

Страшно увлекательная вещь

Филипп Дзядко о проекте «Арзамас»

ОНЛАЙН — университет с видео- и аудиолекциями, статьями, заметками, фотогалереями и интерактивами на темы культуры и истории появился два года назад. Вначале на сайте «Арзамаса» было всего четыре курса лекций. Сегодня у него больше полусотни уникальных курсов и миллионная аудитория, и похож он на дружелюбный путеводитель по разным областям гуманитарных наук, где любой найдет интересный ему маршрут. С привычным нам образованием тут нет ничего общего: оказывается, учиться — это интересно, а главное, никогда не поздно.

Главный редактор «Арзамаса» Филипп Дзядко — об истории, которую мы не проходили в школе, о пиратстве как о новом канале распространения и о планах на ближайшее будущее, среди которых — запуск мобильного приложения «Радио Arzamas» с лучшими лекциями, курсами и подкастами проекта.

— Проект существует уже два года. Как выросла ваша аудитория? Кто она?

— Сегодня наша ежемесячная аудитория — больше четырех миллионов просмотров, один миллион уникальных посетителей, и их число растет. Мы рассказываем о не самых простых вещах — они не связаны с новостной повесткой или с потреблением, — поэтому эти цифры и скорость роста превзошли ожидания. Я надеялся, что так будет, но не думал, что так скоро. Это активные, образованные и в большинстве своем молодые люди с самыми разными интересами — от литературы до финансов. И они мне очень нравятся.

— В вас нет снобизма: «Арзамас» есть как в «Фейсбуке», так и на «Одноклассниках» и «ВКонтакте». Вы сразу планировали выходить на все площадки? Предполагали ли вы такую популярность в «народных» сетях?

— Мы должны быть там, где людям удобно нас читать и смотреть. А значит, надо заниматься всеми возможными каналами распространения контента, выбирая адекватный язык для каждого. Сейчас наша совокупная аудитория в соцсетях — около 700 тыс. человек, и у каждой — свои читатели. Во «ВКонтакте» у нас 258 тыс. подписчиков, в «Одноклассниках» нас читает 127 тыс. человек, и это не случайная удача — эта аудитория нам важна. Мы сразу поставили перед собой задачу выйти за пределы «обычных подозреваемых» и разговаривать с максимально широкой аудиторией. Отсутствие снобизма, о котором вы говорите, — это принципиальная позиция. В

медиа самое важное — это интонация, и я хочу, чтобы мы говорили с людьми не с позиции знатоков, вещающих профанам, а как с потенциальными единомышленниками, объединенными интересом к истории и желанием самосовершенствоваться. — Начал ли проект «зарабатывать»?

— В этом году мы начали заниматься партнерскими проектами. Это работа с большими культурными институциями — Пушкинским музеем, Третьяковкой, Европейским университетом в Санкт-Петербурге, Фондом Потанина и другими и с крупными компаниями — нашим ключевым партнером «Издательство „Яндекса“», РЖД и Peugeot и другими. Вместе с ними мы делаем спецкурсы, спецпроекты, лектории и отдельные партнерские материалы в ежедневной рубрике «Журнал». Сейчас мы готовим ряд платных сервисов. Один из них — мобильное приложение с уникальным контентом для подписчиков. Его «вкладчиками» будут не только отдель-

ные люди, но и компании, которые понимают, что это удобный образовательный канал для повышения уровня знаний своих сотрудников.

— Пришлось ли вам уже столкнуться с пиратством?

— О да, и в разных формах. Почти с первого дня существования проекта «Арзамас» наши лекции стали появляться на торрентах. Не очень понятно, зачем это нужно: мы ведь распространяем их бесплатно и ничего взамен не просим, но все равно приятно — это ведь еще один незапланированный канал распространения. Недавно какие-то ребята, чуть попортив наш ролик «Древний Рим за 20 минут», сделали его английскую версию и опубликовали в YouTube. Когда в ответ мы выпустили свой английский перевод работы, озвученный актером Брайаном Коксом, и за сутки получили 100 тыс. просмотров, воры свой ролик удалили. Все, конечно, зависит от конкретных случаев, но в целом я это расцениваю

как комплимент: так рынок говорит о том, что наш продукт нужен, а наш бренд уже достаточно силен, чтобы справляться с откровенно вредными случаями.

— Приходилось ли менять контент и способы подачи из-за реакции аудитории? Что оказалось самым востребованным, а к чему аудитория была не готова?

— Мы все время придумываем новые ходы и смотрим, как их воспринимает аудитория. Из того, что наш читатель ценит и что мы, кажется, умеем делать лучше всех (и не только в России), — это короткие видео- и аудиолекции: такой ликбез, базовая информация о главных культурных явлениях в максимально доступной и легкой форме. В партнерстве с «Яндексом» мы сделали «Древний Рим за 20 минут», с Благотворительным фондом Владимира Потанина — «Самую быструю историю русского искусства XX века». Это очень сложная работа: над роликами несколько месяцев колдуют десятки экспертов в разных областях, но

ЗА ДВА ГОДА СУЩЕСТВОВАНИЯ ПРОЕКТ «АРЗАМАС» ФИЛИПП ДЗЯДКО ПРИОБРЕЛ МИЛЛИОН УНИКАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

