

## Подкасты в современных интернет-коммуникациях

Научный руководитель – Стрельникова Светлана Вячеславовна

*Лебедев Алексей Андреевич*

*Студент (бакалавр)*

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф.

Решетнева, Красноярск, Россия

*E-mail: l.lebedev.2000@gmail.com*

Российский интернет с 2017 года стал все больше и больше наполняться новым типом мультимедиа контента - подкастами. Подкасты совмещают в себе особенности коммуникации из интернета и радио. Коммуникация является односторонней, то есть слушатели во время прослушивания передачи никак не могут вступить в диалог с автором подкаста, но у них есть возможность оставить отзыв в приложении для прослушивания подкастов (например, Apple-подкасты). В подкасте существует рубрика чтения отзывов или ответов на вопросы, и есть шанс, что отзыв слушателя прочитают и отреагируют на него. Примером может являться подкаст интернет портала Stopgame.ru, где в конце выпуска ведущий читает отзывы на Apple-подкастах и комментирует их: если там есть вопрос - он на него ответит, если есть похвала или замечание, то отреагирует на это. Коммуникация в подкастах многое черпает из радио, это связано с тем, что и радио, и подкасты являются аудио контентом (однако нередко существуют и видеoversии подкастов). Если ведущий подкаста приглашает гостя в выпуск и выбирает формат интервью, то он заранее может попросить слушателей написать ему интересные им вопросы гостю, а в процессе интервью он их зачитает. Такой подход можно встретить в подкасте «Сережа и микрофон», где каждый выпуск представляет интервью с гостем. Зачастую ведущий приглашает гостя исходя из комментариев пользователей (упор сделан на видеoversию подкаста в Youtube, где комментариев значительно больше, соответственно и различных отзывов тоже). Однако в подкастах, в отличие от радио, отсутствует возможность прямого эфира, так как подкасты представляют собой заранее записанные и смонтированные выпуски. Необычным выходом из этой ситуацией может быть live подкаст, то есть подкаст, который записывается в реальном времени в присутствии слушателей, подобные выпуски можно встретить в подкасте Blitz&Chips, раз в год автор подкаста Григорий Пророков проводит живую запись подкаста, и в конце выпуска отвечает на вопросы аудитории касательно темы выпуска или его подкаста в целом, однако такой подход является скорее исключением из правил, нежели обыденной практикой. В Красноярской практике подкастинга обратная связь осуществляется точно таким же способом, как и везде – через комментарии и отзывы пользователей, например ведущие подкаста новостного интернет-СМИ «Перспектив Мир» в выпусках передач периодически отвечают на вопросы пользователей из их группы «ВКонтакте». Обратная связь авторов подкастов со слушателями не является обязательной, а в некоторых подкастах раздел ответов на вопросы слушателей вовсе отсутствует, и в таком случае коммуникация является полностью односторонней. Важной особенностью коммуникации в подкастах для рекламных интеграций является аспект доверия к автору. Как правило, у слушателей есть перечень любимых передач, голос автора сопровождает их в общественном транспорте, во время уборки дома, прогулок - везде, где людям удобнее и приятнее слушать подкасты. За счет того, что авторам подкастов доверяют, рекламные вставки в подкастах являются более эффективными [1], чем на радио, телевидении или в интернет-рекламе. Рекламные вставки подаются ведущими, зачастую для рекламной интеграции не используются инструменты, которые присущи

радио-рекламе, например музыкальные вставки, консультации специалистов или радиоспots. Такой подход не нагружает слушателя информацией и он может сосредоточенно прослушать рекламное сообщение. Также 80% слушателей слушают подкасты заинтересованно, не пассивно, и дослушивают выпуски до конца, не перематывая рекламные интеграции [2]. Такими показателями не может похвастаться ни один источник рекламы, люди выработали привычку «не замечать» рекламу на телевидении и радио. Для Youtube существует платная подписка Youtube Premium, которая отключает прероллы, а также рекламу внутри роликов, а расширение для браузеров, блокировщик рекламы AdBlock (<http://adblockplus.org/>) — блокирует всю рекламу на сайтах.

### Источники и литература

- 1) Портал AdWeek, URL:<https://www.adweek.com/performance-marketing/podcast-ads-perform-better-than-other-digital-ads-research-finds/>
- 2) Edison Research, URL:<https://www.edisonresearch.com/infinite-dial-2018-podcast-listening/>