

ПОДКАСТ – ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЕКТ БУДУЩЕГО

Е.М. БАНЧУК, А.А. РОМАНЧУК

Научный руководитель – С.Л. Тришина

*Белорусский государственный экономический университет
Минск, Беларусь*

На сегодняшний день подкасты являются новым востребованным маркетинговым инструментом. Что же такое подкаст? Подкаст – это аудиопрограмма, сериал или блог, который можно скачивать или слушать онлайн. Главное отличие подкаста от радио – возможность выбрать жанр и тему и слушать в любое удобное время. Это похоже на Netflix или Youtube, только аудио [1].

Подкасты можно назвать экологическим проектом будущего. Это связано с тем, что их нарастающая популярность может быть использована не только как развлекательный контент, но и как инструмент, с помощью которого можно освещать такие важные проблемы общества, как экология. Особенно популярно это может быть среди молодежи [2].

Мы провели опрос среди студентов с целью узнать, хотелось ли бы им получать информацию об экологии через прослушивание подкастов. В исследовании приняли участие 107 респондентов в возрасте 17–21 лет. Опрос показал, что 57,9% слушают подкасты. Большинство респондентов предпочитают подкасты по теме психологии (47,7%) и духовности (45,8%) и лишь 15% предпочитают подкасты об экологии. Также, исходя из исследования, мы выяснили, что большинство студентов узнают об экологии через социальные сети (82,2%) а меньшинство помимо этого через научные статьи и журналы (29%), лекции специалистов (17,8%). Кроме того, 67,3% респондентов хотели бы узнавать об экологии больше, слушая подкасты на эту тему.

По итогам опроса можно сделать вывод о том, что большое количество респондентов действительно хотели бы узнавать об экологии, слушая подкасты. Но, как оказалось, это не так просто, так как подкастов на данную тематику, особенно на русском языке, не так уж и много.

Из вышеизложенного следует, что необходимо рассмотреть создание подкастов, преследуя следующие цели:

- 1) распространение действительно важной информации о вопросах экологии, решении экологических проблем;
- 2) возможность бесплатного прослушивания подкастов с информацией от различных экспертов;
- 3) приобретение лояльности от потенциальных покупателей, путем внедрения подкастов, так как это новый маркетинговый инструмент.

Использование подкастов для освещения темы экологии было бы целесообразно внедрить в деятельность различных экомаркетов. В Республике Беларусь насчитывается большое количество онлайн- и офлайн-площадок, ориентирующихся на реализацию экопродуктов. Наиболее популярными можно назвать Eсobaг, EcoGreenery, GreenWay, экомаркет «Кошук» [3].

Рассмотрим внедрение подкастов по теме экологии на примере esobaг.by. Анализируя сайт маркета, можно найти не только раздел «Каталог», где представлена непосредственно экопродукция, но и кнопки «Блог» и «Новости». Это говорит о том, что Eсobaг позиционирует себя не только как компанию, реализующую товары, но и как инфоплощадку, освещающую различные вопросы, связанные с экологией. Таким образом, можно внедрить подкасты в новостную ленту, либо представить их в разделе «Блог», создав подраздел «Полезные подкасты».

Подкаст требует быть емким, при этом рассказчик должен изъяснять информацию доступным языком, по возможности используя примеры из реальных жизненных ситуаций. Это добавит эмоциональную окраску аудиодорожке, что будет иметь большее влияние на человека и призывать к целевым действиям, тогда подкаст можно считать эффективным.

Поэтому, чтобы подкаст был эффективен и вызывал интерес, можно рассмотреть различные темы:

- экологичное производство товаров (как это повлияет на окружающую среду);
- топ наиболее экологичных продуктов (что они могут заменить из привычной пищи);
- проблемы загрязнения окружающей среды, сортировка мусора, рациональное использование энергии и т.д.;
- тренды в сфере экологии (мода, кафе, кино, книги);
- электромобили: преимущества и недостатки;
- психология в сфере экологии и др.

Также очень важен момент выбора лица, озвучивающего подкаст. Для этого Есобар может приглашать различных специалистов в сфере экологии, так же студентов, школьников, интересующихся данной тематикой, лекторов учебных заведений, специалистов и инфлюенсеров, которые ведут блог в данной тематике [4].

Таким образом, внедрение нового инструмента для продвижения поможет экомаркетам продвигать тематику экологии и безопасности планеты, а также развиваться и набирать большую популярность среди населения. Особенно они будут пользоваться популярностью среди молодого поколения. Это удобный способ получения информации, ведь сейчас большинство пользуются голосовыми сообщениями, аудиокнигами, почти каждый второй пользуется наушниками и другими устройствами индивидуального прослушивания звуковой информации. При этом данный способ продвижения не столь дорогой, как например размещение баннерной рекламы. Он более информативен и соответствует современным тенденциям [5].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. 10 подкастов для тех, кому интересна тема экологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://weproject.media/articles/detail/10-podkastov-dlya-tekh-komu-interesna-tema-ekologii/>. – Дата доступа: 04.12.2023.
2. Подкасты для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/all-about-podcasts/>. – Дата доступа: 04.12.2023.
3. Экобар [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esobar.by/>. – Дата доступа: 04.12.2023.
4. «Еще теплее» – подкаст Школы «Экоидеи» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ecoidea.school/podcast>. – Дата доступа: 04.12.2023.
5. Что послушать, чтобы завести эко-привычки: 5 полезных подкастов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://thewallmagazine.ru/podcasty-eco/>. – Дата доступа: 04.12.2023.