делают обычные подруги. Иногда нам казалось, что мы живем в ситкоме или стендап-шоу. Тогда-то наш серый кардинал Сергей Христоролюбов, а по совместительству муж Марины предложил заменить поток голосовых сообщений живой беседой, которую смогут услышать все. Превратить его в подкаст.

– У вас же куча историй, вас любят читатели, – сказал он. – Значит, и слушатели полюбят!

Сергей как раз страстно увлекся зарубежными подкастами и мечтал создать свой. Но попробовать самому показалось сложным. А вот надоумить других – проще простого. Так началась совместная работа над проектом «Ковен Дур».

Первый эпизод записывался на кухне под чашечку чая и пирог, на чистом энтузиазме. Нас обычно хлебом не корми – дай поболтать, а у Сергея под рукой была профессиональная техника (в [пятой главе](#) мы подробно расскажем какая), так что проблем не возникло.

Конечно, если бы мы писали пилотный выпуск сейчас, то отнеслись бы к разработке плана и сбору фактов куда серьезнее. Возможно, иронии и смеха бы чуть поубавилось, а полезности прибавилось. Но мы не понимали всей серьезности затеи, потому решили начать с того, что умели лучше всего, – с веселой дружеской болтовни о литературе и жизни современного автора.

Нам повезло: уровня ораторской подготовки, опыта написания, редактуре, публикации, продвижения книг и взаимного интереса хватило для содержательной беседы. Даже обилие личных проблем ее не испортило, поскольку они были показательными для начинающего писателя, который так или иначе сталкивается с нарушением границ в интернете, с необходимостью выстраивать свой бренд и прокачивать писательский скилл, а еще – с минусами серийной публикации книг и читательских ярлыков.

Но легко можно представить, как все складывается иначе и подкаст «Ковен Дур» погибает, так и не став популярным. Чтобы с вами такого не произошло, в [четвертой главе](#) мы основательно подготовим вас к записи первого выпуска. А пока вернемся к нашему «пилоту».

Итак, мы рассказали о себе и своих книгах, поделились внушительным списком волнующих нас вопросов и без особых ожиданий выложили подкаст в Сеть. И вдруг он начал стремительно набирать прослушивания! Тут-то мы и задумались о новом формате всерьез.

Зачем нам и вам подкаст?

Все мы разные, и мотивация запустить подкаст может существенно отличаться. Давайте мы расскажем, для чего он нам, а потом вместе подумаем о вашей личной выгоде.

Для писателя подкаст – возможность найти свою нишу на книжном рынке, поговорить с читателем с глазу на глаз, поделиться переживаниями и мечтами, попробовать изменить свое место в литературном мире, стать видимым для тесного литературного сообщества. Это отличный шанс обзавестись знакомыми и друзьями, собрать вместе людей, горящих одной идеей. Подкаст выводит автора, запертого в четырех стенах, на свет, делает его публичным, а книги – узнаваемыми. Писательство – закрытая профессия. Как общаться с читателем, если постоянно сидишь за компьютером, уткнувшись в текст? А ведь и харизма, и взгляды на мир, и главная цель, которую автор ставит для себя, – это ресурс для роста личного бренда. Подкасты помогают его развивать.

Целью первых выпусков «Ковена Дур» была работа над собственными ошибками, которых накопилось немало. Мы хотели рассказать, чем и как живет современный молодой писатель, что болит в нем и куда он стремится. Конечно, это была полнейшая авантюра – выбраться из зоны комфорта и заговорить настолько громко, насколько позволял микрофон. К счастью, читатели, давно следившие за нашим творчеством через «Инстаграм» и «ВКонтакте», привыкли ко всевозможным странностям нашей четверки и поддержали смену курса. Подкаст получил отличный старт.

Вполне вероятно, что и вам подкаст сулит немалые выгоды. Например, он поможет:

- **вовлечь аудиторию в то, чем вы занимаетесь;**
- **сформировать свой авторский голос;**
- **создать дополнительный контент;**
- **построить сеть полезных знакомств;**
- **не покрыться пылью в собственных взглядах.**

Список можно продолжить, опираясь на ваши жизненные и творческие цели, интересы. Предлагаем заняться этим прямо сейчас.

ЗАДАНИЕ

Поразмышляйте, что может принести вам работа над подкастом, и запишите несколько тезисов. Возвращайтесь к ним снова и снова, когда первая мотивация пойдет на спад.

Зачем мне подкаст:

Что получает слушатель?

Зачем нам нужен «Ковен Дур», кажется, выяснили. Но для чего этот подкаст слушателям?

Главная цель проекта совпадает с личной целью участников. Мы хотим стать проводниками слушателей в большой и прекрасный околокультурный мир. Книжки, театр, музыка, блоггинг, иллюстрации и активизм. Сегодня человек тонет в обилии информации, не успевает быть в курсе всего и стыдится этого. Мы же считаем, что не знать чего-то – нормально. Не разбираться в современном искусстве и большой литературе – нормально. Мы – те самые друзья, с которыми можно начать узнавать и понимать, но делать это легко и весело.

Легко и весело о сложном и серьезном – вот наша основная концепция. Вокруг и так чересчур много стыдного. Стыдно не знать классику, не любить премиального автора или любить определенные жанры и читать – а то и писать! – только их. Мы против табу, запретов и предрассудков. Против снобизма в культуре и вообще. Плох тот ученый, который не может объяснить свою теорию пятилетнему малышу. Мы учимся вместе с нашими слушателями. И это подкупает.

А что насчет других профессий, спросите вы? С писательством все понятно, но я-то финансист/водитель/герпетолог¹. Как совместить подкаст с моей специальностью?



Мы считаем, что нет такой сферы деятельности, о которой невозможно было бы увлекательно рассказать. Как вариант, банковский работник может дать ценные советы об экономии, личном бюджете и о том, куда вкладывать средства, любитель рептилий – популяризировать хамелеонов в качестве домашних животных, а водитель – поведать миру странные и даже мистические истории, подслушанные у пассажиров.

Вышиваете крестиком или коллекционируете комиксы? Расскажите, почему это интересно и важно. Увлечены историей своего города? Обязательно найдутся те, кто тоже захочет ее узнать. Возможно, именно вы запишете первый русскоязычный фэнтези-подкаст. Или внутри вас накопилось некоторое количество боли, связанной со сферой вашей учебы или работы?

¹ Герпетолог – специалист по рептилиям и земноводным.

Когда-то мы сильно переживали за начинающих авторов, которым только предстоит пройти по всем кругам книгоиздания, и решили рассказать в подкасте о тех ошибках, которые совершили сами, – а теперь пишем эту книгу для начинающих подкастеров.

ЗАДАНИЕ

Подумайте, чем вы интересны незнакомым слушателям. Что в вашей жизни делает вас уникальным рассказчиком? Поверьте, каждый из нас именно таков, главное – хорошенько в себе разобраться.

Моя интересная профессия / мое неожиданное хобби:

Итак, живой материал для подкаста у вас есть, осталось сформулировать идею. Идея подкаста – это повестка и темы, которые задевают именно вас. Чем сильнее будет эмоциональный отклик создателя подкаста, тем ярче и крепче к нему привяжутся слушатели. Да и шансов, что ваша команда не перегорит и не бросит проект, в таком случае куда больше. Как же определиться с темой? Попробуйте для начала решить, по какому пути пойдет ваш подкаст:

Путь А: есть тема, в которой вы отлично разбираетесь, поэтому вам будет интересно о ней говорить.

Пусть Б: есть тема, в которой вы ничего не смыслите, но очень хотите разобраться, поэтому о ней будет интересно говорить.

Мы хорошенько подумали и выбрали темы, которые подходят для нас.

Идеи «Ковена Дур» для пути А:

- как заработать на гречку, если ты писатель;
- занимательное котоведение;
- тяготы и лишения жизни мультипотенциала.

Идеи «Ковена Дур» для пути Б:

- физика для любопытных, или откуда в лампочке свет;
- архитектура для тех, кто просто любит дома;
- театральный ликбез для чайников, влюбленных в «Гоголь-центр».

Если вам кажется, что самые интересные темы и популярные ниши в мире русскоязычного подкастинга уже заняты, поспешим развеять ваши опасения: этот рынок в России не освоен и наполовину (об этом подробнее во [второй главе](#)). И пока он стремительно растет, у вас есть все шансы заполучить свой лакомый кусочек, ворвавшись в мир подкастов с уникальным звучным проектом.

Вот лишь несколько идей, которые мы – ведущие «Ковена Дур» – набросали навскидку, задумавшись о том, каких подкастов не хватает лично нам. На самом деле запросов у будущей аудитории намного больше.

Вот бы послушать подкаст про:

- веганство и экологичную жизнь с советами для городского жителя;
- урбанистику (спасибо Илье Варламову, который запустил его, пока мы писали эту книгу);
- экономные путешествия с лайфхаками для начинающих;
- выбор недвижимости, ремонт своими руками;
- финансовую грамотность простым языком;

- домашних животных с советами по уходу, воспитанию;
- жизнь известных и не очень писателей в жанре журналистского расследования;
- книги, кино, постановки в жанре фэнтези;
- букинистов;
- Льва Толстого на основе его дневников – в нарративном формате.

ЗАДАНИЕ

Настал ваш черед. Если вы по-прежнему сомневаетесь в личной пригодности к подкастингу, возьмите карандаш и запишите пять самых безумных идей для пути А и для пути Б. Чем оригинальнее будут эти идеи, тем лучше. Ориентируйтесь на пользу, которую они принесут людям, и помните: полезны не только материальные вещи, но и радость, душевная беседа, расширение горизонтов.

Идеи для моего подкаста, путь А:

Что получит слушатель?

Идеи для моего подкаста, путь Б:

Что получит слушатель?

Прислушайтесь к себе: какая из идей находит в вас самый сильный отклик? Готово? Выделите выбранную тему! А теперь айда воплощать задуманное в жизнь!



Поболтали – и хватит?

Если вы подумали, что для успешного подкаста достаточно ненавязчивой болтовни, то это не совсем так. Наша «чайная» беседа в первом выпуске сработала только потому, что мы успели набраться писательского опыта, а с ним и смешных историй. В них легко было найти материал для первых выпусков. Проблемы, которые мы поднимали, оказались актуальными для творческих людей. К тому же первыми слушателями подкаста стали читатели наших книг. Благодаря им он «выстрелил».

В пилотном выпуске мы говорили в основном о личном. Этот путь подходит подкастерам с наработанной лояльной аудиторией. Если и вы собираетесь непринужденно рассказывать о собственных буднях, убедитесь, что это нужно слушателям. Иначе проект рискует превратиться в голосовые сообщения, интересные только тем, кто вас знает.

«Ковену Дур» повезло еще и с техником. Вся работа по сведению звука, выкладке подкаста, нарезке смешных реплик для короткого пролога, выбору техники и даже написанию джингла легла на плечи Сергея. Именно благодаря качеству его работы «Ковен Дур» приятно слушать в записи с первого выпуска.

Поиск уникальности

Наш подкаст до краев полон самоиронии. Даже название говорит само за себя, хотя нас постоянно спрашивают, что оно значит и как правильно читается.

Это что-то французское? Пишется слитно, так? О, это крепость из книг Толкина? Нет. Это «Ковен Дур», где ковен – компания ведьм, регулярно слетающихся на ночной шабаш, а «дуры» – просто глупые женщины.

Чем больше у нас появляется знаний, тем их меньше из-за растущей лавины новых смыслов. Своим названием мы признаем, что не понимаем многого, как и наши слушатели, но это вовсе не порок. Да, с детства нас приучают к элитарности литературы. Если ты не читал ранние труды Достоевского, в приличном обществе лучше не появляться, но мы с этим не согласны! И честно признаемся в подкасте, какие книги только планируем прочесть, на какие спектакли так и не попали и какое кино в глаза не видели.

У нас получается не навязывать слушателю свою правду. Мы делимся личным опытом, а принимать ли его за истину – каждый решает сам.

Есть ли другой путь для создания подкаста? Их тысячи! Вот несколько примеров того, на чем можно построить проект:

- **экспертность:** главное, чтобы вы в полной мере владели информацией, а слушатель был готов к ее потоку и не заскучал;
- **личная харизма:** не обязательно выступать положительным персонажем; людей способны заинтересовать и собеседник-антагонист, своеобразный «злой гений»;
- **конфликт ведущих:** спорьте и выясняйте правду, но помните, что вашу драку никто не увидит;
- **атмосферность:** используйте необычный тембр голоса или акцент, чтобы влюбить в себя слушателя, создавайте нестандартный музыкальный фон, добавляйте звуки, нагнетайте напряжение, до конца сохраняйте интригу;
- **неидеальность:** заявите о своих ошибках, изъяснях и покажите, как преодолеваете проблемы, идете по жизни с таким багажом;
- **формат:** запишите самый короткий подкаст в мире (но информативный), создавайте пятнадцатиминутные выпуски каждый день, берите блиц-интервью. Приступайте к записи рано утром, едва проснувшись, или, наоборот, работайте над проектом глухой ночью, запершись в подвале;



• **новизна:** воплотите идею, которая раньше никому не приходила в голову, – нечто странное, невозможное на первый взгляд, и пусть вопрос, кому вообще такое интересно, вас не останавливает.

Только вам решать, в чем будет ваше уникальное конкурентное преимущество. Главное, чтобы его поиск не слишком вас утруждал, – здесь важна естественность.

ЗАДАНИЕ

Кратко запишите, в чем ваша неповторимость. Вспомните хотя бы пять-семь характеристик, и пусть их оценка вас не волнует. Любите вставлять в речь иностранные словечки – в копилку идей, картавите или на ходу сочиняете стихи – отлично! А может, вы говорите слишком медленно или быстро (как соведущие подкаста «Ковен Дур») и не раз слышали, что раздражаете этим публику? Засчитано как индивидуальная особенность. Не пытайтесь придумывать, пишите все, что приходит в голову. Так работают актеры, превращая видимые недостатки речи или внешности в визитную карточку, изюминку, которую полюбят зрители. Давайте поступим согласно их принципу и на мгновение поверим, что любая уникальная характеристика выделяет вас из толпы, придает харизмы, если правильно ее обыграть.

В чем моя уникальность:

Если ничего особенного так и не вспомнилось, не отчаивайтесь. Берите ручку, блокнот и отправляйтесь опрашивать друзей и родственников. Наверняка они подскажут, чем вы отличаетесь от остального мира. Позже, когда мы будем говорить о личном бренде, эти записи вам понадобятся.



Мы в ответе за свои слова

Подкаст, как и книга или блог, – серьезный проект. Все, что было сказано под запись, отправляется в мир, и важно, чтобы ведущие об этом помнили. Если вы намерены обсуждать острые темы, запаситесь правдивой информацией, чтобы не вводить слушателей в заблуждение. Держите в кармане факты и доводы, будьте готовы отстаивать свою точку зрения публично и никогда не обвиняйте никого голословно.

В соцсетях наша команда не раз сталкивалась с неоднозначными вопросами от слушателей. Если мы сходимся во мнениях, то отвечаем от имени всего «Ковена Дур», если нет – каждая озвучивает свое видение. Главное здесь – понимать, что любые слова порождают информационную волну. То, насколько открыты и откровенны вы будете, зависит только от вас. Подкаст – это информационный продукт, в основе которого – ваш авторитет перед слушателем. И отсутствие личной ответственности за свои высказывания способно очень серьезно его подорвать.



**ВСЕГДА ПРОВЕРЯЙТЕ СПОРНУЮ ИНФОРМАЦИЮ
ПЕРЕД ЭФИРОМ, ЧТОБЫ НЕ ПОПАСТЬ ВПРОСАК.**

ИСТОРИЯ ПРО ДРАКОНОВ

Как-то раз во время записи подкаста одна из нас высказала мнение, что на бесплатных самиздат-платформах полным-полно странных историй про влюбленность в драконов². Замечание органично вписывалось в беседу, но к концу выпуска мы засомневались, так ли уж много подобных книг в действительности. Чтобы не выдавать личные догадки за факты, мы открыли одну из самых известных самиздат-площадок и в топе рекомендованной литературы наткнулись на десяток любовных романов про героинь, восплававших чувствами к крылатым гадам (и прекрасным юношам по совместительству). Утверждение было доказано. С тех пор мы стараемся проверять информацию заранее, чтобы и впредь избегать оценочности и когнитивных искажений.

² Речь идет о популярном сюжете: попаданка из реального мира оказывается в мире фантастическом и становится невестой верховного правителя, превращающегося в чешуйчатое чудовище.

Обязательно ли придерживаться темы

Когда мы размышляли о продукте, который хотим создать, то решили, что будем выпускать окололитературный подкаст в режиме стендапа и говорить о литературе легко и с юмором, тем самым развенчивая миф о чтении как привилегии для избранных.

Но постепенно мы стали замечать, что спектр интересных нам явлений гораздо шире, чем книги. Поэтому с третьего сезона решили взять курс на олокультурность и отважно шагнули в мир культуры в целом.

Это пример того, как подкаст растет и видоизменяется. Любой проект обладает жизненным циклом: после этапа стремительного роста он либо пойдет на спад, либо трансформируется во что-нибудь другое, отвечающее новым интересам создателей.

Если наш пример вас вдохновил, наверняка вам не терпится приступить к записи собственного подкаста или хотя бы оформить идеи в стройный план. Именно с этого и нужно начать. Следующие главы помогут определиться с основными задачами первого выпуска. А пока давайте разберемся, что за зверь такой – подкаст.

Глава 2. Подкасты: что это такое и с чем их едят?



Очень краткая история подкастинга. Почему подкасты – это актуально и интересно. Как сформировать правильное инфополе. Словарик начинающего подкастера.

Термин «подкастинг» (англ. podcasting) возник в результате объединения двух слов: iPod и broadcasting (широкое вещание). Компания Apple к его появлению прямого отношения не имеет: просто британский журналист Бен Хэммерсли в своей статье для The Guardian, рассуждая о новом буме любительского радио, привел в пример именно плеер iPod от Apple, все остальное – удачная игра слов. «Я придумал дрянное предложение, – признается потом Хэммерсли. – Даже не помню, как это произошло». Немногим позже, в том же 2004 году, бывший видежей MTV Адам Карри напишет код программы iPodder, которая позволит автоматически загружать аудиофайлы в плеер по технологии RSS, – и станет первым, кто использовал подкастинг.

В 2005 году слово «подкаст» внесли в Оксфордский словарь в качестве слова года.

Мир подкастов за рубежом и у нас

Интересный факт: первое интернет-радио появилось в США в 1993 году. Это было еженедельное шоу-интервью на компьютерную тематику. Записи эфиров распространялись в формате аудиофайлов, которые нужно было скачивать.

Нельзя сказать, что новый формат мгновенно оценили. Поначалу подкасты выпускались немногочисленными заинтересованными людьми и постепенно отправлялись на свалку истории, не будучи способными конкурировать с куда более успешным видео. Все изменилось в 2014-м с выходом Serial – true crime подкаста Сары Кениг, которая в течение года разбиралась в обстоятельствах убийства школьницы Хэ Мин Ли, а затем в лучших детективных традициях рассказала о своем журналистском расследовании в эфире. Serial не только пробудил интерес к подкастам, но и практически с нуля создал для них многомиллионную аудиторию слушателей.

Еще один интересный факт: в СССР концептуальный прообраз подкастинга появился задолго до самого термина и даже до возникновения интернета. Проект «Иллюзия независимого радио» был создан журналистами Галиной Пилипенко и Валерием Посиделовым в 1989 году. Он представлял собой аудиозаписи ростовских андеграундных рок-групп, которые по подписке рассылались по всей стране на аудиокассетах и бобинах и были своеобразным «звуковым приложением» к самиздат-журналу «Ура Бум Бум». Всего было создано четыре выпуска; сейчас это раритетный и очень ценный материал.

История русскоязычных подкастов в привычном нам виде началась в 2005-м. Именно тогда Василий Стрельников открыл первый в России подкаст-хостинг Rpod. Просуществовав девять лет, проект закрылся в 2014-м после выхода Serial: сравнив статистику прослушиваний русских подкастов с зарубежной, Стрельников заключил: «Русский подкастинг мертв».

Мертв или не мертв, но в настоящее время во всем мире насчитывается около семисот тысяч подкастов. Около трех тысяч из них – сегмент России, и это число продолжает расти.

Однако если в США уже существуют самостоятельные подкаст-студии и отдельные крупные медиа (The Guardian, Forbes, National Geographic) выпускают собственные подкасты в качестве еще одного способа привлечь внимание аудитории, то в нашей стране индустрия только начинает формироваться: статистика неясна, продвижение довольно стихийно, а стабильная монетизация отсутствует вовсе. Всем прекрасно известны подкасты «Медузы» и «Арзамаса»; помимо этого в Рунете существует немало специализированных подкастов от независимых блогеров, но многие тематические ниши остаются незаняты, и это хорошая новость для тех, кто ищет свободу творчества. Тем более что сфера подкастинга сравнительно бюджетна: новичку будет достаточно технических средств, которые и так у каждого под рукой, – смартфона и компьютера с программой обработки звука.

Почему подкасты актуальны

В самом общем смысле подкаст – это аудиоблог одного или нескольких людей, а подкастинг – процесс, или, вернее, искусство создания такого блога. Именно в слове «блог» заключается основное отличие подкастов, например, от радио: это очень «теплый» формат, основанный на искреннем интересе слушателей к теме подкаста и личности ведущего. К тому же можно выбрать удобное для себя время прослушивания, поставить выпуск на паузу или перемотать.

В отличие от коротких вирусных видеороликов на «Ютубе» или в «ТикТоке», подкаст подразумевает более глубокое погружение в контент: мы вряд ли случайно услышим где-то в Сети отрывок из того или иного подкаста и решим, что он нам нравится, как это часто происходит с текстами или видео. Постоянные слушатели подкаста – действительно заинтересованные в нем люди, так называемая лояльная аудитория (о которой мы подробно поговорим в [седьмой главе](#), посвященной личному бренду). Между слушателем и подкастером неизбежно устанавливается эмоциональная связь: если подкаст по-настоящему захватывает, то ожидание нового выпуска сравнимо с ожиданием очередной серии любимого телесериала. Восемьдесят процентов аудитории дослушивают выпуски до конца, несмотря на то что их средняя продолжительность от тридцати до шестидесяти минут. Чтобы достичь такого же количества досмотров визуального контента, видео должно быть по-настоящему новаторским!





По текстам кликают чаще. Но их и закрывают чаще. Включая подкаст, человек совершает более осознанный выбор. И часто



остается верен этому выбору.

Ли́ка Кремер (студия подкастов «Либо/Либо») для Wonderzine

Еще одним преимуществом подкастов является возможность слушать их, не отрываясь от повседневных занятий: на пробежке, за рулем или в метро, перед сном, вместо сна, во время рутинных дел вроде приготовления еды или мытья посуды – и при этом получать информацию! И нужен для этого всего лишь обычный смартфон с установленным приложением – подкаст-платформой.

Во время карантина подкасты стали еще одним способом почувствовать себя в безопасности и расширить границы мира, чтобы не ощущать полную от него оторванность. Для многих людей они стали настоящим спасением!



Будьте собой. Не пытайтесь jump of the backward – перепрыгнуть через себя спиной вперед. Вся прелесть подкаста – когда интересный человек с внутренней глубиной сидит перед микрофоном и может заинтересовать этим слушателей. <...> Просто наслаждайтесь тем, что вы



делаете!

Василий Стрельников в подкасте «Либо выйдет, либо нет»



Медийная личность – точка отсчета для старта хорошей передачи... Личность с четкой авторской позицией формирует хорошего блогера, журналиста, телеведущего и ведущего подкастов... Найдите в себе то, что вам интересно. Если вы сумеете рассказать об этом ярко и зажигательно, если это будет еще и информативно – может получиться.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.