

Типологические особенности спортивных подкастов в России

Научный руководитель – Круглова Людмила Алексеевна

Островская Мария Владимировна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: ostrovskayamarija@yandex.ru

Рост количества спортивных подкастов, в том числе и в аудиовизуальной форме, стал заметен в России в 2019 году. Исследователи связывали данное явление с эпидемией Covid-19, во время которой все спортивные соревнования были временно отменены [Швыков 2024: 5]. Спортивные медиа начали активнее приглашать российских спортсменов не только на интервью, но и в спортивную аналитику. Это стало возможно, в том числе и потому, что звезды спорта находились не на международных турнирах, а в России. Именно с 2019 года в нашей стране началось развитие спортивных аудиовизуальных форматов, а к концу 2024 года среди спортивных подкастов наблюдается конкуренция и борьба за аудиторию, что говорит о популярности такого формата и необходимости исследовать его феномен.

За лето и осень 2024 года проведен первый этап анализа развития аудиовизуальных форматов в рамках комплексного исследования типологических особенностей спортивных подкастов в России. В него вошли 15 подкастов, которые являются наиболее популярными в своих нишевых тематиках и размещаются на различных платформах, а именно: «Вконтакте», YouTube, «Яндекс.Музыка», Rutube, Apple Podcasts). В выборку попали 15 подкастов (водкастов), по три на один вид спорта: «Ход коньком», «Прокат Show», «Подкаст Лаб. Произвольная программа» - фигурное катание; «Это футбол, брат!», «Коммент.Шоу», «СБГ шоу» - футбол; «Это хоккей, брат!», «Лед», «Красно-белый подкаст» - хоккей; «Выход к сетке», «Лучший теннисный подкаст», «Больше!Теннис» - теннис; «Время на атаку», «Взял мяч», «БСКТБЛ» - баскетбол.

Объекты исследования были отобраны на основе их ведущих позиций в соответствующей тематической категории, содержательности, продолжительности выпусков, количества ведущих, а также наличия уникального контента.

В результате проведенного анализа сформулированы следующие выводы:

1. Анализ спортивных подкастов выявил, что большинство из них принадлежат к несюжетному типу. Каждый эпизод посвящен обсуждению определенной темы или нескольких вопросов, связанных с одним видом спорта.

2. Большинство спортивных подкастов имеют событийный характер. Этот формат обусловлен особенностями спортивного контента: обсуждение и анализ прошедших турниров быстро утрачивают актуальность уже спустя неделю после события. Авторы стремятся оперативно выпускать новые эпизоды, чтобы удерживать интерес широкой аудитории.

3. Результаты анализа 15 выбранных подкастов показали, что все они относятся к дискуссионному формату. В таких подкастах, как правило, участвует несколько ведущих или один ведущий ведёт беседу с гостями. Успех конкретного выпуска зачастую определяется тем, кто приглашен в качестве эксперта. Наиболее популярными становились эпизоды с участием знаменитых спортсменов или тренеров, имеющих значительное влияние в медиапространстве и свою собственную аудиторию.

4. Подкасты, активно использующие интерактивные элементы, такие как опросы, прямые эфиры и обратная связь с комментариями слушателей, показывают более высокую степень вовлеченности аудитории.

Таким образом, спортивные подкасты предлагают широкий спектр форматов, тем и способов монетизации. Наибольшего успеха добиваются те проекты, которые объединяют высококачественный контент, активное взаимодействие с аудиторией и грамотное продвижение через социальные сети. Исследование демонстрирует, что объем и качество спортивного аудиовизуального контента растет и совершенствуется год от года. Тем не менее, спортивные медиа сталкиваются с рядом трудностей в новой цифровой среде, а именно: поиск рекламодателей, узкая тематическая направленность, поиск медийного гостя и т.д.

Источники и литература

- 1) Швыков Д. О. Российские спортивные СМИ в соцсетях: изменение инструментария в условиях современного геополитического кризиса. М., 2024. С. 5.