

**Г.Л. Арсентьева**

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций, кафедра телевидения и телепроизводства, Казань, leo2411@mail.ru

**ПОДКАСТ КАК ФОРМА РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ:  
ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

*В статье рассматривается явление подкастинга через призму его функций. Проводится сравнение в функциональном аспекте традиционных радиопрограмм и программ-подкастов. Осуществляется попытка объяснить, каким образом функции подкаста трансформируются по отношению к функциям традиционных радиопрограмм под влиянием площадки размещения контента.*

Ключевые слова: *радиожурналистика, подкаст, функция.*

Современная радиожурналистика трансформируется под влиянием интернета и связанных с ним новых форм СМИ. Эта тенденция последних лет, как можно предположить, обусловлена, прежде всего, экономическими причинами, связанными с поиском вариантов повышения рентабельности радиовещания. Технологически радио стремительно осваивает мультимедийное пространство и одной из форм, являющейся логическим продолжением радиожурналистики в интернете, является форма аудиоподкаста. В этой связи интересно проследить за функциями аудиоподкастов и ответить на вопрос: выполнение всех ли функций радиожурналистики входит в задачи подкастов, и, если так, то какие новые черты приобретают функции радиожурналистики в контексте подкастинга. Теоретики журналистики С.С. Распопова и Т.А. Саблина под понятием «подкастинг» подразумевают цифровую запись радиопередачи, серию эпизодических программ и средство публикации аудио- и видеофайлов, а также процесс создания и распространения звуковых и видеофайлов,

публикацию звуковых передач [2]. Очевидно, подкастинг объединяет в себе как традиционную технологию и методiku радиожурналистики (тогда подкаст дублирует радиопрограмму и, как можно предположить, функции остаются теми же), так и технологию, максимально трансформированную под влиянием Интернета (в этом случае можно выдвинуть гипотезу, что функции иные). В настоящем исследовании мы рассмотрим программы из обеих вышеуказанных условных групп аудиоподкастов.

Наиболее полно провести исследование функций подкастинга как формы радиожурналистики нам помогут функции, выделенные профессором А.А. Шерелем [1]. Он указывает на три группы функций – информационную, социального управления обществом и культурно-просветительскую. В первую группу входит, собственно, информационная, а также рекламная функции. Вторая группа включает пять функций: общения, интегративную, организаторскую, выражения и формирования общественного мнения, воспитательную. Третья группа состоит из эстетической и функции просвещения и развлечения. Именно эти функции мы будем рассматривать на предмет их выполнения или невыполнения в программах-подкастах (у того же А.А. Шереля невыполнение функции выражается термином «дисфункция», который вполне отражает то или иное явление в радиожурналистике; мы будем иногда его использовать и по отношению к подкастингу).

Информационная функция базируется на задаче проинформировать. Это самая широкая функция из всех, так как любой звук, не обязательно речь, несет в себе определенную информацию. Поэтому, очевидно, подкаст так же, как и традиционная радиопрограмма, призван выполнять информационную функцию. Что касается дисфункции, которая у Шереля характеризуется проявлением цензуры, самоцензуры, идеологизации информации и т.п., подкаст, особенно тот, который существует только онлайн, менее ей подвержен. К примеру, «The Big Podcast» Василия Стрельникова, подкаст радиостанции «Эхо Москвы» «#ДайДудя» Алексея

Венедиктова и др. Мы склонны связывать эту особенность с площадкой, на которой подкаст размещен: предполагается, что интернет обладает более высокой степенью свободы высказывания, в отличие от традиционных СМИ, так как часто не зависит ни от коммерческих, ни от властных интересов.

Уровень выполнения рекламной функции в обычной радиопрограмме значительно выше, чем в подкасте. Эта особенность также связана с площадкой размещения контента. Дороговизна вещания является причиной непрекращающегося поиска отраслью рекламодателей и делает выполнение рекламной функции насущной необходимостью коммерческого радиовещания. Если рассматривать контент таких радиоканалов в целом, то здесь очевидна дисфункция рекламной функции через перенасыщение рекламой основного эфира. К примеру, помимо рекламных блоков, в эфире радиостанций звучат рекламные программы, которые изначально поданы как нейтральные: на радиостанции «Серебряный дождь» программа «Съедобные факты» Лики Длугач, по факту, построена не только на интересных гастрономических фактах, но и предлагает обратить внимание на продукцию определенных производителей и торговых марок. Подкаст в этом отношении противоположен: независимый от коммерческих интересов, он позволяет сосредоточиться на предмете диалога/монолога/музыкального наполнения, оставляя рекламные сообщения за пределами подкаста («Терминальное чтение», а также целый ряд других философских, литературных, научных, образовательных подкастов).

Функция общения выполняется в части традиционных радиопрограмм, имеющих определенную жанровую принадлежность. Например, все диалоговые программы («С приветом, Набутов!» на «Серебряном дожде» и др.), все интерактивные программы («Интерактив» на «Вести FM» и т.п.). Программы-подкасты в подавляющем большинстве имеют в своей основе беседу, поэтому функция общения выполняется

априори. Например, программы-афиши или обзоры прессы в традиционном радиозэфире – монологовые, диалогичность проявляется через обращение к слушателю, но функция общения, очевидно, нивелирована. Программы-подкасты с похожей тематикой выстраиваются через диалог (подкаст радио «Эхо Москвы» «Кинополночь»).

Интегративная функция ярче проявлена на традиционном радио. Объединение разных социальных слоев заложено в природе современного прослушивания аудиального СМИ: сегодня оно редко является селективным, в основном, радио слушают стихийно, без четкой психологической установки на прослушивание. Так проявляется массовость радиовещания, в отличие от подкастинга, - программы-подкасты имеют больше возможностей для трансляции программ узкой тематики и специфической формы подачи материала. Можно сказать, авторы подкастов заинтересованы не столько в количестве, сколько в качестве своих слушателей, поэтому так велико число подкастов для узкой аудитории («Ремиксы», «Батина консоль», «Психология: мифы и реальность» и т.д.). Если радиостанция объединяет несколько программ разной тематики, то в подкастинге, не связанном с официальными радиокомпаниями, узкая тематика часто находится в основе идеи подкаста.

Организаторская функция, как и предыдущая интегративная, напрямую связана с массовостью радиовещания. У А.А. Шереля эта функция объединена с агитационно-пропагандистской, что функционально объяснимо, однако, мы остановимся только на первом термине, так как считаем его стилистически менее экспрессивно окрашенным. Здесь традиционные программы и подкасты равнозначны, но данная равнозначность достигается путем разновекторных подходов к выполнению функции на радио и в подкастах: оно напрямую зависит от количества реальных слушателей у традиционной радиопрограммы (так называемые «программы пробок» на большинстве радиостанций). Автор подкаста же в любом призыве к тому или иному поведению слушателя может надеяться

на то, что эффективность программы напрямую связана с его личным авторитетом (подкасты о науке и технике, здоровье, духовности на подкаст-терминале PodFM).

Функция выражения и формирования общественного мнения, на первый взгляд, ярче представлена в традиционных радиопрограммах, но зачастую функция выполняется лишь наполовину. К примеру, не представлены все социальные слои, населенные пункты, - на повестке дня информационных и аналитических радиопрограмм оказываются темы, наиболее актуальные для той аудитории, которая находится в рамках территории радиостанции, зависит от ее учредителя, а также формата (если радиостанция музыкальная). Такой подход прослеживается на примере эфира федеральных государственных радиостанций («Маяк», «Вести FM», др.). Дисфункция данной функции в подкастинге связана с узким аудиторным и тематическим диапазоном. Например, проект от SoundStream Originals «Понаехали и остались» о жизни иностранцев в России.

Воспитательная функция обособлена тематикой: чаще всего, она закладывается в программы для детей и молодежи, независимо от того, идут эти программы в эфире традиционного радио или в рамках подкаста (программы «Детского радио», подкаст «Мел.Teens», т.д.).

Эстетическая функция полноценно представлена как в традиционной радиожурналистике, так и в аудиоподкастинге. Это лучшие образцы из фондов радиовещания, произведения музыки, литературы, радиоспектакли, которые могут звучать на радио, в официальных подкастах радиостанций, в онлайн-подкастах отдельных авторов. Кроме того, это грамотная речь (если она не дисфункциональна, когда автор допускает речевые ошибки), качественное сведение музыки и звуковых фрагментов программ, качественный монтаж.

Развлекательная функция и функция просвещения на традиционном радио сегодня, скорее, дисфункциональна, что связано с подавляющим большинством развлекательного контента в радиовещании. Подкастинг

преимущественно выполняет эту функцию (подкаст-терминалы PodFM, Castbox и др. представлены как развлекательными подкастами, так и образовательными в различных областях науки и техники – научно-популярное шоу «Опытные на кухне», «Подкаст Лучкова», «Mindvalley», активно выпускают такие подкасты и оффлайн-радиостанции «Комсомольская правда», BBC Radio, т.д.)

Таким образом, функции в подкасте, как форме радиожурналистики, выполняются в полном объеме. Наибольшая идентичность между традиционной радиопрограммой и подкастом достигается в выполнении информационной и воспитательной функций. Остальные функции подкастов имеют специфические черты, базирующиеся на технических и технологических особенностях интернета как площадки размещения контента, а также на особенностях взаимодействия авторов подкастов с их аудиторией.

### *Список литературы*

1. Радиожурналистика: учебник / под ред. А.А. Шереля. – М.: Изд-во Моск. ун-та: Наука, 2005. – С. 112-127.
2. *Распопова С.С., Саблина Т.А.* Подкастинг. – М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. – С. 9.

G.L. Arsenteva

### RADIO STATIONS OF KAZAN AND TATARSTAN: NEWS PROGRAMS IN THE FORMAT ASPECT

*Keywords: radio broadcasting, podcast, function.*

*The article examines the phenomenon of podcasting through the prism of its functions. A comparison is made in the functional aspect of traditional radio programs and podcast programs. An attempt is made to explain how podcast functions are transformed in relation to those of traditional radio programs under the influence of the content site.*