ПОТЕНЦИАЛ ПОДКАСТОВ ЭФИРНОГО РАДИО В ФОРМИРОВАНИИ ИСТОРИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ АУДИТОРИИ

О. А. Петренко, А. М. Горбачев

Северо-Кавказский федеральный университет

Поступила в редакцию 14 ноября 2018 г.

Аннотация: в статье рассматривается подкастинг как эффективная технология формирования исторического сознания аудитории современных медиа. Выявляются потенциальные возможности подкастов в данной сфере, обусловленные как технологическими характеристиками подкастинга, так и их тематической спецификой. В качестве источниковой базы используются подкасты на историческую тематику радиостанции «Маяк». Предпринята попытка их тематической и жанровой классификации.

Ключевые слова: радио, интернет, подкаст, историческое сознание.

Abstract: the article considers podcasting as an effective technology for forming the historical consciousness of the audience of modern media. Potential opportunities of podcasts in this field are identified, due to both the technological characteristics of podcasting and their thematic specificity. As a source base, podcasts are used on the historical theme of the Mayak radio station. An attempt was made to thematic and genre classification.

Keywords: radio, Internet, podcast, historical consciousness.

Термин «подкаст» отличается некоторой размытостью определения в научной и справочной литературе. В качестве общих сущностных признаков подкаста называется его размещение в интернете, возможность подписки на него и скачивания в виде файла. При этом в одних источниках подкастом называется отдельный (единичный) цифровой файл [1; 2; 3], в других подкаст понимается и как файл, и как группа (серия файлов) [4, 38; 5, 98].

Существуют также разночтения в том, какой формат файлов называть подкастом: исключительно аудиофайл или это может быть также видео, текст, фото. Это приводит к введению в научных публикациях дополнительных, уточняющих терминов. Например, в публикации З. К. Саламовой используется термин «аудиоподкаст» [6, 291]. Об аудиоподкасте как возможной составной части мультимедийного лонгрида говорят А. Галустьян и Д. Кульчицкая [7, 197]. Авторы учебного пособия «Подкастинг» С. С. Распопова и Т. А. Саблина разновидностями подкаста называют «видеоподкаст» и «аудиоподкаст», а их производными — «скринкаст» и «слайдкаст» [8, 62–66]. На крупнейшем подкаст-терминале iTunes в настоящее время есть разделение на «аудиоподкасты» и «видеоподкасты».

Спорным является вопрос о том, можно ли считать подкастом запись традиционной радиопередачи, выложенной в интернет, или подкаст — это особое произведение, созданное профессиональными журналистами или любителями исключительно для онлайн-распространения. Например, в интер-

вью профильному изданию «Журналист» преподаватель и радиожурналист В. Некрасова утверждает, что «полноценными подкастами все-таки следует считать эксклюзивно созданный контент, который, например, может включать фрагменты эфира и некоторые аналитические материалы» [9]. В цитируемом выше пособии «Подкастинг» используется термин «официальные подкасты эфирного радио» для обозначения архивных записей радиопередач. Подкаст, в определении радиожурналиста Л. Тельня, — новая интернет-форма для традиционных радиальных программ [10, 112].

Отметим, что в современной журналистской практике наметилась явная тенденция к использованию термина «подкаст»: им обозначается **серия периодических выпусков («эпизодов») определенной программы, записанных в аудиоформате и доступных для прослушивания или скачивания на сайте радиостанции или в подкаст-терминалах**. На наш взгляд, это обуславливает и специфику словоупотребления в научном дискурсе, в задачи которого входит адекватное описание существующей журналистской практики. Именно такое понимание термина мы используем в настоящей публикации.

В качестве источниковой базы использованы подкасты радио «Маяк».

Возможность прослушивать и скачивать контент на сайте «Маяка» radiomayak.ru появилась в 2015 г. [11]. При этом были выложены и архивные версии программ, относящиеся к более раннему периоду. Например, программа Р. Вахидова «Брендятина» представлена выпусками начиная с 2008 г. (на сайте радиостанции дата выхода в эфир не всегда ука-

зана корректно).

Помимо собственного сайта радиостанций используются для распространения контента популярные подкаст-терминалы — iTunes, Soundstream, GooglePodcasts и др., предназначенные для ПК и мобильных устройств. Количество представленных в них подкастов отличается: на платформе iTunes их больше всего, вероятно, в виду первенства американской компании в этой сфере.

На сайте radiomayak.ru раздел «Подкасты» разделен на две части (вкладки): «В эфире» и «Архив». Это разделение, вероятно, было актуальным лишь некоторое время, так как часть подкастов, позиционирующихся редакцией «Маяка» как продолжающиеся («В эфире»), уже не обновляются, а передачи не выходят в эфир.

В каждой из вкладок представлены сами подкасты — записи выпусков **авторских передач** (ведущих «Маяка»), изначально выполнявших роль **рубрик** в эфире тех или иных **шоу**. Например, подкаст «Именем революции» представляет собой запись выпусков еженедельной рубрики в рамках утреннего шоу «Сергей Стиллавин и его друзья», а подкаст «Несерьезные люди» — запись эфиров рубрики в воскресном шоу «Кафедра». В отдельных случаях подкастом может называться на сайте и запись эфира всего шоу («Подкаст «Сергей Стиллавин и его друзья»»), могут также совпадать названия подкаста и шоу при различиях в контенте соответствующих интернет-страниц (шоу «Хочу все знать» и подкаст «Хочу все знать»).

Охарактеризуем подкасты, представленные на сайте radiomayak.ru (вкладка «В эфире»). Всего во вкладке «В эфире» на 1 ноября 2018 г. было размещено 98 подкастов, из которых 30 полностью или частично посвящены истории. Из трех основных разновидностей подкастов (разговорный, нарративный, художественный [11]) представлены все три. При этом в выпусках на историческую тематику абсолютно доминирует разговорный. В контексте традиционной системы жанров радиожурналистики большинство таких подкастов можно отнести к радиобеседе, представленной в двух форматах: разговор приглашенного специалиста с журналистом и интервью [12]. В настоящее время такой жанр все чаще обозначают как «ток-шоу». Исключение составляют лишь подкасты «Брендытина», «ВИА» и «Сладкая жизнь», в которых ведущие сами выступают в роли экспертов.

Все подкасты на radiomayak.ru, так или иначе связанные с историей, можно классифицировать следующим образом:

— по степени представленности исторической составляющей в подкасте:

- подкасты, все выпуски которых **полностью посвящены вопросам истории** («Именем революции», «Великий XIX», «30 сюжетов цивилизации» и др.) — всего 15 подкастов;

- подкасты, **содержащие отдельные выпуски на историческую тематику** («4 сезона», «Мозг» и др.) и (или) выпуски, в которых достаточно подробно **рассматривается история основного предмета** обсуждения («Неизвестное об известном», «Сборная мира», «Курс повышения знаний», «Клуб радиопутешественников» и др.) — всего 15 подкастов.

— по тематике:

- **общеисторические (универсальные)**, в эпизодах которых предметом беседы выступает какая-либо историческая эпоха, значимые политические, экономические, культурные процессы и события в истории, исторические персонажи и т.п. («Именем революции», «Великий XIX», «30 сюжетов цивилизации», «Об этом не писали в газетах», «Хочу все знать. История», «Маленькие истории большой страны» и др.) — всего 12 подкастов;
- **биографические**, полностью посвященные известным личностям («23 февраля») — 1 подкаст;
- **специализированные**, рассказывающие об истории спорта («Красная машина»), флота («Адмиралтейство»), музыки («ВИА», «Хочу все знать. Школа рока»), авиации («Крылья Советов»), кулинарии («Сладкая жизнь»), брендов («Брендытина»), литературы («Литературный Нобель»), моды («Мода, стиль»), городов («Московедение», «Клуб радиопутешественников»), стран («Товарищ Цинь», «Сборная мира»), языков мира («Толковый словарь»), философии («Философия»), культурологии («Хочу все знать. Культурология»), географии («Хочу все знать. География») — всего 17 подкастов.

Таким образом, можно констатировать тематическую палитру подкастов исторической тематики и их значительную представленность в объеме всего контента сайта radiomayak.ru.

Следует подчеркнуть, что разделение программ на эфирные и архивные становится в значительной степени условным, когда речь идет о таком явлении, как подкастинг, подразумевающим прослушивание радиопрограмм в любое время. В случае с подкастами, не имеющими жесткой привязки к информационной повестке дня, время прослушивания их выпусков может значительно отстоять от времени выпуска. Это в значительной степени касается программ исторической тематики, актуальность которых для аудитории долго может оставаться высокой. Ведущий радио «Маяк», первый заместитель директора ГРК «Радио России» Р. Вахидов в интервью 2016 г., основываясь на опыте радиостанции, отмечал, что история входит в топ-3 тем для контента подкастов, а их «сериальная» структура может обеспечить по-

стоянное привлечение новой аудитории: с какого-бы эпизода человек ни начал слушать, заинтересовавшись тематикой или ведущими, он станет постоянным слушателем [11].

Вневременной характер подкастов исторической тематики, их популярность у слушателей разговорного радио и, следовательно, их потенциал в привлечении новой аудитории в эпоху интернета осознается на «Маяке», о чем свидетельствует, например, регулярная реклама в эфире радиостанции подкаста «Царь» (об эпохе правления Николая II), записанного на рубеже 2013–2014 гг. Рекламируются также и другие подкасты образовательного характера: «Нефть», «Мужчина: инструкция по применению» и т.п. В прямом эфире ведущие стимулируют обращение аудитории к подкастам на сайте радиостанции и на подкаст-терминалах. Используются для этого и игровые формы. Например, 9 февраля 2018 г. участникам викторины в рамках шоу «Кафедра» ведущим задавался вопрос: какого подкаста нет на сайте радио?

Таким образом, подкасты используются на «Маяке», во-первых, как инструмент продвижения эфирного радио-контента. Потенциал подкастинга в этом направлении осознавался отечественными радищиками еще на рубеже 2010-х гг. Например, главный редактор сайта «Радио Свобода» Л. Телень, описывая разработанную в 2009 г. концепцию реорганизации сайта радиостанции, указывала подкасты в ряду специфических интернет-инструментов для продвижения радиопрограмм [10, 112].

Во-вторых, сама история рассматривается журналистами «Маяка» не просто как тематическая область, обращение к которой гарантированно способно привлечь внимание значительной части аудитории. Историческое знание подается как необходимая составляющая современного образованного человека. Например, С. Стилавин, регулярно обращающийся к слушателям со словами о необходимости изучения истории, в одном из выпусков подкаста «Именем революции» так определил его значение: «Воспринимайте, пожалуйста, наши разговоры как беседы о вашем, пускай и не вашем личном, но вашей семьи прошлом. И как бы ни горько было воспринимать что-то, отказаться от него невозможно. Это не фантастический рассказ, это, к сожалению, был, которая произошла с нашей страной. Но не зная об этом прошлом, трудно двигаться в будущее» [13].

Неоднократно в эфире повторялась мысль еще об одной функции исторических передач — заинтересовать историей страны, подтолкнуть к ее дальнейшему изучению, так как в рамках эфира невозможно охватить все. Так, ведущий И. Ружейников, говоря о цели появления подкаста «Великий XIX», подчеркивал: «Разумеется, даже если цикл этих программ будет продолжаться десять лет, мы не охватим и малой толики отечественной истории. Вся наша

задача — просто вас заинтересовать [14].

Если рассмотреть содержание типичного выпуска исторического подкаста на «Маяке», то часто действительно можно отметить некоторую фрагментарность и нелинейность повествования. Основная тема передачи может быть обозначена в описании, называться ведущим в начале передачи, но особенности беседы как разговорного жанра приводят к тому, что какие-то моменты описываются более подробно, какие-то опускаются, даются обширные исторические экскурсы, а также проводятся параллели с настоящим. Иногда нарушается и хронология подкаста в целом. Аудитории транслируется набор фактов и мнений об определенном событии, явлении в истории. Таким образом, в случае с подкастами на историческую тематику мы имеем дело не только с новым инструментом привлечения слушателей, но и с новой **технологией воздействия на общественное сознание посредством формирования исторического сознания** аудитории.

В классической отечественной теории журналистики историческое сознание рассматривается как один из четырех специфических компонентов массового сознания и определяется как «представления об историческом процессе возникновения, становления и развития человеческого общества, различных цивилизаций, стран и народов, экономики и культуры, науки и техники и т.д. и т.п., т.е. о самых различных явлениях жизни прошлого, его связях с настоящим и будущим» [15, 69]. При этом журналистика признается лишь одним из социальных институтов, формирующих историческое сознание общества.

Сам феномен исторического сознания является предметом постоянного внимания других общественных наук, прежде всего истории, социологии и культурологии. Наиболее цитируемыми в научной — не журналистской — литературе являются определения исторического сознания, данные учеными Ю. Левадой и Ж. Тощенко.

Ю. Левада утверждал, что историческим сознанием «охватывается все многообразие стихийно сложившихся или созданных наукой форм, в которых общество осознает (воспроизводит и оценивает) свое прошлое, точнее — в которых общество воспроизводит свое движение во времени. В каждую данную эпоху историческое сознание представляет собой определенную систему взаимодействия «практической» и «теоретической» форм социальной памяти, народных преданий, мифологических представлений и научных данных» [16, 305].

По определению Ж. Тощенко, историческое сознание представляет собой «совокупность идей, взглядов, представлений, чувств, настроений, отражающих восприятие и оценку прошлого во всем его многообразии, присущем и характерном как для общества в целом, так и для различных социально-де-

мографических, социально-профессиональных и этносоциальных групп, а также отдельных людей» [17].

Предмет современных исследований составляют как теоретико-методологические, так и прикладные аспекты исторического сознания общества. Уделяется внимание роли СМИ в формировании исторического сознания различных социальных групп, предлагается анализ содержания и форм работы массмедиа с аудиторией в данной сфере [18; 19; 20; 21 и др.].

Однако в массиве научных публикаций не было обнаружено специальных исследований, посвященных роли подкастов на историческую тематику в формировании исторического сознания. При этом, на наш взгляд, подкастинг в данной сфере обладает значительным потенциалом, что важно как для СМИ, так и для общества. Для понимания этого потенциала следует выделить **преимущества подкаст-технологий** в практике современного радио.

К традиционно выделяемому плюсу радио как вида СМИ — возможности потребления информации во время занятия собственными делами — добавились и другие. Это не только очевидная для всех возможность потребления вне временной привязки к эфиру, в удобное время, но и возможность прослушивания нескольких передач подряд в относительно короткий временной промежуток — день, несколько дней, неделю (если подкаст достаточно большой).

Такое потребление не только расширяет потенциальную аудиторию, но и способствует более эффективному воздействию на историческое сознание слушателя. Подкаст, выпуски которого выходят раз в неделю и реже, в определенный момент может стать неким целым произведением, не сводимым исключительно к сумме частей, а его воздействие на слушателя потенциально должно стать более глубоким не только в силу его продолжительности.

Т. Мачнова, анализируя особенности коммуникации с аудиторией интернет-радио с опорой на типы слушания традиционного (волнового) радио (поисковое, фоновое, выборочное (селективное) и сосредоточенное), делала вывод: в случае с интернет-радио способность аудитории воспринимать и понимать эфирные сообщения значительно выше: слушатель «не машинально вращает ручку приемника, а сознательно заходит на сайт конкретной радиостанции или формирует список избранных радиостанций в специальной программе» [22, 62].

В маркетинге возможность для пользователя настроить интерфейс под себя и выбрать интересующее содержание определяется как кастомизация. Однако согласиться с мнением исследователя можно лишь отчасти: простой, пусть и осознанный, выбор радиостанции в интернете вовсе не гарантирует какое-либо особое внимание слушателя к контенту: потоковое воспроизведение эфира радиостанции ничем принципиально не отличается от волнового, слушание может быть фоновыми или выбороч-

ным. Подкастинг оказывается более эффективным средством кастомизации. Если человек осознанно выбирает конкретную передачу на определенную тему, высока вероятность того, что он будет слушать ее именно «сосредоточенно», когда «с установкой на полное понимание и запоминание слушается все сообщение» [23].

Помимо этого, подкаст предоставляет каждому пользователю возможность повторного прослушивания отдельных моментов передачи, эпизода целиком или серии эпизодов. Последнее важно для радиопрограмм исторической тематики: не всегда возможно при однократном прослушивании адекватно воспринять информацию, насыщенную датами, именами и событиями. Повторное прослушивание повышает информативность журналистского материала уже постфактум, без участия самого журналиста. Отсюда и потенциально **более высокая** по сравнению с традиционным эфирным радио **эффективность формирования исторического сознания** у аудитории.

Таким образом, можно сделать вывод о высоком потенциале подкастов эфирного радио в формировании исторического сознания аудитории. Возможности подкастинга в этой области осознаются и используются профессиональными производителями радиоконтента. Поэтому в качестве дальнейшего направления исследования можно предположить актуальность качественного анализа этого контента и его аудиторных эффектов методами лингвистики, психологии, социологии, журналистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. OxfordDictionary of Social Media. — 2016. — Режим доступа: <http://www.oxfordreference.com/search?q=podcast&searchBtn=Search&isQuickSearch=true> (дата обращения: 01.11.2018).
2. OxfordDictionary. — Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/podcast> (дата обращения: 01.11.2018).
3. For Podcast Fans: Frequently Asked Questions. — Режим доступа: <https://www.apple.com/itunes/podcasts/fanfaq.html> (дата обращения: 01.11.2018).
4. Литвиненко И. «Подстанция» — первый российский подкаст-терминал для профессиональных радиожурналистов / И. Литвиненко // МедиаАльманах. — 2012. — № 2. — С. 36–42.
5. Егорова Л. А. Особенности функционирования звучащего научно-популярного дискурса в гипермедийной среде / Л. А. Егорова // Вестник РУДН. Серия: Вопросы образования. Языки и специальность. — 2008. — № 3. — С. 98–103.
6. Саламова З. К. Сторителлинг о «Реальных преступлениях» в аудио-подкастах: способы взаимодействия авторов и аудитории / З. К. Саламова // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». — 2017. — № 10–2 (31). — С. 289–305.
7. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.

8. Распопова С. С. Подкастинг / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. — М.: Аспект-Пресс, 2018.

9. Распопова С. Подкасты — это просто удобно / С. Распопова // Журналист. — 2018. — 26 апреля. — Режим доступа: <https://jrnlst.ru/podcasting> (дата обращения: 08.10.2018).

10. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. — М., 2010.

11. Гагарина А. Подкастинг сегодня и завтра / А. Гагарина // tvkinoradio.ru. — 2016. — 24 декабря. — Режим доступа: <https://tvkinoradio.ru/article/article9964-podkasting-segodnya-i-zavtra> (дата обращения: 17.09.2018).

12. Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики / В. В. Смирнов. — М.: Аспект Пресс, 2002.

13. Александр II. Предпосылки революции. Крепостное право. Продолжение / Именем Революции // radiomayak.ru. — 2016. — 16 ноября. — Режим доступа: <https://radiomayak.ru/shows/episode/id/1431169/> (дата обращения: 17.09.2018).

14. Отечественная война 1812 / Великий XIX // radiomayak.ru. — 2015. — 24 ноября. — Режим доступа: <https://radiomayak.ru/shows/episode/id/1251951/> (дата обращения: 17.09.2018).

15. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: учебник для студентов вузов / Е. П. Прохоров — 8-е изд., испр. — М.: Аспект Пресс, 2011.

16. Памяти Юрия Александровича Левады. — М.: Издатель Карпов Е. В., 2011.

17. Тощенко Ж. Т. Историческое сознание и историче-

ская память. Анализ современного состояния / Ж. Т. Тощенко // Новая и новейшая история. — 2000. — № 4. — Режим доступа: <http://vivovoco.astronet.ru/VV/JOURNAL/NEWHIST/NIMEM.HTM> (дата обращения: 08.11.2018).

18. Старых Н. П. Средства массовой информации как источник формирования исторической памяти о Великой Отечественной войне / Н. П. Старых // Вестник государственного и муниципального управления. — 2015. — № 2. — С. 18–152.

19. Шумилина-Павлова М. О. Источники формирования исторического сознания российской молодежи / М. О. Шумилина-Павлова // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». — 2014. — № 4 (126). — С. 226–232.

20. Фокина Н. Н. Формирование исторической правды художественно-публицистических программ / Н. Н. Фокина // Вестник ЧГАКИ. — 2010. — № 3 (23). — С. 91–97.

21. Российская историческая журналистика: учебно-методическое пособие для студентов и магистрантов коммуникационных специальностей / С. Н. Ущиповский, О. С. Кругликова. — Москва-Берлин: Директ-Медиа, 2015.

22. Мачнова Т. М. Коммуникация с аудиторией на интернет-радио: вчера и сегодня / Т. М. Мачнова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. — 2015. — № 2 (138). — С. 61–67.

23. Радиожурналистика: учебник / под ред. А. А. Шереля. — М.: Изд-во Моск. ун-та: Наука, 2005.

Северо-Кавказский федеральный университет

*Петренко О. А., кандидат филологических наук, доцент
кафедры журналистики*

E-mail: petr_ol79@mail.ru

Горбачев А. М., кандидат филологических наук, доцент

кафедры журналистики

E-mail: drong77@mail.ru

North-Caucasus Federal University

*Petrenko O. A., Candidate of Philology, Associate Professor
of the Journalism Department*

E-mail: petr_ol79@mail.ru

Gorbachev A. M., Candidate of Philology, Associate Professor

of the Journalism Department

E-mail: drong77@mail.ru