

# Podkast som virker!

Rapport fra kurs avholdt av IJ i Oslo 6. og 7. mars

Podkast er forholdsvis nytt i Norge, men mange etablerte medier tar i bruk podkast for å holde på lesere eller nå nye. Sykepleien har en podkast, og jeg har lyst til å bidra til denne.

Podkast er nytt for meg, og jeg ville lære mer om hva det er og hvordan det lages for å kunne lage podkast selv.

## Konkrete råd

Kursleder Stig Arild Pettersen hadde konkrete råd.

Er utgangspunktet dette: Jeg vil lage podkast!

Så still seks spørsmål:

1. Hvorfor?
2. Hva skal den handle om, og finnes en slik podkast allerede?
3. Hvordan skal du skaffe lyttere?
4. Hvordan skal du finansiere tid, utstyr og promotering?
5. Hvem skal du samarbeide med?
6. Hvilken sjanger skal du lage podkast i?

## Hva er en god podkast?

Podkast er, ifølge Stig Arild Pettersen, ikke radio.

Podkast er tidløs.

Med podkast kommer man veldig tett innpå (langt inni øregangene til) mottakeren. Da er lyden viktig. Podkast skal være en lytteropplevelse.

Stig Arild Pettersen anbefaler å gå rett på sak, dra lytteren med deg med en gang og skap bilder.

Bruk av lang jingle kan gjøre lytterne lei før podkasten egentlig er begynt. Et viktig mål er å holde lytterne interessert fra begynnelsen, da er sjansen mindre for at de heller finner noe annet å høre på.

Senere, når de har hodetelefoner på og mobilen i lommen, er toleransen for eksempel jingler eller reklame bedre.

God flyt og dynamikk er viktig.

Skal du bli god til å lage podkast, må du høre på podkast.

Her er noen tips:

Serial (<https://serialpodcast.org/season-one>)

Radiolab (<http://www.radiolab.org/series/podcasts/>)

Freakonomics (<http://freakonomics.com/>)

### **Podkastfeller**

Dårlig lyd

Dårlig flyt og dynamikk

Inngang som tar altfor lang tid, som ikke handler om temaet.

En podkast som ikke tilfører noe nytt.

Bruk av språk som motarbeider podkastens fordel av å være udødelig, for eksempel med å bruke «i går» etc.

Tro at folk bare skal oppdage deg. Du må få dem til å oppdage deg.

### **Ulike podkaster**

Det fins ulike typer podkaster, og en stor del av kurset bestod i presentasjon av hvordan de ble jobbet frem. Det gjaldt:

«Du verden» (<https://soundcloud.com/duverden>), en samtalebasert podkast om utenrikspolitikk.

«Uløst» (<http://www.vg.no/podcast/ulost/>), en føljetong om drapet på Birgitte Tengs.

«Foreldrerådet» (<http://theaklingenberg.no/foreldreradet/>) med Thea Klingenberg, der hun er personlig og tar opp utfordringer med å være foreldre og inviterer fagfolk i studio.

«Heia fotball» (<http://p3.no/heia-fotball/>), en podkast om fotball og som bruker sosiale medier aktivt for å nå lyttere.

### **Råd fra Rubicon**

Cathinka Rondan fra Rubicon har blant annet vært med på å lage «Uløst».

Hun presenterte tall fra England som forteller at 89 prosent hører på podkast for å få vite mer.

72 prosent hører på podkast for å få unikt innhold og bli den første til å gjøre ting.

Hun sa at folk hører på podkast mens de gjør noe annet, men de lytter konsentrert. «Du har deres oppmerksomhet, men lytteren stiller krav. Det er lite rom for pludder.»

Hun sa at de som gjør det best på podkast lager fordypning, nisje eller humor.

Hennes mening var at altfor mange podkaster er altfor lange.

Anbefalt lyttetid: 23 minutter.

### **Hva lærte jeg?**

Kurset «Podkast som virker» var inspirerende. Det gav en god innsikt i ulike måter å lage podkast på og fikk frem at podkast er en egen formidlingsform. Skal man lykkes, må man ha et bevisst forhold til hvorfor man velger podkast og ikke en annen måte å formidle stoffet sitt på.

På kurset skulle vi lage en teaser til en tenkt podkast og spille denne inn i studio. Det var lærerikt å tenke presentasjon med lyd og å lese inn teaser i studio.

Det vi derimot ikke lærte noe om, var å redigere podkast. Det ble gjort av en profesjonell tekniker.

Jeg takker Fagpressen for muligheten til å lære om podkast.

Vennlig hilsen,

Nina Hernæs,

journalist i Sykepleien