

Архетип «мудрость» в телешоу «ПОДКАСТ.ЛАБ»

Научный руководитель – Шестерина Алла Михайловна

Новичихина Надежда Владимировна

Аспирант

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, Тамбов, Россия

E-mail: gusevanadi955@gmail.com

Аудиовизуальный контент реактивно трансформируется под запросы аудитории, тем самым позволяет отчетливо проследить современные тенденции в медиадискурсе. И появление телешоу «Подкаст.Лаб» на «Первом канале» говорит о новом явлении, а если быть точнее, о популярности нового формата в медиаполе - подкастинге.

Подкаст – это «некий медийный файл, доступный для воспроизведения, размещения в сети, трансляции, сохранения в коллекции» [1] Основным отличием подкастинга от схожего с ним по формату радиопоу является - отсутствие каких-либо ограничений (в тематике, тайминге, редакторской политике). Учеными уже предприняты попытки рассмотреть особенности подкастов [2,3], изучить их структуру и жанрово-тематическое разнообразие [4], определить роль и место подкастов [5] однако с содержательной стороны медиаконтент остается почти не изучен.

В нашем исследовании мы постарались выявить архетипический сюжет, лежащий в основе программы. «Подкаст.Лаб» - это серия подкастов на разные темы (наука, музыка, литература, история и т.д.), заполняющая ночной эфир «Первого канала» (с полуночи до пяти утра). Разбор актуальных тем проходит в рамках беседы ведущего с приглашенным гостем. Это и указывает нам на скрывающийся в основе программы архетип «мудрость» или же другая его интерпретация - «систематизация философских категорий». Суть данного сюжета подразумевает: переосмысление сложных, спорных, иногда даже провокационных вопросов; попытки найти решения каких-либо проблем; возможность донести важные мысли до аудитории.

Например, ведущий подкаста «Собрались с мыслями», решал со своими гостями вопрос: «Как привлечь молодежь к занятию наукой?», а ведущий подкаста «Жизнь замечательных» обсуждал риторический вопрос: «Должна ли церковь идти в ногу со временем?». И так фактически в каждом выпуске вынесена тема, ее обсуждают и если удастся, то находят ответы и решения.

Таким образом, из проведенного нами анализа можно сделать вывод, что несмотря на новшество формы, с содержательной стороны серьезных изменений не наблюдается и теория архетипических сюжетов является актуальной для современных медиатекстов.

Литература

1. Расторгуев Е.В., Чугчева А.В. Аудиоподкасты как современная разновидность аналитической журналистики // Медиаисследования. 2020. №7. С.231.
- 2.Ефимова О.В. Подкастинг как медиапродукт: особенности провинциальных подкастов // Ученые записки НовГУ. 2022. №4 (43). - С. 371-374.
3. В. В. Витвинчук, М. С. Лаврищева Особенности российских подкастов (по материалам издания «Meduza») // МНКО. 2019. №5 (78). - С. 544-546.
- 4 .Журавлева А. А. Подкастинговое вещание: структура, жанрово-тематическое разнообразие, особенности развития в социальной сети ВКонтакте // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. №1 (35) С. 112-119.

5. Воинова Е. А., Сивякова Е. В. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды // Социально-гуманитарные знания. 2018. №12. - С. 104-120.