

ОСОБЛИВОСТІ ПОДКАСТИНГУ ЯК ОСНОВНОЇ СКЛАДОВОЇ ІНТЕРНЕТ-РАДІО

Олександр Дмитровський

Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. Генерала Чупринки 49, 79044, м. Львів, Україна,
e-mail: basf2001@ukr.net

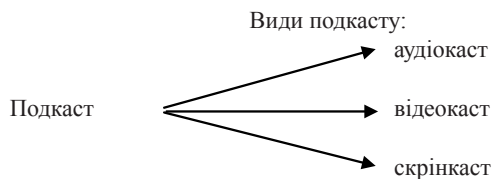
Розглянуто еволюцію подкасту як нового виду спілкування в системі соціальних комунікацій. Визначено особливості подкастингу як основної складової Інтернет-радіо та його співвідношення з іншими засобами масової комунікації.

Ключові слова: подкастинг, подкаст, Інтернет-радіо, подкаст-термінал, сайт.

Термін “podcasting” утворився із поєднання англійських слів iPod – назви популярного плеєра компанії Apple та другої частини слова “broadcasting” (“радіомовлення, передача”). Подкастинг – це спосіб публікації медіапотоків (звукових mp3 або відео-передач) у всесвітній мережі Інтернет, за яким вони транслюються особливим чином (протокол RSS), що дозволяє усім користувачам Інтернету ознайомлюватися з ними та завантажувати їх.

Подкастом називається або окремий файл, або регулярно оновлювана серія таких файлів, що публікуються за однією адресою в Інтернеті. На відміну від просто аудіо-файла у форматі mp3, користувач може сам підписатися на цікаві для нього подкасти та регулярно їх отримувати. Існують також такі види подкастів як відеокасти та скрінкасти (таблиця 1).

Таблиця 1



Подкастинг – явище нове, багатогранне, знаходиться на стадії свого становлення, розвитку, звідси відсутність загальноприйнятих дефініцій цього явища, що детермінує **актуальність і новизну проблеми.**

Дослідники зазначають, що подкасти (podcasts) – цифрові медіафайли, які розповсюджуються Інтернетом і які за змістом нагадують ток-шоу, містять інтерв’ю, бесіди чи будь-що інше, що належить до усного жанру мовлення [1].

Явище подкастингу поширене у всьому світі, в Україні ж воно тільки починає розповсюджуватись. Поява подкастів на сайтах редакцій преси може бути черговим

етапом розвитку традиційного медіа, пов'язаним із бажанням збільшити аудиторію, або просто засобом боротьби з конкуренцією. Проте на сьогоднішній день подкасти не можуть виокремлюватися у самостійний елемент. Виділення їх в окремий напрям у складі медіа можливе лише за умов високої якості цього продукту і значних вкладеннях у його рекламу та поширення. Створення подкасту можливе лише після проведення маркетингового дослідження на ринку користування контент-послугами. Приміром, у Києві, де більшість населення користується мобільними телефонами вищого класу, такі речі як подкаст можуть бути потрібні, тоді як у регіонах такі нововведення можуть просто бути недоречними через відсутність належної техніки й необхідності. Переходити на нові стандарти економічно вигідно тільки тоді, коли накопичується критична маса споживачів, готових користуватися новим продуктом.

Передумовою появи і постійно зростаючої популярності подкастингу стали технологічні можливості мережі, що зумовили розширення аудиторії і стимулювали потребу у нових видах Інтернет-комунікації. Водночас із соціального погляду поява подкастингів – це певний етап розвитку суспільства, коли потреба у самовираженні та визнанні, що характеризує розвинений соціум, стає все необхіднішою, актуальною для самого суспільства.

Відеокасти мають певну перевагу над аудіоподкастами, тому що вони активізують не тільки слухове сприйняття, а й візуальне, що сприяє кращому запам'ятовуванню. Скрінкастинг (англ. screen – екран та broadcasting – передача) – жанр подкастингу, що транслює для широкої аудиторії відеопотік із записом того, що відбувається на екрані комп'ютера автора. Додатково накладаються аудіокоментарі й текстові блоки з поясненням того, що відбувається. Ефект від перегляду скрінкастинга аналогічний тому, якби глядач знаходився поряд з автором і той показував би дії на своєму реальному комп'ютері і при цьому давав би коментарі.

Для створення подкасту користувачу необхідні такі технологічні засоби: комп'ютер з встановленим на ньому аудіоредактором, аудіокарта та мікрофон. Пропонуємо створення подкастів за таким алгоритмом:

- 1) вибір теми подкасту;
- 2) написання шоунотів – списку тез, про які буде розповідатись в подкасті;
- 3) власне запис подкасту;
- 4) монтування подкасту, видалення зайвого, додавання музичного оформлення чи спеціальних ефектів;
- 5) публікування подкасту на власному сайті чи на спеціальному сервері (таблиця 2).

Усе популярнішим на сьогодні стає новий метод вивчення іноземних мов, зокрема англійської мови, на основі аутентичних матеріалів у мережі Інтернет-подкастів. Використання таких аутентичних аудіоматеріалів може дуже поживати та урізноманітнити навчальний процес. За твердженням академіка АПН України В. М. Мадзігона: “Реформування всіх сторін життя суспільства, його демократизація, а також породжений науково-технічною революцією інформаційний вибух, вимагають творчого осмислення цих процесів педагогікою і психологією для вироблення стратегії розвитку народної освіти в Україні” [2, с. 85]. Дослідження впливу технології на результати навчання доктора Д. МакКінні, доктора Д. Дик та Е. Лубер показали, що студенти, які навчалися

за допомогою лекцій-подкастів, значно перевершували академічну успішність групи студентів, які лише слухали лекції з лектором. Студенти визнавали, що їм більше подобалося повторювати матеріал за допомогою подкастів, ніж за допомогою підручника [3].

Таблиця 2

Особливості створення подкасту

На що звернути увагу	Рекомендовані параметри	Зауваги
Тривалість інформаційних подкастів	7 – 11 хвилин	З досвіду iTunes Store (найбільша колекція подкастів в Інтернеті)
Перебивки	До 2 секунд після кожного сюжету	Перебивки повинні бути, але в невеликих кількостях. Головне — весела музика і приємний голос ведучого
Хронометраж одного сюжету	Максимум 1 хв. 20 сек.	Хронометраж одного сюжету не повинен перевищувати 1,2 хв. Має бути дуже цікавим, із мінімальною кількістю перебивок і максимумом синхронів
Випуск новин	Тривалість загалом до 7 хв.	5 основних новин повинні бути з різної тематики, найкраще – збирати всі новини у випуску, а не розміщувати кожен окремо. Це робиться, аби користувач міг скачати всі файли одразу.
Підсумковий випуск новин за весь день	10 – 25 хв.	Зібрати всі новини за день і змонтувати одним файлом.
Диктор	Краще 2 диктора	Потрібно, щоб випуск вели кілька людей із динамічним тембром голосу задля активізації уваги слухачів.
Формат розмови		Яскравий вступ, не зменшувати ритм, і на завершення обов'язково згадувати про те, де можна ще почитати й послухати такі ж чудові сюжети. Залежно від слухачів, вдаватись або до дуже формальної і насиченої термінами мови, або до неформальної і, можливо, жаргонної.

Подкасти можуть бути корисними для:

- Інтернет-видань – як новий цікавий продукт з метою залучення більшої аудиторії, а отже, отримання більшого доходу;
- сайтів та Інтернет-проектів. В українському Інтернеті дуже мало контенту, який можна сприймати на слух. Більшість інформації досягає до аудиторії у форматі відео, фото або тексту, матеріали ж подкасту – через аудіофайл;
- громадських ініціатив та організацій. Подкастинг – це можливість бути почутими, проста ідея власного ЗМІ, за допомогою якого можна популяризувати свою організацію та залучати небайдужих до своєї діяльності;
- організаторів важливих подій, що отримують змогу оприлюднювати відео- та аудіозаписи своїх заходів;

- бізнесу. Цей напрям називається комерційним подкастингом. На Заході це популярне явище, особливо у сфері масових комунікацій, PR та маркетингу.
- радіостанцій. Вони викладають свої програми, даючи змогу слухати їх у зручний для слухачів час і в такий спосіб збільшуючи аудиторію.
- блогерів. Власний аудіоблог – добра нагода виділитись. Адже аудиторія відчуває більшу довіру до аудіоматеріалів, аніж до текстів.
- журналістів. Подкасти дають змогу самовиражатись і творити поза рамками редакційної політики. До того ж, це хороший старт для молодих журналістів.

Розміщені подкасти на спеціальних подкаст-терміналах. Подкаст-термінал – це вебсайт, що підтримує хостинг звукових файлів і певною мірою автоматизує розміщення записів і підписку на оновлення.

Отже, подкаст – це вигідна альтернатива радіомовленню й телебаченню, оскільки не вимагає ліцензування частоти й доступний у будь-який зручний для слухача час. Подкастинг не обмежується аматорським радіо. На порталах можна знайти офіційні подкасти ефірного радіо, телевізійних каналів, великих компаній. Наприклад, свіжі випуски новин, розповідь про акції або можливості нових послуг. Існує безліч тематик подкастів: автомобілі, кіно, політика, природа, мода, здоров'я, новини, освіта, релігія, філософія, спорт, гумор, культура, кулінарія та безліч інших.

Список використаної літератури

1. Гапачило Н. Podcasting 2.0 [Електронний ресурс] / Н. Гапачило. – Доступно з: <http://greenforest.com/ua/articles/post/95> – Назва з екрану
2. Мадзігон В. М. Інформатизація в контексті демократизації освіти // Розвиток педагогічної і психологічної наук в Україні 1992–2002; зб. наук. праць до 10-річчя АПН України / В. М. Мадзігон. – Харків : ОВС, 2002.– Ч. 1. – 640 с.
3. McKinney, D., Dyck, J. L., & Luber, E. iTunes University and the classroom: Can Podcasts Replace Professors? / D. McKinney, J. L. Dyck, E. Luber // Computers & Education – 52. – April 2009, № 3. – P. 617 – 623.

Стаття надійшла до редколегії 21.09.16

Прийнята до друку 05.10.16

FEATURES OF PODCASTING AS THE MAIN COMPONENT OF INTERNET RADIO

Oleksandr Dmytrovskyi

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str., 49, 79044, Lviv, Ukraine,
e-mail: basf2001@ukr.net*

The article presents the evolution of the podcast as a new form of communication in the social communications and features of podcasting as a basic component of Internet radio and its relationship with other means of mass communication.

Podcast – a cost-effective alternative to radio and television because they do not require licensing and frequency available at any time convenient to the listener. Podcasting is not limited to amateur radio. The portal can find the official podcast radio broadcasting, television channels, large companies. For example, the latest news, story of shares or the possibility of new services. There are many podcast topics: cars, movies, politics, nature, fashion, health, news, education, religion, philosophy, sports, humor, culture, gastronomy and many others.

A prerequisite for the emergence and growing popularity of podcasting became the technological capabilities of the network, which led to audience development and stimulate demand for new forms of Internet communication . At the same time a social point of view podcasting appearance – a certain stage of development of a society where the need for self-expression and recognition that characterizes the developed society is becoming increasingly necessary, important for the society.

Creating a podcast is possible only after conducting a marketing research on the market use content services. For example, in Kyiv, where most of the population uses mobile phones, high-end , such things as podcasts may be required, while in regions such innovations may simply be inappropriate because of the lack of adequate equipment and appropriate.

Key words: podcasting, podcast, internet radio, podcast-terminal, site.