

Специфика функционирования просветительского подкастинга в Рунете

© Д. А. Сметанина, А. В. Казорина

Иркутский национальный исследовательский технический университет, г. Иркутск, Российская Федерация

Аннотация. Статья посвящена изучению подкаста как нового медийного формата создания просветительского контента. В исследовании рассматривается явление подкастинга в российском медиапространстве, описывается развитие и становление подкастов в Рунете. В качестве примера образовательно-просветительского контента в данном исследовании выступает медиапроект «Arzamas». Это своеобразная виртуальная онлайн-академия, посвящённая гуманитарному знанию. Проект позиционирует себя как некий музей знаний, который в своем арсенале содержит множество материалов, помогающих раскрыть тему литературы, искусства, а также таких гуманитарных наук как антропология, философия и история. Подкаст становится более популярным и востребованным способом коммуникации с аудиторией. Из этого следует, что информация, которая транслируется по этому каналу также подвергается популяризации и за счет этого знания о науке и культуре успешно проникают в массовое сознание. Для этого проводится анализ цикла подкастов «Перемотка» от просветительского медиапроекта «Arzamas». Подкасты этой серии основаны на пленочных аудиозаписях из семейных архивов, которые прислали слушатели одноименного радио. В заключение исследования был сделан вывод о том, что специфика функционирования просветительского подкастинга в Рунете заключается в его проблемных зонах – монетизации контента и привлечения новой аудитории.

Ключевые слова: подкаст, просветительский подкастинг, новый медиаформат, медиапроект «Арзамас», проблемы монетизации контента

The specifics of the functioning of educational podcasting in the RuNet

© Darya A. Smetanina, Anna V. Kazorina

Irkutsk National Research Technical University, Irkutsk, Russian Federation

Abstract. The article is devoted to the study of podcast as a new media format for creating educational content. The study examines the phenomenon of podcasting in the Russian media space, describes the development and formation of podcasts in the Runet. The Arzamas media project is an example of educational content in this study. This is a kind of virtual online academy dedicated to the humanities. The project defines itself as a kind of museum of knowledge, which in its arsenal contains many materials that help to reveal the theme of literature, art, as well as such humanities as anthropology, philosophy and history. Due to the fact that such a form of communication with the audience as a podcast is gaining popularity and successfully uses it, the information transmitted through this channel is also subject to popularization, which makes it possible to successfully promote knowledge about science and culture to the masses. For this, the analysis of the Rewind podcast cycle from the Arzamas educational media project is carried out. The podcasts in this series are based on tape recordings from family archives, which were sent by listeners of the radio of the same name. In the conclusion of the study, we highlighted that the specificity of the functioning of educational podcasting on the Runet is in its problems, namely in the issues of monetization and attracting a new audience.

Keywords: podcast, educational podcasting, new media format, media project "Arzamas", content monetization problems

Слияние радиовещания и Интернета привело к появлению такого нового феномена как подкастинг, который, совмещая в себе определенный набор преимуществ, стал одним из популярных и актуальных явлений современных медиа. Такой формат позволяет прослушать не только пропущенный эфир какой-либо радиостанции, но и авторские программы, созданные как профессиональными журналистами, так и любителями.

Подкаст – это аудиоматериал, опубликованный в Интернете, где любой пользователь может прослушать его и при желании загрузить на электронный носитель или оформить подписку на регулярное обновление контента. Подкастинг оказался востребованным аналогом радиовещания, так как не нуждается в лицензировании частоты и доступен для прослушивания в любое удобное для пользователя время.

В 2018 году появилось сразу несколько крупных научных работ, посвященных подкастингу. Анализу особенностей функционирования российского аудиоподкастинга в условиях развития медиарынка, изучению проблемных зон посвятила исследование Л. А. Круглова. А. А. Дорофеева отнесла подкастинг к новой форме радио, представила типологию подкастов и разграничила подкасты, традиционное радио и Интернет, а С. С. Распопова и Т. А. Саблина выявили отличительные признаки подкастинга и радиовещания, рассмотрели подкаст как речевой и Интернет-жанр и исследовали технологию создания подкастов.

В 2020 году А.А. Журавлева исследовала подкасты, размещенные в ВКонтакте, созданные как профессионалами, так и студентами разных вузов, изучила их структуру, жанровые формы, тематическую направленность, особенности звукооператорской работы, креативность и новизну.

Сегодня одна из основных тенденций эволюции сетевых ресурсов заключается в конвергенции возможностей гипермедиа и востребованности новых разнообразных, все более индивидуализированных, видов сетевой коммуникации, что подтверждается растущей популярностью такого сетевого ресурса как подкаст в различных форматах (наиболее распространенными являются аудиоподкасты, которые исследуются в данной статье).

Современные медиа вынуждены фокусироваться не только на качестве контента, но и новых формах вовлечения аудитории. В этом отношении подкасты, как форма коммуникации, не только способствуют вовлечению аудитории, но и являются новым инструментом организации публичной дискуссии относительно значимых общественных проблем [1]. Слушание аудиоблогов становится атрибутом современного продвинутого потребления. Подкасты часто воспринимают как один из инструментов саморазвития.

В российском медиaprостранстве стремительно увеличивается объем подкастов. Рост популярности связывают с доступностью мобильного Интернета и желанием пользователей решать самим, что и когда им слушать. Со стороны же авторов такой формат журна-

листики позволяет полностью раскрепоститься, рассказать историю, не ограничивая себя форматом радио [2].

Цель нашего исследования – выявить основные особенности российского подкастингового вещания образовательно-развлекательной направленности.

В России о трендовом явлении заговорили совсем недавно, в 2017 году, благодаря аудиоматериалам издания «Meduza». Оно стало одним из первых заметных медиа, решивших поэкспериментировать со звуковым форматом. Отметив положительную тенденцию и реакцию аудитории (на 2017 год число прослушиваний достигло почти 3 млн [3]), многие Интернет-СМИ также запустили подкасты собственного производства.

В России в формате подкаста работают многие крупные медиапроекты: просветительский проект «Arzamas», Sports.ru, «Лайфхакер», «Кинопоиск», BBC, «Радио Маяк», «Постнаука» и другие. Также появляются медиа, где подкасты являются основным и приоритетным контентом: «Бородокаст», «Либо-либо», «Подкастерская», «Завтрак», «Глаголев ФМ».

В наиболее общем виде все подкасты делят на разговорные, нарративные (документальные, как правило, социально-значимой направленности) и художественные [4]. Подкасты, как и любая радиопрограмма, выполняют информационную, образовательную, развлекательную и другие функции. Это относится как к «классическим» просветительским подкастам, так и к молодежным подкастам.

Одним из СМИ, транслирующим развлекательно-образовательный контент, является просветительский медиапроект «Arzamas». Он позиционируется как виртуальная онлайн-академия, посвященная гуманитарному знанию. Проект также заявляет о себе как о своеобразном музее знаний, в его активе гуманитарные сериалы, видеолекции, кинохроники, фотогалереи, интервью с различными специалистами и многое другое, что помогает раскрыть тему литературы, искусства, а также таких гуманитарных наук как антропология, философия и история [5]. Следовательно, онлайн-академия становится консолдатором просветительской информации в

виртуальном пространстве и транслирует ее благодаря формату подкастов. За счет того что такая форма коммуникации с аудиторией как подкаст набирает популярность и успешно ей пользуется, то и информация, передаваемая по этому каналу, также подвергается популяризации, что позволяет успешно продвигать знания о науке и культуре в массы.

На сайте радио «Арзамас» размещено большое количество различных аудиоматериалов. Например, можно найти циклы аудиопрограмм, подготовленных редакцией и устроенных иначе, чем лекции. Это могут быть расследования, беседы, интервью или разборы. Первая группа – это материалы. Это аудиоверсии текстовых материалов сайта Arzamas. Во втором разделе собраны все курсы, которые когда-либо выходили на сайте Arzamas, и курсы, которые еще никто никогда не слышал, т. е. эксклюзивные проекты от редакции. Курсы Arzamas – это циклы из коротких лекций, в которых героями выступают русские ученые, а сюжетами становятся различные эпизоды из мировой истории. Кроме того, затрагиваются и темы литературы, физики, искусства и даже криминологии.

Помимо отдела курсов, на радио «Арзамас» информационную функцию выполняют и тематические подкасты. Подкасты образовательного портала «Arzamas» – это лекции лучших российских ученых по истории, литературе, искусству, антропологии и философии.

Стоит обратить внимание на то, что аудиодневник, как документально-художественный жанр отечественного радиовещания, явился прообразом российского подкастинга и внес свой вклад в его становление и развитие [6]. Сегодня жанр аудиодневника активно развивается в рамках совместного проекта «Медузы» и журнала «Arzamas» - «Перемотка». Идеино-тематическую и жанровую основу проекта его создатели обозначили как «документальные истории из семейных аудиоархивов». Проект стартовал весной 2019 года на сайте «Медузы», второй сезон «Перемотки» доступен на сайте Arzamas.academy. Слушатели также могут найти данный контент в подкастах Apple или в любом другом приложении, где есть возможность прослушивания подкастов.

Временные рамки проекта «Перемотка» – XX век: от революции 1917 года до первых лет постсоветской России. Несмотря на то что аудиодневники являются основополагающим вектором программы, в то же время они – лишь составная часть огромной документально-художественной радиопрограммы, состоящей из множества других аудиожанров – интервью, беседы, радиорассказа, элементов радиокomпозиции, перекрестных воспоминаний разных участников передачи, преобразованных в единое целое. Хронометраж подкастов «Перемотки»: от 33 до 49 минут. Аудиодневник здесь служит и отправной точкой подкаста, является лейтмотивом всей передачи и документального цикла в целом, и связующим звеном между частями повествования или нарратива, и средством выразительности, и композиционной скрепой передачи. В то же время этот во многом уникальный жанр – почти идеальная машина времени, позволяющая слушателям перенестись в самые отдаленные закоулки XX века. Проект «Перемотка» демонстрирует возрождение интереса к жанру исторического аудиодневника в связи с развитием российского подкастинга.

Что же касается развлекательно-образовательных подкастов в целом, то их у «Арзамаса» огромное множество. Другим ярким примером просветительских подкастов выступает цикл журнала «Arzamas» «Я так вижу», в котором Кирилл Головастиков и Филипп Дзядко разговаривают с сотрудниками Третьяковской галереи о шедеврах XX века из собрания музея.

Таким образом, мы видим тенденцию переупаковывания контента журнала в аудиоформат. Востребованность просветительского подкастинга в России обусловлена следующими особенностями формата:

- Отсутствие зависимости от времени трансляции, что позволяет слушателю самостоятельно выбирать момент для ознакомления с материалом.
- Широкая доступность. Существует множество хостингов, на которых авторы размещают свои подкасты: SoundCloud, Libsyn, Anchor, Mixcloud.
- Многозадачность. Формат подкастов ориентирован на параллельное потребление,

т. е. слушатель, занимаясь своими делами, не требующими высокой умственной концентрации, одновременно получает интересующую его информацию, а также самостоятельно выбирает свою звуковую среду. Новостные и даже юмористические подкасты не так популярны, потому что для такой тематики аудитория пользуется другими каналами, например, YouTube или Instagram [7].

- Возможность привлечь молодую аудиторию. Согласно статистике 46 % слушателей подкастов – люди от 18 до 34 лет, что является привлекательным возрастом как для рекламодателей, так и для СМИ в целом [8].

Однако, у подкастинга, как нового формата современных медиа, существуют свои специфические особенности, в отличие от других уже устоявшихся форм получения информации. Больше всего это ощущают на себе подкасты просветительской направленности. С одной стороны, несомненным преимуществом и фактором привлечения слушателей служит отсутствие рекламных блоков и доступность площадок для прослушивания, но с другой стороны именно этот фактор является существенным минусом в вопросе монетизации контента. Важно отметить, что образовательные лекции не предполагают музыкальных интеграций [8].

С проблемами извлечения прибыли сталкиваются, в основном, создатели традиционных подкастов в формате аудио, так как видео подкасты, распространяемые на площадке YouTube, имеют простой и понятный принцип монетизации. Российский рынок подкастинга только начинает набирать обороты и многие проекты держатся на энтузиазме и большом желании авторов. Однако для любого формата существуют определенные статьи расходов, которые необходимо окупать для дальнейшего развития.

«Подкаст не очень эффективный способ заработать. Скорее этим стоит заниматься, если автору в принципе нравится аудиоформат, если он получает удовольствие от слушания и говорения. А монетизация для энтузиастов, которые сейчас действуют на рынке, – это уже вторичный вопрос. Мы делаем подкасты и думаем: «Если получится на этом что-то подзаработать – супер! Не выйдет –

ничего страшного!» [9], – считает редактор в «Яндекс» и соведущая популярного подкаста «Норм» Настя Курганская.

Самым распространенным способом монетизации контента во всех медиа является платная подписка. Можно приобрести не только однократный продукт, а в случае периодических изданий или подкастов оформить подписку на понравившийся контент. К сожалению, при обилии бесплатного контента на подписку, как способ получения дохода, рассчитывают только крупные медиа с известным именем [10].

Просветительские проекты образовательной направленности выбирают разные стратегии. Например, «Coursera», основанный профессорами информатики Стэнфордского университета, проводит активную монетизацию: часть курсов сделали платными. «Arzamas» выбрал иной путь – сегодня он существует благодаря партнерским проектам: сотрудничеству с компаниями, музеями и культурными институциями – от Британского совета до Третьяковской галереи.

Рынок подкастов стремительно развивается и удерживать внимание аудитории в условиях возрастающей конкуренции становится все сложнее. А еще более сложным представляется привлечение новых людей, новой аудитории, которую необходимо заинтересовать и завлечь уже существующим и пополняющимся контентом. Для этого медиа используют различные способы. «Арзамас», например, создал отдельное мобильное приложение «Радио Arzamas», где размещены все аудиоматериалы сайта: курсы, материалы и подкасты. Удобный интерфейс, простая и понятная навигация, минималистичное оформление – все это привлекает пользователей.

Таким образом, в ходе нашего исследования мы выяснили, что подкастинг в российских медиа сегодня носит просветительский, развлекательно-образовательный характер. Популярность этого нового формата подачи информации обусловлена несколькими факторами, главными из которых являются простота и доступность контента, и возможность для аудитории быть многозадачными – т. е. совмещать прослушивание подкастов и другие виды деятельности. Да-

лее мы рассмотрели популярный образовательно-просветительский проект «Арзамас», который имеет в своем арсенале большое количество подкастов различной тематики. Более подробно нами был изучен совместный проект «Медузы» и журнала «Arzamas» – «Перемотка». Именно этот цикл подкастов был выбран нами потому, что для его создания использовались уникальные семейные

архивные записи на пленках. Такой материал является ценным для документального архива истории России.

В заключение исследования мы выделили, что специфика функционирования просветительского подкастинга в Рунете состоит в его проблемах, а именно в вопросах монетизации и привлечения новой аудитории.

Список источников

1. Витвинчук В. В. Особенности российских подкастов (по материалам издания «Meduza») // Мир науки, культуры, образования. 2019. № 5. С. 544–546.
2. Рябинина Е.В. Особенности подкастинга как способа представления информации // Межкультурный диалог в пространстве стран Азиатско-Тихоокеанского региона. 2020. С. 238–245.
3. Голицына А. Д. Подкасты вернулись: как забытый формат получил второе рождение [Электронный ресурс]. URL: <https://incruasia.ru/understand/podkasty-vernulis-kak-zabytyj-format-poluchil-vtoroe-rozhdenie/> (14.03.2021).
4. Воинова Е. А. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды // Социально-гуманитарные знания. 2018. №12. С. 104–120.
5. Рязанова В. А. Медиапроект «Arzamas» как виртуальный образовательный музей // Манускрипт. 2018. № 11. С. 165–168.
6. Журавлева А. А. Аудиодневник как «народный» жанр российской радиожурналистики // Знак: Проблемное поле медиаобразования. № 1 (13). 2014. С. 41–46.
7. Шилина М. Г. Подкасты в Рунете как ресурс общественных связей? // Медиа альманах. 2007. № 3. С. 6–14.
8. Журавлева А. А. Подкастинговое вещание: структура, жанрово-тематическое разнообразие, особенности развития в социальной сети ВКонтакте // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1. С. 112–119.
9. Сурганова Е. А. Бум подкастов: как сделать, чтобы тебя услышали? [Электронный ресурс]. URL: <https://jrn1st.ru/podcast-mediajobs> (14.03.2021).
10. Круглова Л. А. Российские аудиоподкасты: становление и специфика развития // МедиаАльманах. 2018. № 1. С. 43–50.

Информация об авторах / Information about the Authors

Дарья Алексеевна Сметанина,
студентка группы Жрб-17-1,
Институт экономики, управления и права,
Иркутский национальный исследовательский
технический университет,
664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83,
Российская Федерация,
maria20131973@gmail.com

Darya A. Smetanina,
Student,
Economics, Management and Law,
Irkutsk National Research Technical University,
83 Lermontov St., Irkutsk, 664074, Russian Federation,
maria20131973@gmail.com

Анна Владимировна Казорина,
к.ф.н, доцент кафедры рекламы и журналистики,
Институт экономики, управления и права,
Иркутский национальный исследовательский
технический университет,
664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83,
Российская Федерация,
anna-kazorina@mail.ru

Anna V. Kazorina,
Cand. Sci. (Philology)
Associate Professor, Department of Advertising
and Journalism,
Economics, Management and Law Institute,
Irkutsk National Research Technical University,
83 Lermontov St., Irkutsk, 664074, Russian Federation,
anna-kazorina@mail.ru