

**МЕЖДУ ДВА СВЯТА:
ПОДКАСТИНГЪТ КАТО СЛИВАНЕ НА
ТЕХНОЛОГИЯТА С ЧОВЕШКОТО**

Виктор Чулев

**BETWEEN TWO WORLDS: PODCASTING AS A
MERGE BETWEEN TECHNOLOGY AND MAN**

Viktor Chulev

Резюме: Настоящият текст, който представлява редактиран откъс от магистърска теза на тема „Подкастът „Video Archives“ като комуникативно пространство“, се стреми грубо да очертае границите на подкаст пространството като място, където технологичното и човешкото се сливат. Чрез анализ и съпоставка на теории за подкаст практики и комуникационни теории преди появата на подкастинга, текстът опитва да преодолее противопоставянето на ново и традиционно и стига до заключението, че съвместното съжителство на човек и медия наподобява не война, а по-скоро игра на светове.

Ключови думи: подкаст, подкастинг, радио и подкаст, общителност, комуникативно пространство

Abstract: The present text, which is an edited excerpt from a master's thesis titled „The Video Archives Podcast as a Communicative Space“, seeks to roughly delineate the boundaries of the podcast space as a place where the technological and the human converge. By analyzing and comparing theories of podcast practices and communication theories before the advent of podcasting, the text attempts to overcome the opposition of novelty and tradition and concludes that the coexistence of man and media resembles not a war but rather a game of worlds.

Keywords: podcast, podcasting, radio and podcast, sociability, space of communication

Според някои от съвременните си анализатори подкастингът е медийна форма, която е „превзела света“, оперирайки на дълбоко личностно ниво (Aroesti, 2023). Въпреки че подобни анализи са полезни, те използват подход и реторика, които все още предполагат „война на световете“ – сблъсък на хора и технологии, конфликт на човек и медия, която сякаш е от друг свят.

Проблемът с това противопоставяне е, че чрез него медията завоевателка, воюващата медия като че ли се самовъзпроизвежда. Самовъзпроизвежда се самият конфликт– защото той е базиран на човешкия страх от другия свят. Да се противопоставиш, в случая

означава малко или много да се поддадеш на страха. Път към противодействие обаче като че ли има. И той минава през отговор не на питането как медията превзема света, а на въпроса как медията и човекът съжителстват в една действителност.

За целта настоящият текст разглежда подкастинга като пресечна област на два свята. Първият от тях е светът на подкаст медията: откъде идва тя, кои са важните моменти от технологията ѝ, как влиза в контакт със света на хората, как се слива с него. Вторият свят пък е светът на хората преди подкастите: кои са предпоставките за сливането от човешка гледна точка.

За първата употреба на понятието „подкастинг“

В текста, който е сочен за първи, споменаващ думата „podcasting“ (Berry, 2006: 143), английският журналист, футурист и специалист в областта на технологиите Бен Хамърсли всъщност дава повече от едно възможно наименование на новия медиен феномен. Наред с наложилите се в крайна сметка термин са предложени още названия като „аудиоблогване“ („audioblogging“) и „партизанска медия“ („GuerillaMedia“) (Hammersley, 2004).

Струва си да се поразсъждава каква би могла да е причината за предпочитанието, което с времето се налага към „подкаст“. Самата дума, освен че е най-кратка от трите, сякаш съдържа поне няколко предимства от гледна точка на масовото възприемане. От една страна, в нея има технологична, но и пазарна конкретика. Дори може да се говори за свръхконкретика, защото представката „pod-“ идва от името на конкретното устройство за съхранение и възпроизвеждане на звуково съдържание („iPod“) на конкретната компания („Apple“). Така думата „подкаст“ косвено черпи сила от целенасочената реклама на продукт, оказал се технологичен и културен феномен (PBS NewsHour, 2006).

„Аудиоблог“ например също съдържа в себе си технологичен елемент, съчетавайки звуковия параметър с интернет явление. Тук обаче, може би леко парадоксално, липсата

на конкретика прави понятието твърде тясно, затворено в територията на специализираното технологично. То не „говори“ достатъчно ясно на масовата публика.

Третото предложение на Хамърсли – „партизанска медия“ – също е лишено от конкретика, но пък като че ли стъпва върху доста по-позната повърхност. Позната, но пък за сметка на това звучаща дръзко, революционно. Вероятно дори твърде дръзко и революционно. В същото време наставката „-cast“ свързва понятието „podcast“ с традиционните електронни медии, обединени чрез думата „broadcast“. Нещо повече – самото звучене на „podcast“ е близко до „broadcast“, което подчертава родството и смекчава драстичните революционни конотации (а в „партизанска медия“ е трудно да не се забележат такива, и то подчертано агресивни¹).

Но, нека припомним, думата, която употребява Хамърсли за първи и единствен път в своя текст, не е „podcast“. Думата е „podcasting“, тоест „подкастване“ – дейност, макар и обективизирана. Това наблюдение е валидно и за „Audioblogging“, само че все така валидна изглежда и затвореността в технологичното. „Podcasting“, от своя страна, хем „отваря“ технологията за по-широката публика, хем демонстрира най-малкото свързаност с традиционните електронни медии, хем поставя акцента върху действието, активността, процеса, практиката.

Всъщност по тези свойства на понятието се движат и теоретичните разработки върху явлението през първите близо двадесет години от първото му отбелязване с наложилото се име. Логично, в началото фокусът е по-скоро върху технологията и нейния потенциал, като едновременно с това започват да се разгръщат сравненията с радиото като социален феномен, които бързо стават централни за научния дебат. Посоката, при която

¹ Все пак в съставката „guerilla“ имаме въввлечена думата за „война“ на романските езици.
Медиалог/ Medialog, бр. 14/2023
ISSN 2535-0846
www.medialog-bg.com

подкастингът постепенно се сдобива с разширяваща се автономна територия от изследвания, пък се поддържа от роенето на разнообразни практически подходи към задачата „да се прави подкаст“.

Потенциалът на „революционната“ технология

„Звукова революция“ („Audible revolution“). Така се казва гореспоменатият текст на Хамърсли в „Гардиън“. Ричард Бери, един от сравнително продуктивните изследователи на подкаст сферата, описва през 2006 г. подкастинга като „подривна технология“ („a disruptive technology“) (Berry, 2006: 144). По-обран в оценката си е Енрико Мендуни, който през 2007 г. поставя под въпрос революционните качества на технологията (Menduni, 2007: 9), но все пак отчита потенциалното им наличие. Във въпросните случаи въображението и на тримата автори изглежда в различна степен завладяно от бъдещето и това намира израз в „революционната“ реторика. Характерът на журналистическите им (при Хамърсли) и научни търсения обаче неминуемо насочва вниманието им към настоящето. И в това настояще първите срещи с подкастинга са преди всичко срещи с технологична новост.

„Медийно съдържание, доставено автоматично на абоната чрез интернет“, е определението, което Бери дава (Berry, 2006: 144). Тук за отбелязване са няколко момента. Първо, терминът, към който се отнася дефиницията, е „podcasting“, а не „podcast“. Поставя се знак за тъждественост между обекта на дейността и самата дейност, като новостта сякаш се „прехвърля“ от практиката към нейния обект. Отсъствието на действащ субект допълнително подчертава безличната технологична активност, автоматизма, който и Бери изрично изтъква (Berry, 2006: 144).

Да, употребата на „абонат“ загатва за човешко действие, за извършени в предходен период активности по търсене и абониране, но тук дори не е достигнато нивото на „потребителя“, камо ли на човека, на личността. Иначе казано, не е важно дали и

доколко медийното съдържание е било поне изконсумирано, а че е било доставено от технологията. Парадоксално, в подобна дефиниция, в която привидно акцентът е върху „съдържание“, съдържанието се оказва второстепенно (ако не и изцяло подчинено) на технологичната форма, на машиналността.

Този фокус върху технологията може би е и причината в определението да не се назове конкретно звуковата медийна продукция, въпреки че към онзи момент (2006 г.) подкастите са именно аудиоподкасти. От днешна гледна точка използването на широкото понятие „медийно съдържание“ би могло да се сметне за пророческо, но тук по-скоро става въпрос не за смела прогноза, а за обратното – предпазливост пред непознатото и опора в нови проявления на вече съществуващото. А именно – в абонаментния принцип (познат от разпространението на физически медийни носители), задействан за мултимедийно съдържание в интернет пространството.

Абонирането заема водеща позиция и в дефиницията на Мендуни. Тя гласи: „Подкастингът е форма на дистрибуция на аудио съдържание, което може да бъде получавано периодично чрез абонамент (срещу такса) или чрез присъединяване към списък благодарение на специални софтуерни програми, наречени „фийдове“ (буквално „хранилки“ или „дажби“) (Menduni, 2007: 9). Освен че определението на италианския изследовател подкрепя разсъжденията върху изразения и от Бери акцент върху формата и чисто технологичната практика, то прави някои наглед важни допълнения.

Съдържанието вече е упоменато като аудио, което все пак сякаш омекотява съвсем малко неутралната „студенина“ на предложената формула. Другото, което се забелязва тук, обаче като че ли действа в противоположната посока. Добавен е пазарният елемент на възможната такса и по този начин върху безразличието на технологията спрямо човешкото се наслагва и хладната бизнес логика. Но на тази моментна снимка на

подкастинга като форма и икономическа обвързаност може би не трябва да се гледа твърде критично – от съществено значение при такова ново явление е грубо да се очертаят границите му спрямо материалния свят, преди да се пристъпи към позиционирането му в света на идеите.

Заплашителността, доколкото въобще я има, постепенно намалява с по-внимателното вглеждане в подкастинг технологията. Според Бери тя се оказва плод на конвергенция на вече съществуващи и дори притежавани (в смисъла и на познати, овладени в относително голяма степен) технологии (Berry, 2006: 145). Английският изследовател говори например за „радиоподобната“ („radio-like“) природа на подкастинга (Berry, 2006: 144), която на технологично ниво се проявява чрез аудио характеристиките на подкаст файловете.

Разликите с радиото, свързани с отбелязаните от Бери автоматизация и (относително) свободен достъп (Berry, 2006: 144), са любопитна точка за дискусия. Автоматизацията изразява абонаментния характер и напомня механизма, познат от разпространението на периодичния печат, но не само. Преди подкастите да излязат на сцената, в края на миналия и началото на този век „Нетфликс“ доставя филми на DVD, използвайки както поща, така и интернет (O'Brien, 2002), за да осъществява дейността си. Разбира се, в този случай в процеса е включена поне още една стъпка (потребителят трябва да върне филма по пощата, докато при подкастинга няма нито необходимост, нито задължение да се върне аудиофайл). Важното тук е, че „под капака“ на новата технология се крият практически принципи за разпространение и консумация на медийно съдържание, които трудно биха могли да бъдат определени като „революционни“.

Свободният достъп, от друга страна, звучи като нещо наистина ново, но той остава и нещо твърде относително. Да, спрямо радиото и ограниченията на честотния спектър необятният интернет изглежда по-свободната среда от технологична гледна

точка. Но все пак при появата на подкастите технологичните бариери все още не са съвсем малки – дотолкова, че Мендуни изказва съмнение относно потенциала на медията да се превърне в масова именно заради нуждата от „специализирана компютърна работа“ (Menduni, 2007: 11).

Друго негово наблюдение като че ли дава по-добър ключ към идентифицирането на онзи нов технологичен елемент, който придава на подкастинга забележима привлекателност. Говорейки за iPod устройството, италианецът отбелязва: „Силата на бранда и красотата на неговия дизайн значително допринесоха за успеха му, но същото важи и за неговата все по-голяма, растяща памет“ (Menduni, 2007: 8). Големината на паметта е съчетана с намаляващия ѝ физически размер, който пък води до нейната преносимост. Всичко това се съчетава и със сливането на памет (в нейното физическо измерение) и възпроизвеждащо устройство.

Мендуни посочва, че от тези черти на iPod произтича превръщането на технологията в „персонална енциклопедия“ със „свой собствен личен характер“ (Menduni, 2007: 8). Конкретно за подкастите пък компактната преносима памет с възможност за възпроизвеждане означава отлична среда за скоростно размножаване. Формално погледнато, съдържанията вече не се конкурират отчетливо за физическо пространство като библиотеки, рафтове, шкафове, маси, а благодарение на паметта те вече не се конкурират осезаемо и за точно определено времепространство.

И докато радиото също физически намалява размерите си, откъсва се от конкретното физическо пространство и като цяло върви по пътя на почти пълната дематериализация и загуба на автономност – нещо, което и изследователят от Апенините маркира (Menduni, 2007: 6), – по въпроса за времето подкастинг технологията се движи по друга траектория.

Това е траекторията на грамофонните плочи, аудиокасетите и компактдисковете, на грамофона в куфар, уокмена и дискмена.

Но също и на книгите, а и на видеокасетите. На запаметеното и помнещо време. Колкото повече памет, толкова повече време – но и времена. Докато радиото тече по-скоро редом до човека в „тук и сега“, подкастите са сякаш най-разбираемата и може би дори донякъде предусетена форма на онези „продължения“ („extensions“) на човешкото, чието множество Маршал Маклуън поставя до монолитното съществително в единствено число – медия (McLuhan, 1964).

Тази същностна технологична разлика между радиото и подкастинга, естествено, не само не означава, че между двете форми няма допирни точки, а всъщност е двигател за многобройни преливания, влияния, превъплъщения, които са обект на теоретичен интерес.

Радиото е в подкастите и подкастите са в радиото

Ако приемем, че за радиото е типично да следва човека, да бъде негов спътник в ежедневната му дейност, то може би най-логичното нещо е то да отиде и в новата територия на интернет и възпроизвеждащите устройства с памет. „Че радиогеничното съдържание си проправя път през мрежата и се озовава на портативните аудио приспособления, не бива да ни изненадва особено“, пише например Бери (Berry, 2006: 147). Тук „радиогенично“ е определение, което показва както родството на подкастите с радиото, така и тяхната различност. И макар че – особено на по-късен етап – изследователите на темата разглеждат диференциращите особености, при появата на подкастите като социален феномен приликите са някак подчертани.

Авторите говорят за създателите на подкасти като за обикновени хора, които искат да „правят радио“ (Markman, 2012: 555). Също и за „grassroots radio“ (Berry, 2006: 151) („радио от обикновените хора“) – трудно преводимо само по себе си понятие, което вероятно би могло да се разбере по-добре чрез аналогия с друго социално явление: „grassroots“ футбола. При този тип

футбол обичайно става дума за играещи деца (но и практикуващи играта възрастни аматьори), които не са обвързани с участие в клуб, а просто се срещат да играят на площадката до блока. В този ред на мисли „grassroots“ е максимална степен на непринуденост и свобода при практикуването на дейност, междуременно придобила статута и на регламентирана масова социална практика. Футболът от стадионите и по телевизията е по-скоро спортът, бизнесът, медийното зрелище, а „grassroots“ футболът е по-скоро играта.

По подобен начин подкастингът би могъл да се идентифицира като радио – или по-точно като неговата непринудена и максимално освободена и достъпна динамична форма, „играещото радио“ или „играенето на радио“. От гледна точка на радиото подкастите сякаш действително са технологична „играчка“, чрез която то да продължи себе си, да достигне (и завладее) нови пространства и публики.

Изследователките Крис Маркман и Керълайн Сойър отбелязват, че през юни 2012 г. повече от една трета от подкастите в топ 100 на платформата за дигитално аудио съдържание „Apple iTunes“ произхождат от традиционните радиа като NPR и BBC (Markman and Sawyer, 2014: 20). Десет години след като си задава въпроса дали подкастингът ще „убие радио звездата“², Бери пък вече има достатъчно наблюдения, за да заключи, че „чрез развитието на подкаст модели обществените радиостанции достигат слушатели, които иначе не биха обърнали внимание на линейно излъчваните програми, и могат да експериментират както с нови формати, така и с нови източници на приходи“ (Berry, 2016: 665).

Тези успехи на радиото в овладяването и окултуряването на подкастинга биха могли да се припишат именно на приликите между двете явления, забелязани още в началните етапи на по-

² Алюзия с песента „Video Killed the Radio Star“, с чийто клип се дава старт на музикалната телевизия MTV.

късно появилото се. Също като добре познатото радио, подкастите обикновено са обект не на колективно, а на индивидуално слушане, а слушателят трябва да допълни със собственото си въображение картината, предложена му от звука – две важни предпоставки за по-лесното изграждане на доверие между медия и слушател (Berry, 2006: 148).

Присъствието на подобни черти при характеризирането на подкастинга обясняват възможността за ремедиация – „представянето на една медия в друга“ (Bolter and Grusin, 2000: 45). Болтър и Грузин, които описват ремедиацията като ключов феномен на дигиталната епоха, посочват още, че „широчината на спектъра от различни начини, по които дигиталните медии ремедиират своите предшественици, зависи от степента на възприеманата конкуренция между новите и традиционните медии“ (Bolter and Grusin, 2000: 45). В случая на радиото и аудио подкастинга общите характеристики са причина за близост, която изглежда далеч по-голяма, отколкото например тази между радиото и новинарските уебсайтове с предимно текстово съдържание, или пък между радиото и видео подкастинга.

Подкастите обаче имат родство не само с традиционната електронна медия, но и с дигиталната среда на интернет, откъдето произтичат и някои съществени разлики. Маркман изтъква, че „много от първите създатели на подкасти са били по-скоро ентузиастични, а не професионалисти, и са се възползвали от отвореността на мрежата, за да произвеждат съдържание, каквото иначе не е било достатъчно представено в традиционните медии – може би поради липсата на икономическа целесъобразност или опасността от потенциални нарушения на стандартите за благоприличие на ФКК³ в САЩ“ (Markman, 2012: 549-550).

С други думи, подкастингът започва като нишово занимание на хора от медийната периферия или въобще извън сферата на

³ Федералната комисия по комуникациите – медиен регулатор в САЩ.
Медиалог/ Medialog, бр. 14/2023
ISSN 2535-0846
www.medialog-bg.com

медиите. Подобно развитие представлява предизвикателство за радиото, доколкото относително аутсайдерската позиция на такива групи и практики теоретично би могла да бъде плацдарм за сериозна дестабилизация на по-старата медийна структура, ако не и дори за нейния срив.

Макар че тази мрачно звучаща възможност едва ли някога ще изчезне напълно, изследователската работа потвърждава, че в отношенията и взаимодействията на подкастинга с радиото конфронтацията не играе водеща роля. Вместо това „с излизането си на сцената подкастите инициират възраждане на много от чертите, характерни за златната ера на радиото“ (Markman, 2015: 241).

Като че ли е уместен паралелът с епохата на Ренесанса, която черпи творческо вдъхновение и сили от епохата на Класическата античност. Подкастингът например успява да вдъхне нов живот на сериализираната радио драма – „форма, която радио индустрията в САЩ практически е обявила за мъртва“ (Markman, 2015: 242). Завръщането на серийното звуково разказване като значим феномен се обуславя от шанса чрез подкастите времето да бъде „разглобено“ и творчески пресътворено на епизоди, които периодично да бъдат подавани към слушателите.

Разликата със „златната ера на радиото“ от 30-те и 40-те години на миналия век (Britannica) е много по-активната роля на аудиторията в консумацията на съдържание. Ключово тук е, че слушателят избира кога да слуша, а не е пасивен консуматор в очакване да получи нещо в точно определен момент. Очакването, разбира се, също е налице, но неговата притегателна сила се комбинира с въвличащата сила на активизацията, чието най-съществено измерение сякаш е времето.

Явлението „binge listening“ („слушане накуп“), при което наведнъж се консумират няколко, много или всички епизоди на един подкаст, би могло например отчасти да се обясни с желанието на даден слушател, или да „вземе преднина“ спрямо

останалите от аудиторията, или да не изостане от тях. Тоест да напасне своето време с общото време на общия разговор около дадения подкаст, улеснен като възможност поради сгъстеното и „опрозрачено“ чрез новите технологии глобално пространство.

При радиото действието по „свервяването на часовниците“ се извършва от самата радиопрограма и „binge listening“ е възможен само ако тя реши да предложи на аудиторията си марафон на определено предаване. При което обаче би оцетила времево другите свои предавания – проблем, който не съществува на територията на дигиталното, където впрочем тази особеност би могла да се посочи като фактор, подпомагащ атмосферата на разбирателство и сътрудничество в подкаст средите.

Едно кратко, но сякаш плодотворно за разсъждения описание на връзката между „grassroots“ медията (каквато до голяма степен са подкастите в своето начало) и установилата се традиционна ефирна медия (каквато е радиото), дава Хенри Дженкинс в книгата си „Култура на конвергенцията“. Описанието гласи: „Мощта на „grassroots“ медията е, че увеличава диверсификацията на съдържанието, а мощта на ефирната медия е, че го усилва“ (Jenkins, 2006: 257).

Иначе казано, при подкастинга се наблюдава голямо разнообразие и роене на действащи лица, форми, отношения, взаимодействия, докато радиото действа основно като усилвател на множеството отделни гласове, които обаче като че ли се оказват повлечени от един, малко грубо назован, поток. Всъщност и в двата случая може да се говори за множества, но първото предполага висока фрагментарност, а второто – монолитно сливане. Тук обаче е важно и да се изтъкне, че става дума за спектър – нито подкастингът е лишен от монолитни характеристики (платформата „Spotify“ например събира на едно място огромен брой подкасти), нито радиото е вкаменена институция на един глас, както го доказват специализираните предавания в различни програми.

В този ред на мисли, на неминуемото взаимно влияние между стари и нови медии по-скоро следва да се гледа положително. Като шанс за постигане на относителен баланс както в системите на традиционните електронни медии, така и в сферата на дигиталните феномени от типа на подкастите, за които теориите все повече се формират не през сравнения с радиото, а чрез фокус върху разпознавани като уникални вътрешноприсъщи характеристики.

Хибридната природа на подкастите

Въпреки че поставят думата „революция“ (Spinelli and Dann, 2019) в заглавието на своята книга за подкастинга, по-нататък в самия текст Мартин Спинели и Ланс Дан описват процеси, на които трудно могат да се припишат резките, внезапни, неочаквани моменти, които съпътстват революционните събития. Както и по въпроса с технологията, революцията се оказва по-скоро еволюция. И през 2019 г., когато излиза книгата, подкастите вече могат да се определят като явление със собствена тежест, чието развитие следва познати модели. „Това е момент, в който маргиналните, „направи-си-сам“ и UGC⁴ практики нахлуват в популярното масово съзнание и започват да бъдат вземани на сериозно като нещо повече от подинструментариум на по-стара медия“ (Spinelli and Dann, 2019: 15), гласи заключението на двамата британски изследователи, които дефинират момента като „преходен“ (Spinelli and Dann, 2019: 15).

Тази „преходност“ обаче изглежда непреходна, постоянна и повтаряща се. Особено като се вземе предвид твърдението на италианския учен Тициано Бонини, който смята, че „ранните години на подкастинга много приличат на ранните години на радиоизлъчването, преди да бъде колонизирано от медийни корпорации“ (Bonini, 2022: 22). Дори и да се приеме, че

⁴ UGC – user-generated content – букв. „създадено от потребителя съдържание“
Медиалог/ Medialog, бр. 14/2023
ISSN 2535-0846
www.medialog-bg.com

прехвърлянето на практики между аматьорските, полуаматьорските и професионалните среди днес е по-интензивно, в своята същност нещо подобно се е случвало и преди. Същевременно тази увеличена интензивност възпрепятства бързото и ясно отграничаване на феномените – и така възпрепятства и революционността в нейния най-драстичен вид.

Но все пак в случая сякаш може да се говори за „нежна“ медийна революция, а нейният характер се изразява в нови форми, чието оформяне (тоест „дейността по създаването на формите“) съдържа в себе си паметта за предишни форми⁵. Логично е тази памет по-рядко да е осъзната и много по-често да е инстинктивна, както и ролята ѝ да е все по-ключова с прогреса на технологиите.

Така например постепенното превръщане на подкастите в комерсиална масова медия е съпроводено, както посочва Бонини, от „обграждане“ на съдържанието в рамките на онлайн платформи като „Spotify“ и „Audible“ (Bonini, 2022: 22). На това до голяма степен очаквано развитие спрямо историята на по-стари медии като радиото обаче е интересно да се съпостави наблюдението на Спинели и Дан, че „най-изобилната форма на подкастинга е чаткастът“ (Spinelli and Dann, 2019: 4). В бележка под линия на същата страница двамата обрисуват формата „чаткаст“ като „приятели, които са се събрали около микрофона и просто си говорят при пълна или почти пълна липса на предварителен план, монтаж или мисъл за техническите качества на продукцията, наративните конструкции или режисурата на подкаста“ (Spinelli and Dann, 2019: 4). Тоест при подкастинга професионализацията и индустриализацията не само не изкореняват и унищожават първоначалния аматьорски ентузиазъм, а го усвояват като своя база, наслаждайки се отгоре му.

⁵ Нещо подобно пише и Бонини (Bonini, 2022: 25).
Медиалог/ Medialog, бр. 14/2023
ISSN 2535-0846
www.medialog-bg.com

Като централна локация, от която произхожда тази тенденция, учените идентифицират САЩ и изтъкват, че „американският“ подкаст тон на приказливост, фамилиарност, флуидност, интимност и ярко лично отношение се възприема от масовата публика като присъщ на подкастинга като цяло (Spinelli and Dann, 2019: 9).

Те му противопоставят „европейския“ стил, който според тях се асоциира повече с радиото и е „изтънчен, анонимен, музикален, звуково богат, занаятчийски изпипан и мъжки“ (Spinelli and Dann, 2019: 9). Тук закономерно изглежда Старият континент да има по-консервативен, патриархален и някак класически звуков облик, докато Новият свят да звучи по-освободено и ежедневно, а естетиката му да надделява в областта на новата медия.

„Американското“ в този контекст би могло да се тълкува и като синоним на ново, както и на живо. Интересно е обаче, че Спинели и Дан защитават теза, според която само радиото е „живо“, а подкастите не само не са, но и никога не биха могли да бъдат (Spinelli and Dann, 2019: 7). Макар че това, за което говорят в конкретния текст, всъщност е способността на радиото да предава „на живо“, въпросната употреба на думите „live“ („на живо“, но и „жив“) и „liveness“ („живост“, но и „жизненост“) все пак не изглежда съвсем на място.

Особено когато същите двама автори изреждат единадесет характеристики, които според тях отличават подкастите от останалите медии (Spinelli and Dann, 2019: 7-8), и от изброените черти би могла да се обособи група от няколко, които маркират своеобразно „сливане“ с живия човешки организъм. Такива са: слушане чрез слушалки тип „тапи“ (които влизат в ушната мида, а не я обгръщат), от мобилни устройства (които са навсякъде с човека, „прилепнали“ към него), както и преплитане на подкастите със социалните мрежи (които са ежедневно обиталище на хората) (Spinelli and Dann, 2019: 8).

Други групи характеристики, които могат да се отграничат от единадесетте, са онези, които са свързани с овластяване на слушателя, както и някои, поради които създателите на подкасти се сдобиват с по-голяма гъвкавост спрямо колегите си в традиционните медии. Ярък пример за особеност, която може да бъде причислена и към двете групи, е, че подкастите „са по-малко вкоренени в материалните общности, региони и страни“ (Spinelli and Dann, 2019: 8). От една страна, както отбелязват и двамата учени, това е предпоставка за „нишови глобални аудитории“ (Spinelli and Dann, 2019: 8), формирани около адекватно на нишовите им интереси съдържание. Подкастите свързват слушатели по целия свят, като не само преодоляват физически препятствия и националните граници, но като че ли по-същественото – откриват пробойни в доминацията на масовия вкус. От гледна точка на създателите на съдържание пък липсата на дълбоки корени в материалните общности, региони и страни е източник на гъвкавост, тъй като не привързва подкастърите⁶ така силно към определени обективни дадености и им позволява по-уверено да експериментират с разнообразие от теми и форми.

Качествата на подкастинга може би го правят интересен, но едва ли го правят уникален. Твърдението, че той „представлява... възможност за едно ново поколение да... изобретява, открива и преоткрива⁷ аудио преживявания и взаимоотношения по свои собствени разнообразни правила и начини“ (Spinelli and Dann, 2019: 7), е сякаш само отчасти вярно. Защото технологията може и да се променя бързо, но човешката природа няма това свойство. Внезапното скъсване със старото и неговото пренебрегване може да звучат като добри пожелания (или не толкова добри, когато се отнасят до професионални стандарти, развивани с десетилетия), но животът и светът не действат така.

⁶ Подкастър (podcaster) – създател на подкаст или участник в подкаст.

⁷ Използвани са глаголите „reinvent“ и „rediscover“, като вторият лесно може да се преведе като „преоткривам“, но първият буквално означава „пре-изобретявам“, „изобретявам отново“.

Новите поколения, за добро или за лошо, носят в себе си поне инстинктивната памет за предишните, осъдени са да повтарят. Но за всички изглежда безспорно по-добре, щом неизбежно ще се повтаря, да се повтарят практики с по-скоро положителни ефекти, а не такива с отрицателни. И за целта е необходим поглед отвъд очевидностите на технологичната иновативност, дори отвъд полезните сравнения с други медии, а право в природата на нещата.

Затова и някак много по-удачно стои следната дефиниция на подкастинга като „хибридна медийна екосистема, направена от конкуриращи се мрежи и актьори и формираща се чрез асиметрични властови отношения между традиционните електронни медии и медийни компании, новопоявяващи се технологични компании и независими продуценти“ (Bonini, 2022: 27).

Тук може да се постави акцент върху думата „направена“ (в оригиналния текст е „made“). Ако беше използвана дума като „създадена“ („created“), това щеше да предполага някаква степен на умисъл. Ако пък беше избрана „съставена“ („constituted by“), щяхме да обсъждаме внушения за пасивност. „Композирана“ („composed“) би носила хем умисъл, хем неподвижност, а „изградена“ („built“) е като че ли стъпка в правилната посока, даже почти в целта, но все още фокусът е по-скоро върху структурата, а не върху движението, върху практиките. „Направена“ е подходящ избор, защото „правенето“ се съдържа в нея, без да се отказва от слабоподвижните структури (или липсата им) или умисъла (или липсата му).

Поради тази причина е нужно известно преместване от теориите около конкретното явление, което представлява подкастингът, към теории, които се обръщат към практикуването. На радио – заради безспорната връзка и възможността за плавно навлизане. На комуникация в по-общ смисъл – защото тя е може би главният инструмент за очовечаване на света и

задълбочаването в него. На човешкото – тъй като връзката с природата и вродената памет за нея е неизличима и е основа за всичко друго.

В подножието на подкаст комуникацията

Сравненията на аудиоподкастите с радиото едва ли някога ще стихнат, което се предпоставя от тяхната звукова природа. Въпреки че е роден в дигиталното пространство, подкастингът вероятно би бил по-удобен за осмисляне не през допирните точки с феномени като онлайн форумите, а именно през факта, че разчита основно на устната реч и слуховото възприятие, за да опита да направи контакт между комуникатор и реципиент.

Поради тази очевидна прилика с радиото изглежда лесно подкастите да бъдат определени като „радиогенични“ по външност. Но колкото и да прилича на радиото външно – дотолкова, че уместно да бъде наречен „радиогеничен“, – подкастингът е може би „трансрадиогеничен“ поради ред вътрешни особености, които го правят едновременно близък с радиото, но и някак по-приспособим.

Съпоставката с радиото, която извършват изследователите на подкастите, е по следите на тези особености, но това търсене сякаш често изпада в плен на темпоралното, наблягайки върху опозицията ново-старо. А подкастите, макар че несъмнено по своята технологична външност са нещо ново, вътрешно може би са движени от принципи, които съвсем не са нови. Дори не оперират на плоскостта на новото и старото, а в някакво пространство извън времето.

Затова и по-продуктивно сравнение между подкастите и радиото може би ще се получи, ако изложението не се води по потока на времето, а се обърне към теоретичното минало преди подкастите. Една подходяща изходна точка е книгата на Снежана Попова „Радиокомуникация“ от 1997 г., в която радиото е представено сякаш именно като нещо, обърнато към вечността –

като че ли съществувало дори преди създаването си и с изгледи да съществува много след като последните радиопредаватели и радиоприемници са станали на прах.

Например по отношение на слуховото възприятие са отбелязани многократно по-малката по обем спрямо зрението информация , която се получава чрез слуха (Попова, 1997: 26), както и вечното противоречие между „фрагментарността и ситуативността като характеристики на отделните радиосъобщения“ и „причинно-следствеността на ставащите около нас неща“ (Попова, 1997: 27). При подкастите, които обичайно се разпространяват на епизоди и представляват парчета звук, звучи логично тези характеристики не само също да са налични, но дори и да са по-ярко изразени.

В някои случаи епизодичността означава, че не просто имаме конфликт между произведени фрагменти и естествена причинно-следственост, а често имаме вътрешноприсъща причинно-следственост (първи епизод води към втори епизод, който пък води към трети епизод и т. н.), която се конкурира с естествената. При това след излизането на даден епизод той обикновено остава достъпен „завинаги“ в съответната подкаст платформа, а не изчезва, не се изпарява в ефира. Така един слушател потенциално може почти напълно да пренебрегне света около себе си и да отдава своето време на безкрайни подкаст каталози.

От определен ъгъл изглежда именно сякаш подкастите нямат собствено време и присвояват слушателско, за да съществуват. Онова, което Спинели и Дан може би биха нарекли „livelessness“ (липса на „на живо“; „безжизненост“), е в по-голяма степен „timelessness“ – безвремие, но и непреходност. В подкаста „Великите европейци“ например физикът Стивън Хокинг, автор на „Кратка история на времето“, е все още „жив“, тъй като епизодът, наличен на платформата „Бинар“, е създаден преди

смъртта му през 2018 г. и говори за него като за жива личност (Бинар, 2023).

Към производството на безвремие и непреходност може да се добави и нещо, което е срещано в някои форми на радиото, а именно разширената референциална ситуация – като тук отново позоваването е на Снежана Попова и анализа ѝ върху Пол Рикъор (Попова, 1997: 87-88). Ако в радиоречта се смесват черти на писаното и устното слово (Попова, 1997: 87-88), то при подкастите самата фрагментарна форма сякаш предразполага ситуативни характеристики на писането да доминират над устното говорене. Очакването е диалогът да отстъпи на монолога, а референтът да се „уголеми“, значението му да надхвърли контекстуалните ограничения. Разположението извън времето би могло да действа като лупа спрямо даден обект – в примера с Хокинг не без основание може да се изрази мнение, че епизодът го монументализира дори и само чрез действието по отграничаването на парче аудио време с име „Стивън Хокинг“.

Друго теоретично построение, което в „Радиокомуникация“ е разгледано във връзка с радиото, но обсъждането му може да бъде от полза и при подкастинга, е анализът на всекидневния опит на Ървинг Гофман („frame analysis“) (Попова, 1997: 97-98). Заради извънвремевия фактор „вторичното“ („трансформиращо“) рамкиране при подкастите е като че ли много по-ясно изразено, отколкото при радиото. Формалното разцепление с „първичната“ рамка на реалността поставя акцента върху нейния преобразувател, чиято действителност има предпоставките да властва много по-уверено в рамките на конкретния подкаст.

Това прави задачата на подкастърите едновременно сложна и отговорна, защото от страната на слушалките тип „тапи“, които сякаш символно „запушват“ възприемането и познаването в „стъкленицата“ между двете уши, не е машина, а човешко същество.

Подкастите, започнали като до голяма степен аматьорско начинание и запазили аматьорския дух в себе си, сигурно биха се видели на мнозина като симпатични аутсайдерски форми – и всъщност подобен възглед съвсем не би бил неправилен. Но погледнати през комуникационен модел като например „прозореца на Джохари“, който „се гради върху четири личностни пространства, които всеки събеседник носи“ (Попова, 1997: 66-67), потенциалната им мощ се разкрива.

Когато непрофесионалист говори за професионална област, в която не се намира, но чувства близка – както когато например почитател на киното без професионален опит и подготовка в тази сфера коментира детайли от свои любими филми, – това е наглед безобидно. Такава практика обаче поставя този филмов любител в най-добрия случай предимно в сляпото пространство по „прозореца“, а по-логично – в пространството на несъзнаваното. Там, където онова, за което се говори, е закрито за говорещия и закрито за (повечето от) другите. Плодородна за спекулации закрыта среда, за блъскащи се една в друга емоции и за стимулиране на още по-сериозно капсулиране.

Пътят към „лошите“ (нежеланите) места и пространства може би действително понякога е постлан с добри намерения. Този път обаче си остава път, той не „води“. Води комуникаторът, а в случая с подкастинга внимание заслужава концепцията за комуникаторите-звезди (Попова, 1997: 43).

Според нея в тях „определени колективни стилове (типове комуникатор) намират своята индивидуализация“ (Попова, 1997: 43), но още по-любопитното – „докато при образа на аудиторията личността се схваща като типаж, като група с „обща памет“, то при образа на комуникатора типажът се представя като личност, като „представител“ (Попова, 1997: 43).

Тук аналогията с технологичната памет и възпроизвеждащото устройство, които се сливат, би могла да отведе и към аналогия с биологичното възпроизводство. Чрез

комуникатора паметта на аудиторията се възпроизвежда, „пуска се в действие“, активизира се, но тъй като при подкастите често комуникаторът е и (отчасти) един от аудиторията, процесът би могъл да напомня на самовъзпроизвеждане, на производство на „още от същото“. На копиране с неминуемото постепенно избледняване на всяко следващо копие.

Играта с паметта би могла да има пагубни последици в ръцете на несръчен и незнаещ комуникатор със слаба, малка памет. Именно с оглед на тази опасност, както и поради все по-значимата роля на отделните подкастъри си струва да се поразсъждава още над взаимодействията на индивидите в подкаст рамката.

Подкастингът – игра на комуникация?

Ако формата на подкастите в известен смисъл предразполага към фрагментаризация и капсулиране, то това е сякаш само едната страна на медала. Със своите характеристики на позициониран извън времето звук подкастингът е и своеобразна покана да говорим „по човешки“. Да говорим така, все едно „тук и сега“ не съществува, все едно всички сме равни – в смисъла, в който сме равни пред природните закони за живота и смъртта. Да говорим като личности, а не като социалния си статус. Това обаче все още не означава покана да говорим един с друг, а също така трябва да се има предвид, че на поканата се отговаря в различна степен, но никога напълно утвърдително.

И все пак: „Както енергийните въздействия на частиците една върху друга оформят материята в безброй конкретни „неща“, така импулсите и интересите, които човек открива в себе си, го тласкат отвъд самия него към другите и задействат онези форми на обединение, чрез които съвкупността от индивиди всеки път се превръща в „общество“ (Зимел, 2014: 216). Думите са на германския социолог Георг Зимел, чието есе „Социология на общителността“ (публикувано за пръв път през 1911 г.) коментира

онази форма на общуване, която в наши дни би могла да се определи като насърчавана чрез подкастите.

Зимел дефинира общителността като „игровата форма на обобществяването“ (Зимел, 2014: 219), тоест на свързването на хора в общество, и според него „тя е ориентирана изцяло към личностите“ (Зимел, 2014: 219), което най-вече ще рече, че е откъсната от всякакви външни причинно-следствености. Естествено, подобно твърдение се отнася до идеален вариант, а не до случващото се на практика – нещо, което и самият Зимел маркира (Зимел, 2014: 219).

Подкастите обаче, въпреки че в никакъв случай не са идеална среда, предлагат добри условия за общителност и една от главните причини може би е по-лесният достъп. Слабата или несъществуваща регулация, изобилното интернет пространство, относително niskият необходим начален капитал – все фактори, които улесняват голямо разнообразие от кандидат-комуникатори по техния път. Впрочем тук под „капитал“ се има предвид не само икономически, а онова, за което Пиер Бурдийо пише, че „се остойностява във връзка с известно поле“ (Бурдийо, 2012: 49), тоест специфичен капитал.

Всъщност споменатите предпоставки за улеснена достъпност са и характеристиките, които приближават подкастите до описанието, дадено от Бурдийо на малко кодифицираните общества: в тях „основното е оставено на смисъла на играта, на импровизацията, [те] притежават лудо очарование и за да се оцелее в тях и най-вече за да се доминира, трябва да се притежава гениалност за обществените връзки, едно абсолютно необикновено чувство за играта“ (Бурдийо, 2012: 58).

Благодарение на това наблюдение може да се допусне, че макар че ще са твърде различни, голяма част от личностите, привлечени от подкастинга, ще си приличат по вкуса към риска и вярата в собствените си възможности. „Вкус към риска“ тук следва да се разбира повече като хазартност, като склонността да

се заложи определен капитал заради самата игра, а не толкова с цел печалба. Също така може да се очакват и комуникатори опортюнисти, както и такива, които търсят предизвикателство, шанс да изпробват себе си и идеите си.

Евентуалният шанс за защита от набезите срещу общителността от опортюнистите е като че ли скрит в самата нея, но и не всеки може да го достигне. Както казва Бурдийо: „културното овладяване е винаги овладяване на форми... Всички тук игри на о-формяне, които, както се вижда с евфемизма, са точно толкова игри с правилото на играта и отгук – двойни игри, са дело на виртуозите. За да влезеш в крак с правилото, трябва да познаваш съвършено правилото, противниците, играта“ (Бурдийо, 1993: 82).

Така наречените „виртуози“ заслужават внимание. Ако е вътрешноприсъщо на формата, в конкретното изложение – на подкастите, да бъде удобна за процеси, при които се утвърждава фрагментаризация, безвремие, непреходност, „препарираност в стъкленницата на времето и пространството“, то виртуозите на тази форма, които не просто влизат в нея, а играят с нея, имат ключова роля за нейната жизненост.

Със сигурност далеч не всеки е виртуоз в общителността, но една черта изглежда задължителна в профила на виртуозната личност – силно развитото чувство за такт, което се проявява като „ограничение на личностното самоизтъкване“ (Зимел, 2014: 220). Въпреки че в текста на германския социолог нуждата от баланс между „твърде личното“ и „безличното“ сякаш се подразбира, възможностите на личността за реализиране или нереализиране на този баланс сякаш могат да бъдат изследвани малко по-фокусирано през понятието хабитус.

Бурдийо използва различни думи, за да го дефинира в различни свои текстове, но едно подходящо за тук определение гласи, че хабитусът е „система от нагласи, придобити чрез скритото или явното изучаване, които функционират като система

от генеративни схеми... [но също и] генератор на стратегии, които могат да бъдат обективно съгласувани с обективните интереси на своите автори, без да бъдат непременно схващани за тази цел“ (Бурдийо, 2012: 53).

Подобна дефиниция поставя няколко важни акцента. Подчертана е функцията на изучаването – хабитусът се придобива. Или чрез предприемането („правенето“) на осъзнати действия за трупане на знание, или чрез „правенето“ само по себе си. Освен това хабитусът по това определение има двойна природа – едновременно чертеж на действие и производител на действие. Той е както схемата, така и генераторът на стратегия. И трето, в единия случай ударението е върху „системата“ (автор не присъства), а в другия – върху автора и неговите интереси.

Така личностните типове, свързани най-тясно с идеята за хабитуса, се разделят на два – разграничение, което и самият Бурдийо в известен смисъл прави на различни места в текстовете си. Единият тип са „съхранителите на животи“, чиято поява френският изследовател изтъква като „един от най-сигурните показатели за създаването на поле“ (Бурдийо, 2012: 50-51). Те събират, колекционират живота в памет, която би могла да бъде използвана като схема или чертеж за действие.

Вторият тип са „авторите“: „Автор в същинския смисъл е този, който прави публични нещата, които всички са усещали смътно, този, който притежава специална способност – способността да опубличности имплицитното, неявното“ (Бурдийо, 1993: 86). Като допълнение към това наблюдение на Бурдийо звучи коментарът му, че „хабитусът е свързан с неясното, смътното... [той е] пораждаща спонтанност, която се утвърждава в импровизирания сблъсък с постоянно подновявани ситуации“ (Бурдийо, 2012: 55-56).

Очевидна е връзката между хабитус и „автор“ по линията смътно-несмътно. „Авторът“ с действията си, с творческите си актове, превръща живота в стратегия, схема. Макар че на пръв

поглед неговата роля изглежда по-важна заради някак по-активния ѝ характер, изразен в откриването на скритото, „съхранителят на животи“ е с не по-малко значение, защото именно поради неговите действия сътвореното от „автора“ се трансформира в памет и така се гарантира целостта на полето.

Но има и трети тип, за който френският социолог загатва в една от работите си. Бурдийо пише, че „средновековната традиция противопоставя lector, който коментира вече установена реч, и auctor, който произвежда нова реч. В разделението на интелектуалния труд това разграничение е еквивалентно на разграничението между пророка и свещеника в разделението на религиозния труд: пророкът е auctor, който е син на своите творби, който няма друга auctoritas, освен своята личност (своята харизма) и своята практика на auctor... обратно, свещеникът е lector, владетел на легитимност, предоставена му от съсловие то на lectores, от Църквата и основана в крайна сметка на auctoritas на автентичния auctor, на който lectores поне се преструват, че се позовават“ (Бурдийо, 1993: 115).

Пророкът в това разгърнато сравнение е еквивалентен на „автора“, който в случая може да бъде наречен и „автентичен актьор“, защото авторитетът му се базира на неговата автентична практика. А свещеникът е до голяма степен еквивалентен на „съхранителя на животи“, тъй като авторитетът му произтича от действията му по съхранение на чуждата практика. Това обаче не означава, че той като „актьор“ също не притежава известна автентичност, най-малкото защото „съхранението на животи“, формирането на памет, е комплекс от действия като разпространение (проповядване) и преинсталиране (мисионерство). Оттук впрочем може да се изведе, че и „авторът“ в действителност не е напълно автентичен, тъй като винаги се явява някак „оформен“, като „форма на живот“, която по човешки играе с формите.

Затова и до голяма степен леснодостъпната и извънбюджетна среда на подкастите може да ни се представи и като плодородна за човешкото – за сливането между „автора“ и „съхранителя на животи“, между възпроизвеждащото устройство и паметта. Идеалният подкастър и идеалният участник в общителността би бил този, който хармонично съчетава в себе си тези две страни на същността си. Една действаща, но и задълбочаваща се личност – каквато по всяка вероятност има предвид Зимел, когато прави заключението си, че „облекчаващият и освобождаващ ефект... който тъкмо по-задълбоченият човек открива в общителността, е в това, че съвместността и взаимната размяна на въздействия, в които се изразяват всички задачи и цялата тежест на живота, тук се наслаждават на артистичната игра... стопявайки тежестта си до очарование“ (Зимел, 2014: 236).

Заключение

Играта на световите вместо войната на световите – по този начин може да се обобщи резултатът от едно пътуване, в чието начало, в своя свят, подкастите си проправят път не толкова в конкуренция с радиото – макар че възгласи за сблъсъци и дори революции не отсъстват, – колкото в симбиоза. В света на хората пък пред човека стоят опасности от „превземане“, но същевременно съжителството с подкастите обещава и шанс за „завръщане“ в свободно по дух комуникативно пространство.

Впрочем именно обследването и задействането на предложения от Роже Оден модел на комуникативните пространства би бил една възможна следваща стъпка по пътя към „очовечаването“ на технологията. Според формулировката на Оден в едно комуникативно пространство набор от ограничения тласка комуникаторите към смислопораждане по една и съща ос на релевантност (Odin, 2022: 68).

Не е трудно да се види приликата с лабораторията в природните науки, в която природното се изследва в

контролирана среда. Но тъй като при комуникацията игровият елемент като че ли винаги присъства, по-коректната аналогия би била с игралната площадка. Лесно е да се забележи и близостта с подкастите, в които ограниченията са в състояние да стимулират различни прояви на човешкото.

Идеалисти и опортюнисти, автори и съхранители на животи, пророци и свещеници – независимо като какви ще бъдат разпознати и обозначени участниците в играта на комуникация, чрез действията си те гарантират, че докато тази игра продължава, човекът ще пребъде дори и в интензивно нарастващия технологичен океан. Затова и от съществено значение е да се учим да я играем колкото се може по-добре – само така можем евентуално да се докоснем до разбирането, че онова, което страхът ни кара да възприемаме като битка за оцеляване, всъщност е възможност за човешко единение с вечността не в мрачната мъртвешка тишина на Космоса, а в обагрения от безброй звуци и картини неспирен танц на живите светове.

Използвана литература и източници

БИНАР (2023). Великите европейци: Стивън Хокинг | БНР подкасти [WWW Document]. <<https://binar.bg/velikite-evropejtsi-stivan-hoking/>> [BINAR (2023). Stivan Hoking | BNR podkasti [WWW Document]. <https://binar.bg/velikite-evropejtsi-stivan-hoking/>.

БУРДИЙО, Пиер (2012). Полета. Том I: Полета на духа. София: Изток-Запад. София. [BOURDIEU, Pierre (2012). Poleta. Tom I: Poleta na duha. Sofia: Iztok-Zapad]

БУРДИЙО, Пиер (1993). Казани неща. София: УИ „Св. Климент Охридски“.. [BOURDIEU, Pierre (1993). Kazani neshta. Sofia: Universitetsko izdatelstvo “Sv. Kliment Ohridski”]

ЗИМЕЛ, Георг (2014). Фрагментарният характер на живота: Есета. Критика и хуманизъм, София. [SIMMEL, Georg (2014). Fragmentarniyat harakter na zhivota: Eseta. Sofia: Kritika I humanizam]

ПОПОВА, Снежана (1997). Радиокомуникация. София: УИ „Св. Климент Охридски“. [ПОПОВА, Snezhana (1997). Radiokomunikatsiya. Sofia: Universitetsko izdatelstvo “Sv. Kliment Ohridski”]

AROESTI, Rachel (2023). ‘Deeply personal and very authentic’: how podcasts took over the world in 20 years. The Guardian. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2023/jun/03/20-years-of-podcasting>.

BERRY, Richard (2016). Part of the establishment: Reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. 22, 661–671

BERRY, Richard (2006). Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as

Radio. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 12, 143–162

BOLTER, Jay David, Richard **GRUSIN** (2000). *Remediation: understanding new media*. MIT Press, Cambridge (Mass.).

BONINI, Tiziano (2022). Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media, in: *The Routledge Companion to Radio and Podcast Studies*. Routledge, London, pp. 19–29

BRITANNICA, E., n.d. Golden Age of American radio | Definition, Shows, & Facts | Britannica [WWW Document]. <<https://www.britannica.com/topic/Golden-Age-of-American-radio>> (

HAMMERSLEY, Ben (2004). Audible revolution. *The Guardian*. <<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>>

JENKINS, Henry (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York University Press, New York.

MARKMAN, Kris .M. (2015). Considerations—Reflections and Future Research. *Everything Old is New Again: Podcasting as Radio’s Revival*. *Journal of Radio & Audio Media*. 22, 240–243.

MARKMAN, Kris.M. (2012). Doing radio, making friends, and having fun: Exploring the motivations of independent audio podcasters. *New Media & Society*. 14, 547–565.

MARKMAN, Kris M., **SAWYER**, Caroline E. (2014). Why Pod? Further Explorations of the Motivations for Independent Podcasting. *Journal of Radio & Audio Media*. 21, 20–35

MCLUHAN, Marshall (1964). *Understanding media: the extensions of man*. New American Library ; New English Library, New York, Scarborough, Ont.

MENDUNI, Enrico (2007). Four steps in innovative radio broadcasting: From QuickTime to podcasting. <http://www.mediastudies.it/IMG/pdf/From_QuickTime_to_Podcasting.pdf>

O’BRIEN, Jeffrey M. (2002). The Netflix Effect. *Wired*. <<https://www.wired.com/2002/12/netflix-6/>>

ODIN, Roger (2022). *Spaces of communication: elements of semio-pragmatics*. Amsterdam University Press, Amsterdam.

PBS NewsHour (2006). Apple’s iPod a Technological, Cultural Phenomenon [WWW Document]. PBS NewsHour. <<https://www.pbs.org/newshour/show/apples-ipod-a-technological-cultural-phenomenon>> (

SPINELLI, Martin , Lance **DANN** (2019). *Podcasting: the audio media revolution*. Bloomsbury Publishing, Inc, New York, NY.

Виктор Чулев е бакалавър по журналистика и е защитил дипломна работа за придобиване на магистърска степен в програма „Дигитални медии и видеоигри” във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийски университет „Св. Климент Охридски“. Той е редактор, сценарист и автор на текстове за кино, телевизия и стрийминг платформи в различни онлайн издания.

Viktor Chulev has a bachelor's degree in Journalism from Sofia University and has successfully defended his master's thesis in the "Digital media and video games" program, also at Sofia University. He's an editor, screenwriter and author of texts on cinema, television, and streaming platforms in various online outlets.