

### Літэратура

1. Красовская, Е. В. Региональная медиасистема: к определению понятия. – М.: Фак. журн. МГУ, 2019.
2. Соколова, А. Н. История описания функций журналистики и возможности их кластерного анализа. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2013.
3. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Нац. комис. по устойчивому развитию Респ. Беларусь. – Минск: Юнипак, 2004.
4. Фрольцова, Н. Профессиональная культура журналиста. – Минск: ААТ «Паліграфкамбінат імя Я. Коласа», 2016.

УДК 004.738.2

І. В. Круковіч, магістрантка  
(БДТУ, г. Мінск)

### ПАДКАСТЫНГ: ГІСТОРЫЯ СТВАРЭННЯ, ТЭХНАЛОГІЯ RSS

З’яўленне тэхналогіі падкастынгу мае важнае месца ў развіцці інфармацыйных тэхналогій. Падкастынг становіцца дадатковай прыладай прываблівання ўвагі аўдыторыі, прычым дастаткова эфектыўнай. На тэрыторыі Рэспублікі Беларусь з’ява падкастынгу набывае ўсё большую папулярнасць.

Тэрмін «падкастынг» увёў Бэн Хамерслі ў газеце The Guardian у лютым 2004 года [1]. Яшчэ існуе меркаванне, што тэрмін «падкастынг» упершыню выкарыстаў вядучы канала MTV Адам Кары таксама ў 2004 годзе. Тэрмін «падкастынг» з’явіўся дзякуючы аб’яднанню двух словаў «iPod» (англ. – mp3 плэер фірмы Apple) і «broadcasting» (англ. – тэле-, радыёвяшчанне). Тым не менш для карыстання падкастамі iPod не з’яўляецца абавязковым [1].

Аб’ектам разглядаемай тэмы з’яўляецца падкаст. Прадмет тэмы – выкарыстанне тэхналогіі падкастынгу ў сучаснай медыя-прасторы. Мэта – адлюстраваць з’яву падкастынгу і асаблівасці тэхналогіі RSS ва ўмовах сучасных інфармацыйных тэхналогій.

Неабходна адзначыць і той факт, што на дадзены момант не існуе адзінага і канвенцыйна прынятага азначэння паняцця «падкастынг». Таму пад «падкастынгам» будзе разумецца тэхналогія стварэння, публікацыі і распаўсюджвання праз інтэрнэт аўдыёкантэнтну на электронныя прылады падпісантаў з прымяненнем тэхналогіі RSS ці Atom.

Пад падкастам будзем разумець аўдыё- ці відэамаатэрыял на розныя тэмы, што выходзіць з пэўнай перыядычнасцю ў сетцы інтэрнэт. Пад з'явай падкастынгу будзем разумець працэс стварэння, апрацоўкі і рэдагавання аўдыё- ці відэамаатэрыялаў на розныя тэмы для іх перыядычнага выдання.

Кожны падкаст, як правіла, мае вэб-сайт, дзе паказаныя эпізоды можна праслухаць або спампаваць для далейшага праслухоўвання. З загрузанымі СМІ вы можаце слухаць іх на камп'ютары, з дапамогай дадатку для падкастаў на тэлефоне або перадаць на медыя-плэер. Але што сапраўды робіць падкаст унікальным і дае падкасту яго «маўленчую» здольнасць, дык гэта магчымасць падпісацца на некалькі дадаткаў для падкастаў адразу (напрыклад, iTunes і Sticher-радыё) або Podcatcher праз працэс сіндыкацыі RSS (Real Simple Syndication). Слухачы могуць лёгка падпісацца на падкасты (большасць з іх бясплатна), націснуўшы на іконку RSS або кнопку падпіскі. Такім чынам, калі падкастар выпускае новы эпізод, абаненты будуць аўтаматычна апавешчаныя без неабходнасці пастаянна правяраць, ці абнавіўся кантэнт вэб-сайта. З дапамогай спецыяльнага праграмачнага забеспячэння (напрыклад podcatching) можна аўтаматычна спампоўваць эпізоды любімых падкастаў.

Падкастынг пачынае сваё існаванне яшчэ з вэб-радыё. Збег абставін фактаў і з'яўленне новых тэхналогій прывёў да ўзнікнення гэтай з'явы ў 2003 годзе. Пачаткоўцамі ў сферы падкастынгу з'яўляюцца Адам Кэры, Трыстан Льюіс і Дэйв Уінэр. У 2001 годзе яны стваралі медыякантэнт, выкарыстоўваючы RSS-тэхналогію, што стала першым прататыпам падкасту [2].

Пасля 2001 года феномен падкастынгу здабыў больш за два мільёны хітоў, згенераваных для платформы «podcasting» Google. Там змяшчаліся падкасты не толькі з ЗША, але і з Канады, Швецыі і Аўстраліі. У 2005-м годзе камп'ютары Apple інтэгралі падкасты ў сваё праграмачнае забеспячэнне – iTunes.

Традыцыйныя бродкастары (вяшчальнікі), такія як BBC, The US National Public Radio, заўважыўшы вялікі патэнцыял падкастаў, таксама сталі карыстацца новай тэхналогіяй пазіцыянавання інфармацыі ў медыяпрасторы. І на хавалі папулярнасці падкасты сталі крыніцай кантэнту.

Праз вялікую колькасць падкастараў-самавучак падкасты апанавалі інтэрнэт, а сайты, што ўтрымліваюць падкасты, сталі крыніцамі ўтрымання разнастайнай інфармацыі на розныя

густы. Такія сайты, як podcasters.org, podcast.net і ipodder.org, сталі платформамі з вялікай колькасцю слухачоў, якая няспынна расце.

Наступны ўсплёск папулярнасці падкастаў прыпаў на лета 2017 года, і ён звязаны з тэхналогіямі. Кампанія Apple абвясціла, што ў новай прашыўцы iOS11 з'явіцца аналітыка для аўтараў падкастаў. Гэта значыць, стала даступнай інфармацыя, як менавіта адбываецца праслухоўванне (працягласць праслухоўвання, колькі карыстальнікаў уключылі ці спампавалі падкаст, на якім моманце выключылі). Гэта вельмі зручная і карысная функцыя як для аўтараў, так і для патэнцыйных рэкламадаўцаў.

Прычына ў тым, што да гэтага часу Apple не давала амаль ніякіх дадзеных пра паводзіны слухача ў дачыненні да падкастаў, а толькі тое, што хтосьці запампаваў асобны эпізод. А паколькі дадатак Apple ўлічвае агульную колькасць карыстання падкастамі, то стваральнікі падкастаў і рэкламадаўцы амаль не ведалі, як людзі ўзаемадзейнічаюць з падкастамі. Яны стваралі і размяшчалі матэрыял амаль без зваротнай сувязі. Apple выкарыстоўвае стандартызаваны фармат вэб-канала, RSS, патрэбны для публікацыі кантэнту, які часта абнаўляецца. Фармат RSS ідэальна падыходзіць для падкастынгу, бо утрымлівае ўсе метададаныя, выявы і эпізоды падкасту. Менавіта гэта інфармацыя адлюстроўваецца на платформах Apple і аналізуецца для стваральнікаў падкастаў.

RSS – гэта фармат перадачы вэб-кантэнту, які дазваляе паведамляць (трансляваць) пра рэгулярна абнаўляемае змесціва, якое публікуецца якім-небудзь вэб-вузлом. Першапачаткова тэхналогія RSS прызначалася для публікацыі навін на сайтах. Цяпер яна выкарыстоўваецца, як правіла, для інфармавання карыстальнікаў (наведвальнікаў) вэб-рэсурсаў пра абнаўленні кантэнту гэтых рэсурсаў. Большая частка фарматаў вэб-каналаў (у тым ліку RSS і Atom) заснавана на XML – камп'ютарнай мове тэкставай разметкі, якая выкарыстоўваецца для апісання і распаўсюджвання структураваных даных і дакументаў. RSS расшыфроўваецца як Really Simple Syndication, што ў перакладзе з англійскай азначае «сапраўды простае распаўсюджанне» [3]. Яно было распрацавана амаль дзесяць гадоў таму, але шырока выкарыстоўвацца стала адносна нядаўна. RSS выкарыстоўваюць для адсочвання змен сайтах, якія часта абнаўляюцца. Гэта альтэрнатыва паштовым рассылкам, паколькі дазваляе карыстальнікам атрымліваць інфармацыю пра публікацыю новых матэрыялаў, не заходзячы на сайт, у любы зручны час. Даныя ў фармаце RSS апісваюць інфармацыйны

кантэнт сайта, не закранаючы дызайн або структуру сайта. Вынікам такой арганізацыі з'яўляецца прамы доступ карыстальніка да прадстаўленай інфармацыі. Звычайна з дапамогай RSS2.0 даецца кароткае апісанне новай інфармацыі, якая з'явілася на сайце, і спасылка на яе поўную версію. Інтэрнэт-рэсурс у фармаце RSS называецца RSS-каналам, RSS-стужкай або RSS-фідам. Многія сучасныя браўзеры ўмеюць працаваць з RSS-стужкамі, сярод іх Safari, Maxthon, Miranda, Mozilla Firefox, Mozilla Thunderbird, Opera, Opera mini, Windows Internet Explorer (пачынаючы з 7-й версіі), Google Chrome. Акрамя таго, існуюць спецыялізаваныя дадаткі (RSS-агрэгатары), якія збіраюць і апрацоўваюць інфармацыю RSS-каналаў. Таксама вельмі папулярныя вэб-агрэгатары, якія ўяўляюць сабой сайты па зборы і адлюстраванні RSS-каналаў, такія як Яндэкс.Стужка, Google Reader і Bloglines. Тэхналогія RSS у тэхналогіі падкастынгу прымяняецца наступным чынам: стваральнік падкасту афармляе выпускі праз размяшчэнне эпизодаў аўдыё- і відэа-файлаў на вэб-сервер, слухач падкаста падпісваецца на канал трансляцыі пры дапамозе дадатку і атрымлівае кароткія паведамленні пра размяшчэнне абноўленага кантэнту [4].

Стужка RSS можа быць выкарыстана для дастаўкі інфармацыі аўдыторыі, з якой стваральнік падкасту ўзаемадзейнічае праз вэб-агрэгатар. На дадзены момант інтэрнэт шырока распаўсюджаны, таму мэтавая аўдыторыя для RSS-рассылкі можа быць самая розная: кліенты, партнёры, інвестары, прадстаўнікі прэсы, канкурэнты і г.д. Інфармаванне карыстальніка дае мноства магчымасцяў: апавяшчэнне мэтавай аўдыторыі (у тым ліку і прамая рэклама), мэта якой – наладжванне больш інтэнсіўнага дыялогу з кліентамі, павелічэнне аб'ёму продажаў, прапанова дадатковых паслуг (напрыклад, інфармаванне пастаянных кліентаў пра індывідуальныя зніжкі на размяшчэнне рэкламы і г.д.), інфармаванне (напрыклад, актуальныя для кліента навіны са сферы яго бізнесу, у гэтым выпадку інфармацыя з'яўляецца «прадуктам»), дастаўка інфармацыі, што забяспечвае функцыянаванне бізнес-працэсаў і г.д. Усе вышэйпералічаныя катэгорыі – гэта праца ў галіне маркетынгу, якую можна прымяніць у падкастынгу праз RSS-тэхналогію як спосаб перадачы інфармацыі. Сіндыкацыя (распаўсюждаванне) – інфармацыя RSS-стужкі размяшчаецца на іншых вэб-сайтах і дазваляе прыцягваць дадатковых наведвальнікаў з гэтых сайтаў на вэб-рэсурс прадпрыемства, фірмы, кампаніі, рэдакцыі. Да ўсяго вышэйпералічанага таксама можна дадаць, што RSS-стужкі

паспяхова выкарыстоўваюцца для падняцця рэйтынгу вэб-сайтаў у пошукавых сістэмах. Інфармацыйная сіндыкацыя мае на мэце размяшчэнне інфармацыі ў іншых крыніцах у інтэрнэце. Гэта дае магчымасць публікацыі на іншых інтэрнэт-парталах (парталы навін, інфармацыйныя парталы, карпаратыўныя парталы і г.д.).

RSS-тэхналогіі дазваляюць хутка, якасна і непасрэдна даносіць неабходныя звесткі да аўдыторыі. Адною з галоўных пераваг RSS з’яўляецца як магчымасць выбарачнага адбору аўдыторыі, так і выбарачнага адбору інфармацыі, якую пазней можна выкарыстоўваць па неабходнасці [5].

На дадзеным этапе ўсё больш актуальнай і вострай становіцца праблема якаснага адбору інфармацыі. Інфармацыйнае поле вялікае, існуюць розныя спосабы падачы інфармацыі. Адзін з самых даступных – гэта падкастынг. З кожным годам на тэрыторыі Беларусі ён набывае ўсё большую папулярнасць. З’ява падкастынгу ўвабрала ў сябе простую магчымасць падачы інфармацыі, якая дазваляе ў рэжыме «on-demand» пастаянна яе атрымліваць, а тэхналогія RSS дапамагае здзяйсняць трансляцыю абноўленых даных на асабістую прыладу карыстальніка. Дзякуючы гэтай тэхналогіі можна паспяхова знаходзіць кантакт з мэтавай аўдыторыяй і яе павялічваць.

#### Літаратура

1. Что такое подкастинг?: [Электронный ресурс]. – Код доступа: podfm.ru/topodcasters. – Дата доступа: 11.07.2019.
2. Алексеева, О. А. Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006 [Электронный ресурс]. – Код доступа: <http://www.convergencelab.ru/files/newmedia.pdf>. – Дата доступа: 8.11.2014.
3. Дубинский, А. Г. Проблема автоматизации поиска информации в глобальной сети // Проблемы автоматизации информационных технологий. – Днепропетровск, 1999. – С. 40–48.
4. Кураленок, И. Е. Оценка систем текстового поиска / И. Е. Кураленок, И. С. Некрестьянов // Программирование. – 2002. – № 4. – С. 226–242.
5. Сурин, А. И. Основы WEB-технологий / А. И. Сурин, А. Русак, С. А. Брик, П. Храмов. – М.: ИТУИТ.РУ, 2003. – 512 с.