

Функциональные особенности российского аудиоподкастинга (на примере «Арзамаса» и «Медузы»)

Научный руководитель – Круглова Людмила Алексеевна

Султаналиева Зухра Султаналиевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: sultanalievazuhra@gmail.com

Радиовещание, как и медиа в целом, не может не зависеть от различных процессов, происходящих в обществе. В начале 1990-х годов медиапространство начинает трансформироваться: появляется вещание в интернете. Радиовещание с момента своего зарождения ведёт борьбу за определенное место в системе СМИ: сначала с телевидением, сейчас с интернетом.

Но борьба с интернетом не так проста, поскольку подкастинг является одним из форматов, который олицетворяет эру интернет-вещания.

Формат подкастинга (от англ. iPod и broadcasting) был придуман американским радиоведущим Кристофером Лайденом, работающим в то время на Radio Open Source. Поэтому родиной этого формата принято считать США [2].

Термин «подкастинг» впервые в своей статье «Звуковая революция» на страницах The Guardian в 2004 году употребил Бен Хаммерсли [4]. Объяснить этот формат аудио можно следующим образом: программа, которая прозвучала в эфире или была специально записана для распространения в Интернете для массового прослушивания.

При помощи технологии RSS происходит распространение подкастов. Таким образом пользователь может подписаться на специальную новостную ленту и получать автоматические сообщения о выходе новых программ [3].

К плюсам подкастинга можно отнести отсутствия ограничений во времени, в отличие от обычного радиоэфира. У ведущего есть возможность донести до слушателя максимальное количество информации. Еще одно преимущество такого формата в том, что ты можешь слушать подкаст в любое удобное время и в любом месте. Выбор тем, на первый взгляд, гораздо широк, чем предлагает традиционное радио - можно найти подкаст на любой вкус.

Массового узнавания подкастов как явления по-прежнему нет - в России подкастинг не получил такую популярность, как в США. В своём исследовании мы ставим целью выяснить популярность подкастинга в России и возможности его развития. Формат подкаста для современного потребителя в нынешних реалиях более удобный и менее затратный.

Но подкастинг вряд ли заменит традиционное радио, у него другая функция: подкасты не заменят прямой эфир и редко выполняют чисто информационную функцию, скорее информационно-аналитическую. Коллаборация подкастов и радио есть уже сейчас, и дальше она будет лишь продолжаться .

Многие крупные российские медиа, и не в первую очередь радиостанции, делают акцент на подкастинге, создают собственные каналы. Поэтому во многом нынешняя относительная популярность подкастов, связана с усилиями таких авторитетных и «модных» СМИ, как «Медуза», «Арзамас», которые стараются развивать этот формат.

Собственно, благодаря их подкастам в России аудитория снова обратила внимание на такую форму контента.

Основной акцент нашего исследования сделан на функциональных особенностях российского подкастинга. Сегодня можно выделить три функциональных типа подкастов, они схожи с функциями медиа:

- образовательные подкасты;
- развлекательные, разговорные или юмористические подкасты;
- информационные или аналитические подкасты; [1]

В нашей стране популярность набирают образовательные и развлекательные подкасты, основные поставки контента такого типа в российское медиапространство совершаются такими СМИ, как «Арзамас» и «Медуза».

Проанализировав подкасты «Медузы» и «Арзамаса» с 2017г., мы полагаем, что функции у данных программ схожи - образование, аналитика и развлечение/юмор, однако у «Медузы» тематическое разделение обширнее, чем у «Арзамаса».

У «Медузы» существуют выборка нескольких аудиоканалов: «Медуза в курсе», в котором рассказывают о главных событиях недели; литературные рецензии от «Книжного базара»; разговоры о жизни в подкасте «Как жить»; обсуждение самого заметного материала в «Тексте недели»; «Дело случая», в котором затрагиваются этические вопросы; «Два по цене одного» - подкаст о деньгах, в котором журналисты объясняют, как грамотно обращаться с финансами.

У «Арзамаса» только один канал, в рамках которого образовательный портал публикует свои курсы лекций по истории, литературе, искусству, антропологии и философии. Помимо площадки iTunes «Арзамас» осваивает и другие платформы. В 2017 году запустилось приложение «Радио Arzamas» для iOS и Android, в котором также можно слушать записи лекций, подкасты и другие архивные программы.

В топ-чарте подкастов в iTunes в 2018 г. находились подкасты «Медузы» «Два по цене одного» и «Медуза в курсе», они занимают 3 и 4 место. «Арзамас» расположился на 14 месте, за ним идут и остальные шоу «Медузы» - «Как жить» и «Книжный базар» на 15 и 16 позициях. Первое и второе места в рейтинге среди русскоязычных подкастов занимают подкаст о переменах «180 градусов» и развлекательное шоу KuJi Podcast [1].

Таким образом, мы считаем, что наиболее популярные подкасты в России - образовательного, развлекательного и аналитического характера разговорной формы.

Источники и литература

- 1) Круглова Л.А. Российские аудиоподкасты: становление и специфика развития // МедиаАльманах. 2018. № 1. С. 89–101.
- 2) Литвиненко И.В. Радио в мультимедийной среде: специфика функционирования; на примере радиостанций московского FM-диапазона в 2009–2014 гг.: дис. ... канд. филол. наук. М., 2015.

- 3) Распопова С. С, Саблина Т. А. Подкастинг: Учебное пособие для вузов. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. – 112 с.
- 4) Hammersley В. (2004) Audible revolution. The Guardian, February 12. Режим доступа: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>