

— скорее миссионерство, способ найти ответы на свои вопросы и познакомить с определенной темой широкую аудиторию, которой уже обладает автор.

«В 2016 году мне нужно было разобратся с продажами и продвижением для собственного бизнеса, и я начала искать ответы на свои вопросы у экспертов. В какой-то момент поняла, что эти вопросы интересуют не только меня, но еще и огромное количество людей, предпринимателей вокруг, и начала записывать эти интервью. На тот момент подкасты в США уже были очень популярной темой, и мне самой очень нравились, и я до сих пор являюсь активным потребителем подкастов на английском языке», — делится Таисия Кудашкина, автор подкаста о бизнесе и саморазвитии Websarafaп.

Идея подкаста в форме интервью появилась и у Марии Азаренок — свой первый выпуск «Будь брендом» она записала в январе 2017 года. «Тогда я сама только начала регулярно слушать подкасты и задумалась о создании собственного. Все сильнее погружаясь в тему личного брендинга для предпринимателей, я хотела больше рассказывать о ней, просвещать аудиторию, показывать реальные примеры успеха через личный бренд именно в России и в разных нишах. И лучшим вариантом оказался формат интервью с героями, которые многого добились в своей области, которым есть чем поделиться», — говорит она.

Отдельный блок подкастов создается медиа. Подкасты издания Meduza слушают более 1 млн пользователей в месяц, свои подкасты есть у ТАСС, «РИА Новости», а также у радио «Маяк». Крупные издатели тоже начали делать аудиопрограммы — те же «Яндекс» и Arzamas.

Для публикации контента авторы используют в основном площадки SoundCloud, Podster и iTunes, платформу подкастов «ВКонтакте» и сайты, созданные специально под проект.

**СОЗДАВАЯ ЗВУК** В то время как на Западе уже существуют студии, специализирующиеся именно на создании подкастов, у каждого русскоязычного автора своя история записи.

«Все выпуски NextMedia Podcast записаны в профессиональной студии, в том числе выпуски с гостями, которые были на связи с помощью Skype. Хорошее качество звука показывает уровень подкаста, делает его профессиональным в глазах слушателя», — утверждает Эльнара Петрова.

Таисия Кудашкина рассказывает, что записывает выпуски, работая из дома, аэропортов, гостиниц, на конференциях. «И в этом прелесть подкастов, что записывать их в студии вовсе не обязательно. Да, есть подкастеры, которые записываются в студии, но мы до сих пор делаем это в онлайне», — говорит она.

Михаил Кокин уверен, что качество аудио очень важно. «Вспомните свое чувство, когда слушаете запись классной лекции из большой аудитории — звук „гуляет“, информацию усвоить сложно. Оставляет смазанное впечатление. Другое дело — лекции, записанные в студии», — иллюстрирует он. Подкаст с господином Гандапасом при этом был записан в студии всего несколько раз. «Как правило, я сидел в студии, а Радислав был где-то в командировке или дома. Сейчас мы пишем видео и аудио одновременно в

офисе у Радислава. Мы пишем весь звук на цифровые камеры с помощью обычных петличек Sennheiser», — рассказывает господин Кокин.

Некоторые создают продукт на несколько платформ. Например, Мария Азаренок записывала первые интервью по Skype. «Программа писала звук, а после специалист вычищал все шероховатости и сводил. На старте работы практически обошлись без финансовых вложений: микрофон взяли у знакомых, видеооператор сводил звук по дружбе, джинглы мы получили бесплатно. Сегодня один выпуск стоит около 50 тыс. рублей, видео мы публикуем на YouTube, а звук становится подкастом. Это оплата работы участников продакшн: редактор, несколько видеооператоров, монтажер и копирайтер», — делится госпожа Азаренок.

В зависимости от затраченных усилий и стоимость создания одного выпуска разнится. «Полгода назад у NextMedia Podcast появился редактор. Это позволило выйти на показатель два опубликованных подкаста в месяц. Также над выпуском работает специалист по монтажу, запись мы делаем в профессиональной студии. За полгода мы вложили в запись и развитие подкаста около 50 тыс. рублей. Это как системные траты вроде зарплаты, аренды студии, так и разовые: запись джингла для ребрендинга, например. В эти траты я не включаю стоимость моего времени», — замечает Эльнара Петрова.

Над подкастом Websarafaп работает команда из шести человек: редактор, звукорежиссер, музыкант, расшифровщик и ведущая, Таисия Кудашкина. «В среднем продакшн одного выпуска обходится нам в 25–30 тыс. рублей. Кроме того, есть затраты на продвижение и рекламу: посты в группе и партнерских сообществах, рассылке и Telegram-каналах. Можно сказать, что прямые затраты на каждый выпуск — от 50 до 60 тыс. рублей», — делится госпожа Кудашкина.

**«ЭТИ ЛЮДИ НАЧИНАЛИ С АУДИОКНИГ»** «У подкастов в России есть потолок, топовые подкасты собирают от 30 до 50 тыс. прослушиваний одного выпуска. Это те цифры, которые можно сделать на подкастах, больше вы не сделаете», — утверждает Таисия Кудашкина. По статистике, например в США, подкасты слушает каждый четвертый человек.

Определить портрет слушателя подкастов довольно сложно, утверждают эксперты. Впрочем, авторы убеждены, что всех их объединяет способность воспринимать информацию на слух, это аудиалы. «Думаю, что подкасты слушают те, кто либо предрасположен, либо научился воспринимать аудио без какой-либо картинки. Подозреваю, что эти люди начинали с аудиокниг. По крайней мере, я так начинал», — размышляет Валентин Тарасов, автор подкаста «Newочем» (занимается переводом и озвучиванием зарубежного контента).

Это всего лишь инструмент общения с аудиторией, говорит госпожа Кудашкина. «У каждого подкаста свой собственный слушатель. Я четко знаю, какой слушатель у меня. Это микро, малый и средний бизнес. Это те люди, ради которых я делаю свой контент. Но при этом есть подкасты, которые рассчитаны на женщин, есть подкасты для мам, психологические подкасты, подкасты-шоу, подкасты о бизнесе для мужчин», — говорит она. → 38



**1. ЮРИЙ НИКОЛАШИН,**  
генеральный директор ПАО «Интелтех»

**2. ГЕОРГИЙ АНЦЕВ,**  
генеральный директор — генеральный конструктор АО «НПП „Радар ММС“»;  
**БОРИС ИВАНОВ,**  
председатель совета директоров ЗАО «Завод им. Козицкого»;  
**ВЛАДИМИР ПЕШЕХОНОВ,**  
генеральный директор АО «ЦНИИ „Электроприбор“»

**3. ВЛАДИМИР ПОНОМАРЕВ,**  
вице-президент компании «Транзас» по продуктовой стратегии

**ВИКТОР ВОЛКОВ,**  
временно исполняющий обязанности генерального директора АО «Морион»

**ВЛАДИМИР МЕЛЬНИКОВ,**  
генеральный директор ОАО «Авангард»

**АЛЕКСАНДР МИТЯНИН,**  
директор ООО «Специальный технологический центр»

**ПАВЕЛ СМИРНОВ,**  
генеральный директор АО «НИИ „Масштаб“»

**КИРИЛЛ СОЛОВЕЙЧИК,**  
президент холдинга «Ленполиграфмаш»

**МИХАИЛ ФЕДОСОВСКИЙ,**  
генеральный директор АО «Диаконт»