

## Подкастинг<sup>1</sup> и new media против радио!

Сможет ли подкастинг составить конкуренцию эфирному радиовещанию?

Практически уверен, что нет, но однозначно на этот вопрос отвечать не буду. Радио – сложный самоокупаемый механизм. Структуру и принципы его работы глобально могут изменить только объективные обстоятельства. Можно вспомнить хотя бы революционный переход радио из АМ в FM-диапазон, рождение и забвение форматов, замену аналоговых звуковых носителей цифровыми, которые в свою очередь полностью заменили компьютеры и т.д.

В США в конце 90-х ситуацию с «механистичностью» и «выхолощенностью» эфира коммерческих радиостанций, которые также были связаны с жесточайшими требованиями к программированию в ущерб здравому смыслу, смогли как-то скорректировать появление Satellite Radio<sup>2</sup>, бурное развитие интернет-радиостанций, а в начале века подкастинг и, наконец, HD Radio<sup>3</sup>.

Американский слушатель устал от однообразия, и его «измену» формализованному FM можно понять. За иллюзией бесплатного музыкального эфира часто скрываются до 20 минут коммерческой информации в час, лишённые смысла разговоры, сомнительный юмор и скрытые манипуляции. В Штатах не забыли о цене «бесплатного» сыра, и многие готовы были заплатить за чистое, без маркетинговых примесей радиомузикальное удовольствие. Платили же там за кабельное телевидение? Вот слушатель и нашел место, где шоу идет 24 часа в сутки, где действительно развлекают, а не делают вид. И правильно сделал!

Американское радио спохватилось, но уже было поздно. И хотя эти так называемые new media пока не набрали «критической массы», чтобы конкурировать на равных с традиционным коммерческим радиовещанием, оказалось, что пренебрежение творчеством стоит очень дорого. Теперь радиостанции в США платят консалтинговым компаниям многомиллионные гонорары за то, чтобы те выдумали еще один способ заставить вас слушать FM-радиостанции.

Имеют ли new media перспективы развития у нас, и хотим ли мы его на самом деле?

Я уверен, что российскому радио, несмотря на всю его специфичность и непохожесть на рынки радио Европы и Америки, рано или поздно придется с ними считаться. Но произойдет это весьма не скоро. К примеру, развитие спутникового радио целиком зависит от уровня технического оснащения вещателей и слушателей, а у нас он, мягко говоря, желает лучшего. Сложный и длительный процесс перехода на цифровое вещание телевидения России тому подтверждение. Переход радио на цифру раньше значительно более богатого телевидения! Это ли не утопия?! Немаловажен также уровень доходов населения, его отношение к контрафактной продукции и оплате развлекательных услуг в целом. Подойдите к водителю маршрутного такси где-нибудь в Нижнем Тагиле, задайте ему вопрос о спутниковом радиоприемнике, а затем предложите ему заплатить за хорошую музыку по радио в машине – много нового узнаете о возможностях вашего организма.

С другой стороны, к факту появления в нашей стране Satellite Radio и HD Radio основные игроки российского рынка пока относятся как к идее установки своих

---

<sup>1</sup> Подкастинг (англ. podcasting, от iPod – модель флэш-медиа-плеера и англ. broadcasting – вещание) — способ публикации медиа-информации в интернете (как правило, в формате mp3) с использованием специальных технологий, позволяющих автоматизировать загрузку новых файлов на проигрыватель. Подробнее о подкастинге в Приложениях.

<sup>2</sup> Спутниковое радиовещание. Подробнее о нем можно узнать на сайтах <http://www.xmradio.com> и <http://www.sirius.com>. Две эти крупнейшие спутниковые радиокomпании не исключают возможности слияния.

<sup>3</sup> HD Radio — форма цифрового радиовещания. Благодаря технологии multicasting у радиостанций есть возможность разместить несколько аудиопотоков на одной частоте.

ретрансляторов на Луне. То есть никак. «Все те, кто серьезно рассуждают на эту тему, на мой взгляд, наивные мечтатели» - говорит один из руководителей РМГ С.В. Кожевников. Крупные холдинги больше заботят продажи на тех рекламных площадках, которые уже существуют, и дальнейшее расширение внутреннего рынка, потенциал которого очень высок даже в сложных экономических условиях. Так что предположить, кто способен форсировать развитие этих новшеств «из любви к искусству» в России, трудно. При этом за рубежом уже выпускаются портативные плееры, принимающие и даже записывающие спутниковое радио.

Что касается интернет-радиостанций и подкастинга, то их развитие в нашей стране продолжается. Оно может резко ускориться после того, как снизятся цены на интернет-трафик, в том числе для мобильных телефонов, а Wi-Fi и 3G (4G и так далее) покроет большую часть крупных городов страны. Вот это может произойти довольно быстро! Уже происходит! К тому же продвижение подкастинга могут возглавить не радиостанции или холдинги, а производители mp3-плееров, которым будет интересен наш рынок. Вполне реальная перспектива. Стив Джобс ничего просто так не делает. Отсутствие радиоприемника в культовых mp3-плеере ipod и коммуникаторе iphone не случайность, и он чувствует какую-то тенденцию. Над этим стоит подумать.

Пока деятельность лидеров российского подкастинга принимает весьма странные формы и в целом не отличается качеством. Но рост количества подкастеров и интернет-радиостанций – вопрос времени. А значит, в перспективе можно ожидать и качественного скачка в их работе. Хотя чудес ожидать не стоит. Чтобы слушать FM-радио, нужен только радиоприемник, чтобы слушать подкасты – компьютер, подключение к Интернету и проигрыватель mp3-файлов. Многовато.

К тому же у подкастинга есть серьезный соперник – особенности нашей аудитории. Если в США и Великобритании любят слушать информационные и разговорные радиостанции, то в континентальной Европе, России и странах СНГ в рейтингах, как правило, лидируют музыкальные радиостанции.

Бум развития форматов с приставкой talk в нашей стране уже начался и уже сейчас можно утверждать – чтобы стать шоуменом или программным директором радиостанции, не надо писать заявление о приеме на работу! Достаточно иметь компьютер и выход в Интернет<sup>4</sup>.

Подкастинг - выгодная альтернатива телерадиовещанию, потому что не требует получения частоты, сложной аппаратуры, а сами подкасты доступны слушателям и зрителям в любое время. Благодаря этому многие бывшие профессиональные радиодиджеи получили площадку для свободного творчества.

Площадку, где правила устанавливают они сами!

---

<sup>4</sup> <http://www.rpod.ru> – самый известный российский подкастинг-ресурс, <http://www.radio-tochka.com> – создание интернет-радио своими силами.

## Что такое подкаст?

**Подкаст** – любительски или профессионально созданный звуковой или видеофайл (или их обновляемая серия), который публикуется в Интернете. Это:

1. Самостоятельный продукт творчества;
2. Дополнительный способ распространения информации для телерадиокомпаний;
3. Средство привлечения аудитории к ресурсу, на котором он размещается;
4. Товар;
5. Рекламная площадка.

Распространение подкастинга в США связано с доступностью Интернета для подавляющего большинства молодежи, которая пока является основной целевой аудиторией посткастеров. То есть тех, кто является производителями подкастов.

Для облегчения скачивания файлов были созданы программные продукты, которые позволяют получать свежие подкасты из Интернета в автоматическом режиме после предварительной подписки на любимый подкаст-сериал. Новый выпуск закачивается с сайта на ваш компьютер в фоновом режиме и передается на mp3-плеер при первом же подсоединении.

После прослушивания множества подкастов на терминалах <http://www.apple.com/itunes> (на английском) и <http://www.rpod.ru> (на русском) можно заметить некоторые общие признаки работ, которые пользуются успехом у аудитории, и их отличия от радиопрограмм.

1. **Новизна.** Хороший подкаст удивляет и привлекает слушателя, побуждает его к скачиванию и возврату на ресурс.
2. **Полезность слушателю.** Подкаст хочется послушать еще раз, поделиться с друзьями, сохранить на память, использовать в работе и т.д.
3. **Доступность изложения.** Отсутствие дефектов речи у подкастера, приятный тембр голоса, интересная манера.
4. **Юмор.** Практически все популярные подкасты заставляют улыбнуться.
5. **Тема.** Интересный подкаст имеет ярко выраженную тематическую принадлежность.
6. **Четкая структура.** Она помогает слушателю воспринимать материал. Подкаст имеет смысловые «отбивки» и рубрики.
7. **Качество звучания.** Хороший подкаст не раздражает чрезмерным «сжатием» файла.

Профессиональным производством подкастов занялись многие медиа-структуры. Их деятельность направлена на привлечение материальных средств рекламодателей к сетевому ресурсу, где размещаются созданные подкасты. Кроме того, развитие подкастинга ведет к открытию еще одного рынка рекламных услуг – внутри подкастов.

Алексей Зверев