

Подкастинг: проблема трансформации жанра в новых медиа

Научный руководитель – Чайка Ольга Сергеевна

Лёзная Анна Алексеевна

Студент (бакалавр)

Донецкий национальный университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики, Донецк, Украина
E-mail: anna.leznaya123@gmail.com

Бурное развитие интернета привело к появлению новых форматов вещания, которые, в свою очередь, породили новые жанровые характеристики. Эти изменения обусловлены потребностью в развитии формата, формированию целевой аудитории с целью ее увеличения.

Подкастинг является одним из форматов, порожденных медиа-пространством. Широкое распространение подкасты приобрели за границей. Исследователи утверждают, что каждый третий человек в Европе слушает их ежедневно. Там они вошли в разряд повседневных привычек, наравне с просматриванием ленты в социальных сетях, просмотром телевидения и т.п.

В интервью популярному интернет - изданию «Журналист» радиожурналист, аспирант факультета журналистики МГУ, преподаватель института журналистики и литературного творчества Виктория Некрасова на вопрос о том, почему на западе испытывают особый интерес к подкастингу, отвечает так:

"Современное общество нуждается в регулярном поступлении информации без ущерба основным делам. Подкасты решают эту задачу. Люди слушают подкасты по дороге на работу, во время уборки, и чувствуют, что время было проведено с пользой для саморазвития. Согласно исследованиям Knight Foundation, 40 % фанатов подкастов тратят на прослушивание подкастов более 10 часов в неделю. Смартфон — основное средство прослушивания у 84 % активных пользователей"[1].

Опираясь на высокое распространение подкастинга в сфере обучения, исследователь В.А.Дугарцыренова дала следующую классификацию, которая приводит следующую классификацию подкастов: по технической платформе, по режиму доступа и загрузки материалов, по типу мультимедиа, по количеству авторов их составу, по юридическому статусу авторов, по форме предъявления и количеству дикторов, по типу и целевому назначению, по конечной цели обучения, по доступности ресурсов подкаста.

Что касается общей классификации подкастов, ее в своей книге «Tricks of the podcasting masters» (Трюки мастеров подкастинга) Роб Уолч и Мур Лафферти представляют следующим образом: аудиоблоги, комедийный, образовательные, с напарником, игры, религиозные, интервью, музыкальные, новостные, политические, радио-спектакли, секс, спортивные, технические, критические о всем написанном.

Также широкую классификацию жанров предлагает Джулия Сапиро - руководитель Radiotoria: infocast (информационный), backcast (про прошлое), crimecast (расследование преступлений), чамкаст (дружеский подкаст), хамблкаст (неординарные истории), риалкаст (что сейчас), фикшнкаст (про научную фантастику, например), хаукаст (лайфхаки), сиквелкаст (про истории), втф-каст (шозахрень)

Следует заметить, что рамки жанров подкастов, даже на западе, как были, так и остаются размытыми. Это формат свежий, и поэтому готов впитывать и наполнять себя новыми материалами, независимо от вышеизложенной классификации жанров.

Один жанр вполне в состоянии порождать другой, наполняя себя чем-то новым, не включаемым в его рамки. Либо же наоборот, недостаток компонентов одного жанра может породить альтернативный жанр. Так же смешение жанров образует новое.

Как уже говорилось ранее, подкастинг в России и СНГ малоизучен и находится на этапе разработки и популяризации. Однако нельзя утверждать, что исследований в этой области не проводилось совсем, как и нельзя утверждать, что подкастинг в России находится абсолютно вне жанра.

Виктория Некрасова выделяет следующие жанры подкастов: документалистика, комедия, *investigative journalism*, ток - шоу, аналитические передачи.

Сжатость жанров вполне оправдана нераспространенностью формата. Однако стоит заметить, что различные исследователи опираются на определенные критерии, будь то набор признаков, либо же общие формы.

Перенести жанровую классификацию зарубежных подкастов в российскую медиасреду довольно проблематично. Это вызывает несколько затруднений, в том числе:

1. Проблема недостатка контента в соответствии с требуемым жанром.

Не стоит забывать тот факт, что культурные, ментальные и другие разграничения фиксируют рамки изложения и подачи.

2. Проблема спроса информации.

Данный фактор обусловит популярность подкаста или подкаст-канала. Если, к примеру, такой жанр как «аудиоблоги» в США достаточно популярен, поскольку пользователь нацелен скорее на получение информации, нежели на «картинку» и обложку, то в России этот жанр не получит распространения. Всё потому, что в нашем понимании, «блог» — это контент, содержащий видеонаполнение, и если предоставить нам его в виде аудио, то интерес к нему значительно снизится или же пропадет совсем.

Следовательно, трансформация жанра из западной среды в российскую является проблематичной, однако, решаемой.

В этом вопросе перспектива дальнейших исследований видится в изучении жанровых изменений в подкаст-среде РФ и США, составления тематических классификаций и изучения роли подкастера в жанрово-стилистическом характере контента.

Источники и литература

- 1) Журналист: <https://jrnlst.ru/podcasting>