

ПОДКАСТ-ЖУРНАЛІСТИКА ЯК ПОПУЛЯРНИЙ ВИД РАДІОДІЯЛЬНОСТІ В ІНТЕРНЕТІ В ХХІ СТОЛІТТІ

У статті здійснено спробу аналізу тенденцій розвитку сучасної нової сфери журналістики – подкаст-журналістики, яка проходить шлях свого становлення в українському мережевому медіапросторі. Проаналізовано дослідження в цій галузі таких українських науковців, як: С. Данилюк, О. Дмитровський, С. Коваль, Д. Приходько, В. Чабаненко. Провідним баченням подкаста є аудіо- чи відеофайл, що розміщений у мережі за певною адресою і є доступним за наявності Інтернету та гаджету з підтримкою технології RSS. Описано трактування, класифікації й концепції українського подкастингу з позиції існування активного ЗМІ. Подано власне визначення подкасту та запропоновано нову класифікацію.

Ключові слова: Інтернет, подкаст-журналістика, радіодіяльність, технології RSS.

I. Вступ

У сучасних наукових колах зараз активно почали вивчати подкаст як засіб комунікації. Усе частіше обговорюють можливості його застосування для журналістської діяльності та вітчизняного журналістикознавства. Популярність подкастів зумовлена потребою цільової аудиторії в лаконічній, актуальній, швидкій, короткій та системній інформації, на яку можна швидко відреагувати для максимального задоволення інформаційних потреб українців, що є провідним завданням журналіста. Сьогодні цей спектр завдань допомагає виконувати подкаст як різновид журналістського матеріалу. Варто зауважити, що відносно нещодавно науковці зараховували подкасти виключно до аматорських медіа, які не становили особливого інтересу журналістів-професіоналів. Сьогодні ми спостерігаємо принципово нову тенденцію в їх реалізації в мережевому медіасередовищі, оскільки їм властиві аудіо-, відеоматеріали, без яких сучасна журналістика не може бути реалізована.

Це новітній напрям у соціальних комунікаціях та журналістиці, який стрімко набуває популярності в Україні й тільки починає шлях свого становлення, маючи гарне підґрунтя та наукові школи за кордоном. Варто відзначити праці таких відомих науковців, як: Майкл Геогеган (Michael Geoghegan), Грег Кангіалосі (Greg Cangialosi), Райан Ірелан (Ryan Irelan), Тім Буркін (Tim Bourquin), Колетт Vogеле (Colette Vogele), Кевін Уолкер (Kevin Walker), Дан Класс (Dan Klass).

Джерельною базою нашого дослідження також стали такі публікації: Гол Дж. «Он-лайн журналістика» [1], Коваль С. «Аудіальний контент користувачів» [10], Шнайдер В. «Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики» [15] та ін.

З-поміж українських учених окреслену проблематику розглядають С. Данилюк [7], О. Дмитровський [1], А. Досенко [8], С. Квіт [11], С. Коваль [10], Б. Потятиник [13], Д. Приходько [12], М. Чабаненко [14] та ін.

Проаналізувавши напрацювання зазначених авторів, варто зробити висновок, що існує необхідність обґрунтування невирішених раніше частин загальної проблеми розвитку подкаст-журналістики в Україні. Наразі не розроблено комплексного теоретико-методологічного підходу до вивчення та класифікацій тенденцій розвитку подкаст-журналістики.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – визначити місце подкастингу у сфері соціальних комунікацій та практичної журналістики в сучасному медіасередовищі.

Основою наукового дослідження стали такі методи, як: аналіз (для вивчення наукових поглядів та розбіжностей у них з позиції вивчення подкасту); систематизація (для формулювання авторського визначення подкастингу й побудови класифікації); прогнозування (для висвітлення тенденцій розвитку та класифікацій подкасту). У статті запропоновано класифікацію подкастів, яку з позиції комунікацій вважаємо актуальною.

III. Результати

У ході нашого дослідження зосереджено увагу на подкастингу, що є новим явищем у соціально-комунікаційному процесі. Розвиток технічної складової та інноваційних технологій у ХХІ ст. спровокував генерування нової типології комунікаційної діяльності. Особливо активно відреагували галузі ІТ-технологій, комунікаційних електронних технологій і журналістики, адже саме ці

сфери оновлюються фактично щоденно новими інформаційними ресурсами, і первинною стає необхідність їх систематизації. Перед практиками постає потреба не лише в пошуку актуальної інформації, а й спрощення доступу до неї. ЗМІ починають усе більше конкурувати, навіть жертвуючи певними принципами етичності для зростання рейтингів та задоволення потреб аудиторії.

Нині Інтернет є центральним інформаційним джерелом, що пропонує можливості для всебічного висвітлення інформації. «На сучасному етапі розвитку журналістики з'являються нові напрями, що виникають на основі конвергенції, тобто вони з'являються в процесі інтеграції традиційних та нових медіа, який супроводжується дублюванням контенту та/або створенням альтернативних медіа майданчиків» [2].

Науковцями вже сформульовано низку визначень нових медіа. Їх тлумачать як «інтерактивні електронні видання й нові форми комунікації виробників контенту зі споживачами» [5]. Запити українців спонукають журналістів до пошуку нових комунікаційних площин та платформ, до яких ми зараховуємо й аматорські медіа, такі як: блогінг, живий журнал, журналістика даних та подкастинг.

Зокрема, А. Данько-Сліпцова зауважує щодо подкастингу: «термін, що означає появу цифрових, комп'ютерних, інформаційних, мережових технологій і комунікацій у кінці ХХ ст. Таким чином, одне з ключових слів тут – “цифровий”» [4]. Та постає питання про процес гібридизації та змішування рис, притаманних різним типологіям, зокрема особливостей «нових медіа» та «цифрових медіа». Така тенденція спостерігається через використання єдиних засобів інформаційного кодування, а саме цифрових, це приводить до диджиталізації самої електронної комунікаційної площини. Проте, на думку А. Данько-Сліпцової, «можна стверджувати, що поняття “цифрові медіа” є глибшим і включає в себе поняття нові медіа» [4].

Беручи до уваги здобутки зарубіжної школи журналістикознавства та комунікативістики, варто звернути увагу на позицію Рассела, який описав нові медіа з погляду властивих їм унікальних рис, що й надалі розвиватимуться. Він наголошував на тому, що саме вони вперше стерли значущість географічних відстаней, збільшили потужність комунікаційних технологій та активізували їх, прискорили сам комунікаційний процес, додавши до нього параметр інтерактивності, надали можливість комунікаційного відновлення зв'язків, що перебували в різних площинах.

На думку Д. Келлнера та Дж. Бомана, «нові медіа, і зокрема Інтернет, надають потенціал для демократичної постмодернової публічної сфери, в якій громадяни можуть брати участь у відкритих дебатах при повному доступі до інформації. Це так зване соціальне значення нових медіа» [3].

Отже, у результаті функціонування нових медіа як комунікаційних технологій маємо тотальну глобалізацію, яка принципово реструктуризувала комунікаційну платформу. Нові медіа та комунікаційні платформи нині «розвиваються за логікою постіндустріального суспільства, де кожна людина створює свій власний стиль життя, вибирає інструменти та ідеологію з будь-яких вподобаних, або ж створює свою власну реальність» [6].

Одним із таких актуальних та поширених явищ нових медіа є подкастинг. Виник він в американській журналістиці у 2004 р., а в українське медіа поле увійшов лише через 6 років. Але широкої популярності набув далеко не одразу, особливо серед журналістів-практиків. Першочергово на українському електронному медіаполі був створений канал громадського подкастингу в 2010 р., що поклало початок функціонування подкасту як комунікаційної платформи в Україні. Розпочалось усе з розміщення там публікацій аудіоматеріалів, а пізніше – відео матеріалів, також почали там формування свого архіву.

На думку С. Квіта, «подкаст – це публікація аудіо та відео в Інтернеті, з можливістю підписатися на отримання цього самого аудіо- і відеоконтенту» [7, с. 12].

Зокрема, Д. Приходько визначає подкастинг «як процес, під час якого створюються та поширюються звукові та відеофайли». Російські журналістикознавці (С. Абражєвич, А. Герасименко) пропонують розуміти подкастинг як «формат радіомовлення в Інтернеті, що надає змогу завантажувати передачі по мережі Інтернет, слухати їх на комп'ютері, КПК або переносному MP3-плеєрі, а також розміщувати нові передачі в мережі Інтернет» [12, с. 60].

Подкастинг у сучасних наукових колах розглядають з декількох позицій. По-перше, його тлумачать як форму блога, що має контент у форматі аудіо- та відео. Але, нині існує відеоблог та аудіоблог. Тобто мусимо визнати, що таке визначення є дещо застарілим. По-друге, як гібридну форму радіотрансляції, що має місце в мережі. Проте багато сучасних радіостанцій мають свій інтернет-канал і не потребують жодних гібридних каналів чи напівформатів, тож і таке визначення поняття є не зовсім вдалим.

Якщо розглядати природу подкасту в технічному аспекті, то його варто розуміти як формування та розповсюдження мультимедійного наповнення, що розміщується на каналі RSS як аудіо та відеоконтент.

Отже, доцільним вважаємо запропонувати таке визначення подкасту: це новітній формат мережевого ЗМІ, що містить цифровий контент, до розповсюдження якого може долучитись не

лише автор, а й цільова аудиторія з урахуванням авторитетності та цікавості в ній інформаційного ресурсу.

Таке визначення варто обґрунтувати ще й існуванням громадського подкастингу. Це явище варто розуміти «як засіб не лише розважити себе та друзів, а й передусім повідомити важливу та цікаву інформацію, навіть не будучи журналістом і маючи мінімальні технічні навички» [9]. Водночас громадський подкаст варто зараховувати виключно до аматорських медіа в мережі, і не плутати його з подкастом професійного журналіста, який має спектр умінь та навичок для підготовки матеріалу відповідного рівня. Сам процес підготовки та публікації подкасту не потребує великих витрат часу та спеціальних умінь. Тому їх користувачів почали визначати як подслухачів.

Нині існує багато класифікацій подкасту. Наприклад, американська школа журналістики (П. Колін) пропонує такий поділ:

1) «solopodcast» – представлений як монолог (одна людина розмовляє на мікрофон або камеру). Зміст може бути пов'язаний з новинами, думками, навчальними посібниками чи будь-якою іншою інформацією, яку може надати одна особа;

2) «interviewpodcast» – формат співбесіди, що надає змогу ввести другий голос та отримати інший погляд на певну тему у вашому подкасті;

3) «multi-hostpodcast» – тип багатопотокового подкаста з кількома хостами. Містить два або більше хостів, що збільшує можливості для спілкування;

4) «vidcast» – це подкаст у форматі відеофайлу. Є одним з найпопулярніших типів [17].

Українська школа журналістикознавства пропонує таку класифікацію:

1) аудіоподкаст;

2) відеоподкаст;

3) скайпкаст;

4) скринкаст.

На нашу думку, доцільно класифікувати подкасти таким чином:

– подкаст журналіста професіонала, що висвітлює суспільно важливі теми та проблеми;

– подкаст як аматорське медіа, яке веде пересічний користувач мережі;

– подкаст журналіста-любителя, тобто такий, що не пов'язаний з висвітленням суспільно важливих тем, а демонструє особисті вподобання та смаки журналіста, показує його з позиції принципово суб'єктивних поглядів.

Отже, як впливає із запропонованої класифікації, нинішня українська подкаст-журналістика має низку проблем, пов'язаних з непрофесіоналізмом. Елементарні складові процесу створення подкасту створили низку умов для поширення неякісного та непрофесійного контенту, який також визначають як подкаст, оскільки це така форма комунікації, що доступна майже всім, від спортсменів до медиків.

Подкаст-журналістика є доступним, зручним, лаконічним та актуальним інформаційним ресурсом, який практично цілком задовольняє вимоги мережевих користувачів.

На думку О. Дмитровського, потрібно виокремлювати ще й інформаційні та інформаційно-аналітичні подкасти [6].

Для подкаст-журналістики така класифікація є найвлучнішою з позиції інформаційного наповнення мережевого медіаполя журналістами-практиками. Тут варто виокремлювати новини різноматематичні: економічні, спортивні, політичні тощо. Підготовка подкаст-матеріалу відбувається за такою схемою. По-перше, обрати тему; по-друге, тези-кістяк подкасту; по-третє, запис аудіо-матеріалу; по-четверте, монтаж; по-п'яте, оприлюднення матеріалу на сайті. Провідним важелем тут є навички роботи з аудіальним текстом, на володіння тільки комп'ютерними програмами недостатньо.

Тобто розвиток та поширення подкасту нині в більшості своїй має формат радіо, тому варто визначати його як форму саме радіожурналістики. Це засіб оприлюднення медіазавантаження в Інтернеті з можливістю анонсувати передачі. Відповідно аудиторією подкаст-журналістики стають юзери, кожен, хто має доступ до мережі й гаджет, що здатен підтримувати певний інформаційний формат чи програму, типу iTunes, яка систематично реагує на появу записів, що пізніше завантажуються й відтворюються.

Процес утворення подкаст-журналістики стає чудовою альтернативою теле- та радіотрансляціям, адже тут не потрібні просторово-часові межі чи ліцензування.

IV. Висновки

У XXI ст. існує необхідність розвитку комунікаційних технологій та окреслення нових платформ і тенденцій розповсюдження інформації. У науковому середовищі обговорюють подкаст-журналістику як новітнє явище та нову журналістську платформу.

Сьогодні в Україні подкастинг розглядають як потенційно активне ЗМІ, яке розвивається. Варто наголосити на тому, що в українському медіаполі є низка нюансів, притаманних цій формі нової журналістики. Вони зумовлені, зокрема, тим, що процес розвитку певним чином гальму-

ється у вітчизняних колах, а відтак накладається відбиток на мережеві ЗМІ, що впливає на розвиток подкастингу. Повільним є входження бізнес-інтересу в цю сферу, тоді як у США подкастери заробляють у цій сфері мільйони.

Перспективи подальших розвідок вбачаємо в дослідженні подкаст-журналістики, її розвитку, функцій та видів; деталізації та класифікації одиниць подкасту; розвитку методів подкаст-журналістики та їх реалізації, що тягне за собою формування суспільних думок та висвітлення актуальних питань.

Список використаної літератури

1. Гол Дж. Он-лайн журналістика. Київ : К.І.С., 2005. 344 с.
2. «Громадське радіо» записало перший подкаст англійською. URL: http://stv.detector.media/-reformuvannya/radio/gromadske_radio_zapisalo_pershiy_podkast_angliyskoyu (дата звернення: 10.10.2018).
3. Герасименко А. С. Радио в сети Internet и подкастинг. Создание собственного подкастинга и радиостанции в сети Internet. Триумф, 2007. 176 с.
4. Данько-Сліпцова А. Нові медіа: історія, типологія. URL: <http://social-science.com.ua/-article/1242> (дата звернення: 10.10.2018).
5. Дмитровський О. Подкаст-програми та блоги: основні аспекти їх створення. *Теле- та радіожурналістика*. 2014. № 13. С. 210–213.
6. Дмитровський О. Особливості подкастингу як основної складової інтернет-радіо. *Теле- та радіожурналістика*. 2017. № 16. С. 97–101.
7. Данилюк С. С. Особливості використання інтернет-технології «Подкаст» у процесі формування професійної компетенції майбутніх філологів. URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis>
8. Досенко А. Е. Електронні щоденники як одиниці соціальних комунікацій. Київ : КиМу, 2012. 202 с.
9. Деньги из разговоров – как подкастинг стал прибыльной индустрией в 2016-м. URL: <https://www.imena.ua/blog/business-of-podcasting>
10. Коваль С. Аудіальний контент користувачів. *Теле- та радіожурналістика*. 2017. № 16. С. 178–183.
11. Квіт С. Масові комунікації : підручник. Київ : Вид. дім «Києво-могилянська академія», 2008. 206 с.
12. Приходько Д. С. Інноваційні технології у навчанні студентів технічних спеціальностей: подкастинг. *Advanced Education*. 2014. № 1. С. 59–65.
13. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : навч. посібник. Львів : ПАІС, 2010. 246 с.
14. Чабаненко М. В. Відео у аудіо. *Робота журналіста в Інтернет-ЗМІ*. Запоріжжя : Просвіта, 2012. С. 62–65.
15. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. 358 с.
16. Michael W Geoghegan; Dan Klass – Podcast solutions: the complete guide to audio an dvideo podcasting. Apress, 2007. 280 p.
17. Paul Colligan. How To Podcast 2015 : Four Simple Steps to Broadcast Your Message to the Connected Planet. URL: <https://books.google.com.ua/books?id> (date of request: 20.09.2018).

References

1. Hol, Dzh. (2005). On-line journalism. Kiev. 344 p. (in Ukrainian).
2. "Public Radio" recorded the first podcast in English. Retrieved from: http://stv.detector.media/-reformuvannya/radio/gromadske_radio_zapisalo_pershiy_podkast_angliyskoyu. (in Ukrainian).
3. Herasymenko, A. S. (2007). Internet radio and podcasting. Creating your own podcasting and radio stations on the Internet. Triumph, 176 p. (in Russian).
4. Danko-Sliptsova, A. New media: history, typology. Retrieved from: <http://social-science.com.ua/-article/1242/> (in Ukrainian).
5. Dmytrovskyi, O. (2014). Podcasting and blogging: The main aspects of their creation. *TV and radio journalism*, 13, 210–213. (in Ukrainian).
6. Dmytrovskyi, O. (2017). Features of podcasting as the main component of Internet radio. *TV and radio journalism*, 16, 97–101. (in Ukrainian).
7. Danyliuk, S. S. Features of the use of Internet technology Podkast in the process of forming the professional competence of future philologists. Retrieved from: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis>. (in Ukrainian).
8. Dosenko, A. E. (2012). Electronic diaries as a unit of social communications. Kiev, 202 p. (in Ukrainian).
9. Money from conversations – as podcasting has become a lucrative industry in 2016. Retrieved from: <https://www.imena.ua/blog/business-of-podcasting>. (in Russian).
10. Koval, S. (2017). Audiences of users. *TV and radio journalism*, 16, 178–183. (in Ukrainian).

11. Kvit, S. Mass Communication: Textbook. Kiev, 206 s. (in Ukrainian).
12. Prykhodko, D. S. (2014). Innovative technologies in the training of students of technical specialties: podcasting *Advanced Education*, 1, 59–65. (in Ukrainian).
13. Potiatynyk, B. (2010). Internet journalism: tutorial. Lviv, 246 p. (in Ukrainian).
14. Chabanenko, M. V. Video in audio. The work of the journalist in the Internet media. Zaporizhzhia: Prosvita, 62–65. (in Ukrainian).
15. Shnaider, V. (2014). A New Guide to Journalism and Online Journalism. Kyiv: Free Press Center, Aka-demi Ukrainian Press, 358 s. (in Ukrainian).
16. Michael W Geoghegan; Dan Klass – Podcast solutions : the complete guide to audio an dvideo podcasting. Apress, 2007. 280 p. (in English).
17. Paul. Colligan. How To Podcast 2015 : Four Simple Steps to Broadcast Your Message to the Connected Planet. Retrieved from: <https://books.google.com.ua/books?id>. (in English).

Стаття надійшла до редакції 11.10.2018.

Досенко А. К. Подкаст-журналистика как популярный вид радиодетельности в Интернете в XXI столетии

В статье предпринята попытка анализа тенденций развития современной новой сферы журналистики – подкаст-журналистики, которая проходит путь своего становления в украинском сетевом медиапространстве. Проанализированы исследования в этой области такой украинских ученых, как: С. Данилюк, А. Дмитровский, С. Коваль, Д. Приходько, В. Чабаненко. Ведущим видом подкаста является аудио- или видеофайл, размещаемый в сети по определенному адресу и доступный при наличии Интернета и гаджета с поддержкой технологии RSS. Представлено классификацию и концепции украинского подкаста с позиции активного СМИ. Предложено собственное определение и классификацию.

Ключевые слова: Интернет, подкаст-журналистика, радиодетельность, технологии RSS.

Dosenko A. Podcast Journalism as a Popular Radio-Internet Activity in the 21st Century

The methodology is based on the scientific research was made on such methods as: analysis (for studying scientific points of view and their differences from the position of studying the podcast), systematization (for the deduction of own definition and vision of podcasting and classification), forecasting the coverage of development trends and podcast classifications.

Another classification of podcasts is derived. The author was consider about relevant forms of the standpoint as communication platform. The definition of the podcast and its classification was emphasized

Results. *The article described the podcast as new tool of media. It requires detailed study and explanation. The attempt was made to predict the peculiarity of the podcast effect on the development and functioning of Ukrainian podcasting journalism.*

The novelty. *The study is seen as the interpretation, classification and description of Ukrainian podcasting from. The research described it as the standpoint of a potentially active mass media. Further study and classifications require it as other forms of filing-journalism, operating in a modern network media environment as a form of new journalism.*

The practical significance. *The results of the study can be used to introduce new applied social communicational technologies of the network. Also it could be used for typical educational programs for students of high educational establishments.*

Key words: Internet, podcast journalism, radio activities, RSS technology.