

Urszula Doliwa

<https://orcid.org/0000-0001-6946-7555>

Aleksandra Chyczewska, Filip Grobelski, Radosław Łatacz

Wydział Humanistyczny

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Podcasting w Polsce - próba analizy zjawiska

Słowa kluczowe: podcasting, radio, Internet

Key words: podcasting, radio, Internet

Wstęp

Wprowadzenie określenia „podcasting” przypisuje się dziennikarzowi „Guardiana” Benowi Hammersleyowi, który użył go w 2004 roku, by opisać „[...] nowy bum w amatorskim radiu”, możliwy dzięki rozwojowi odtwarzaczy MP3, tanim lub wręcz bezpłatnym programom do obróbki dźwięku i rosnącej popularności blogów (Hammersley 2004). Co ciekawe, „podcasting” to nie jedyny termin zaproponowany przez dziennikarza jako określenie tego zjawiska. W artykule znalazły się również takie propozycje, jak „audioblogging” czy „guerillamedia”. Przyjęła się jednak nazwa „podcasting”. Termin ten powstał z połączenia części *pod* pochodzącej od słowa „iPod” – nazwy odtwarzacza firmy Apple – oraz części *cast* od angielskiego słowa „broadcast” (pol. transmisja) (Bonini 2015). Wiele osób wskazuje też na związek słowa „podcast” z określeniem „personal on demand” (spersonalizowane na żądanie). Jest to system polegający na dystrybuowaniu, otrzymywaniu i słuchaniu nagrań na życzenie, w dowolnie wybranym przez odbiorcę czasie.

W polskiej prasie branżowej refleksję nad podcastingiem jako jeden z pierwszych podjął Stanisław Stanuch w artykule *Audycje na życzenie*. Tam też pojawiła się definicja podcastingu jako:

[...] audycji zapisanej w formie komputerowego pliku dźwiękowego, którą można ściągnąć z Internetu, skopiować i posłuchać na przenośnym urządzeniu do odtwarzania muzyki. To alternatywa albo rozwinięcie tradycyjnego radia: słuchasz, czego chcesz i kiedy chcesz (Stanuch 2005).

W zacytowanym opracowaniu jego autor wskazał na twórcę pierwszego polskiego podcastu, lubelskiego programistę Jacka Artymiaka, który nie tylko zaczął udostępniać podcasty już od lutego 2005 roku, ale też założył stronę z poradami dotyczącymi prowadzenia podcastów: <http://www.podcasting.pl> (Stanuch 2005).

Podcasty były już przedmiotem naukowej refleksji badaczy. Należy wymienić zwłaszcza artykuły Enrico Menduniego (2007), Tiziano Boniniego (2015),

Richarda Berry'ego (2016) i Grażyny Stachyry (2016, 2017). Dowodem na rosnące zainteresowanie podcastingiem może być cykliczna konferencja „Radio Research”, odbywająca się co dwa lata w Europie. W 2017 roku zorganizowano ją w Lublinie. Wiele referatów na tej konferencji poświęcono właśnie podcastingowi (Doliwa 2017). Z referatem plenarnym zaproszono jednego z najbardziej znanych badaczy zjawiska podcastingu, Richarda Berry'ego. W swoim wystąpieniu skupił się on na relacjach między radiem a podcastingiem. Bazując na wynikach badań, starał się wykazać, że podcasting w coraz większym stopniu osiąga autonomię w stosunku do radia.

Podcasting, choć nie bez pewnych trudności, zyskuje nie tylko coraz szersze grono badaczy, ale też słuchaczy. Z danych Edison Research z maja 2016 roku wynika, że w Stanach Zjednoczonych, które zwyczajowo przecierają szlaki w zakresie nowych technologii, 36% badanych osób w wieku powyżej 12 lat słuchało podcastów; oznacza to, że szacunkowo korzysta z podcastów 98 milionów Amerykanów. Znajomość terminu „podcasting” zadeklarowało 55% badanych. Użytkownicy podczas badania podali, że najczęściej korzystają ze smartfonów, tabletów lub urządzeń przenośnych (71% respondentów). Najszybszy wzrost słuchalności podcastów w ciągu ostatnich czterech lat zanotowano w grupie wiekowej 12–24 lata (z 11% do 27%), ale najwięcej konsumentów podcastów miało od 35 do 54 lat (71%). Mężczyźni słuchali ich nieco częściej niż kobiety (56% mężczyzn i 44% kobiet). Podcastów słuchano w domu (53%), w pracy (14%), w samochodzie (21%), w środkach komunikacji publicznej (4%). Odtwarzano je z reguły od razu po kliknięciu (79%), ale niemal połowa odbiorców przyznawała też, że ściąga je i odsłuchuje także później (49%), a 36% subskrybuje je (są one wtedy automatycznie wgrywane do późniejszego odsłuchania). Miarą popularności podcastów w Ameryce są dane dotyczące czasu poświęcanego na konsumpcję materiałów dźwiękowych. Z analiz tych wynika, że osoby słuchające podcastów poświęcają na to więcej czasu niż na korzystanie z tradycyjnego radia (odpowiednio 32% i 25%) (Edison Research 2016).

Podcasting jest coraz bardziej różnorodny, zarówno jeśli chodzi o formę, problematykę, ale też poziom profesjonalizmu czy motywacje towarzyszące twórcom. Ta technologia, chętnie wykorzystywana także przez amatorów do dźwiękowej produkcji online, zdaniem badacza nowych zjawisk w przestrzeni audialnej Tiziano Boniniego, a także Grażyny Stachyry, wkroczyła obecnie w kolejną fazę rozwoju, w której to podcasting staje się atrakcyjnym i dochodowym produktem (Bonini 2015; Stachyra 2017). Trudno się temu dziwić, skoro najpopularniejsze podcasty notują miliony pobrań.

Do najbardziej znanych produkcji tego typu z ostatnich lat z pewnością należy zaliczyć *The Serial*. Jej gospodarzem jest dziennikarka Sara Koenig. *The Serial* opowiada prawdziwą historię oskarżonego o morderstwo nastolatka (Koenig i in. 2018). Dziennikarka próbuje dociec, co właściwie się stało w dniu morderstwa, jest to więc przykład dziennikarstwa śledczego. Podcast zdobył wiele nagród, ale też sprawił, że ponownie zainteresowano się sprawą skazanego. Do lutego 2016 roku zanotowano 80 milionów ściągnięć podcastu *The Serial* (Hesse 2016).

Metodologia badań własnych

Podcasting to wciąż nowa forma przekazu w Polsce. W ostatnim czasie wzrasta liczba podcasterów, a także rośnie świadomość tej grupy nadawców, co sprawia, że zaczynają oni ze sobą współpracować. Przejawem tego jest też cykliczna konferencja „Polcaster”, organizowana już od czterech lat. W 2017 roku na stronie konferencji umieszczono zestawienie najbardziej znanych polskich podcastów, a ich twórców zaproszono do współpracy przy konferencji. To właśnie tym wyróżnionym w 2017 roku kanałom postanowili się przyjrzeć bliżej autorzy prezentowanego artykułu.

Badania zaczęto od przeanalizowania listy podcastów ujętych w zestawieniu na stronie konferencji i wyeliminowania tych już nienadawanych. W ten sposób wyselekcjonowano 19 kanałów. Postanowiono poddać je analizie ilościowej, a także jakościowej. Wśród kryteriów ilościowych znalazły się takie, jak na przykład tematyka podcastów, długość nagrań, liczba odcinków i płeć osób tworzących podcasty, rola muzyki, aktywność na różnych platformach nadawczych, w tym w mediach społecznościowych. Starano się również nakreślić sylwetki twórców podcastów, a zwłaszcza określić motywacje, które nimi kierują – ten wątek wydał się zespołowi badawczemu szczególnie ciekawy. Jakościowy charakter miała też analiza struktury jednego odcinka (ostatniego dostępnego) z każdego z poddanych analizie kanałów podcastowych.

Opracowując zasady przeprowadzenia planowanych badań, w poszukiwaniu inspiracji sięgnięto do książki Karoliny Albińskiej *Poranna audycja radiowa jako hybryda megagatunkowa* (Albińska 2017). Szczególnie inspirujące okazały się dwa rozdziały, trzeci i czwarty, dotyczące różnych konstrukcji audycji radiowych. Podobnie jak autorka przywołanej książki, wzięto pod uwagę takie aspekty, jak: forma i struktura nagrania, treść i funkcje pełnione przez podcast, relacje nadawczo-odbiorcze, a także rola, którą przyjmuje prowadzący podcast. Materiał do analizy pochodził z przełomu listopada i grudnia 2017 roku. Cały proces badawczy trwał od listopada 2017 do marca 2018 roku.

Omówienie wyników badań – analiza ilościowa

1. Tematyka podcastów

Wybrane do analizy podcasty okazały się różnorodnie tematycznie. Przyporządkowano je do następujących kategorii: lifestylowe, technologiczne, kulturalne, o charakterze naukowym i edukacyjnym. Przeprowadzone badania pozwalają stwierdzić, że największe zainteresowanie towarzyszy tematom z zakresu tak zwanego lifestylu i nowych technologii.

1.1. Podcasty poświęcone zagadnieniom lifestylowym

Najbardziej popularną problematyką w wybranych do analizy polskich podcastach okazał się szeroko pojęty lifestyle (tytuły oraz tematykę tych audycji przedstawiono w tabeli 1). Odzwierciedla to potrzeby odbiorców tych przekazów, a także samych autorów podcastów, którzy, jak wynika z badań przeprowadzonych przez Stevena McClunga i Kristine Johnson (2010), są z reguły dobrze wykształceni i dobrze sytuowani. Można się więc spodziewać, że własny rozwój oraz podniesienie jakości życia są dla tej grupy internautów bardzo ważne.

Tabela 1

Podcasty o tematyce lifestylowej

Tytuł podcastu	Poruszane tematy
<i>Each One Teach One</i>	zdrowie, zdrowe żywienie, kreatywność
<i>Lepiej teraz</i>	coaching
<i>Life Hacking Podcast</i>	coaching, głównie w zakresie komunikacji
<i>Start Up My Life</i>	coaching, marketing
<i>Tuż przy uchu</i>	coaching
<i>Z pasją o mocnych stronach</i>	coaching

Źródło: badania własne.

Analizowane kanały poświęcone zagadnieniom lifestylowym są prowadzone przez zawodowych coachów, a ich celem jest motywowanie do pracy nad sobą i osiągnięcia życiowego sukcesu. Na przykład w podcaście *Tuż przy uchu* jego autorka, Katarzyna Bieleniewicz, zwraca uwagę na mocne strony człowieka oraz pokazuje, jak dzięki nim można odnaleźć swój sposób na powodzenie. Podobny, motywacyjny charakter ma kanał *Z pasją o mocnych stronach*, a także *Lepiej teraz*. Nieco bardziej sprofilowany wymiar ma podcast *Life Hacking Podcast*, w którym głównym obszarem omawianej aktywności jest komunikacja, jako kluczowy element życia człowieka, bardzo ważny w osiąganiu przez niego sukcesów, a także *Start Up My Life*, w którym dużo się mówi o marketingu i jego roli w rozwoju zawodowym. Na tym tle wyróżnia się także podcast *Each One Teach One*, poświęcony zdrowemu trybowi życia.

1.2. Podcasty poświęcone zagadnieniom technologicznym

Podcasty ujęte w zestawieniu (tabela 2) poświęcono głównie nowym technologiom, które jednak okazują się interesujące w różnych kontekstach – biznesowym (*Biznes myśli*, *Maczugą przez Web*) czy codziennego użytkowania (*Maczugą przez Web*, *MacGadka*, *Mana Mana*, *Dekompresor/Technologia*). W zestawieniu nie zabrakło też czegoś dla miłośników motoryzacji (*DoDechy*). Tym, co łączy autorów analizowanych podcastów, jest praktyczna wiedza, którą chętnie dzielą się z odbiorcami.

Tabela 2

Podcasty o tematyce technologicznej

Tytuł podcastu	Poruszane tematy
<i>Biznes myśli</i>	sztuczna inteligencja w biznesie
<i>Dekompresor/Technologia</i>	szeroko pojęta technologia
<i>DoDechy</i>	motoryzacja
<i>MacGadka</i>	produkty marki Apple
<i>Maczugą przez Web</i>	multimedia w biznesie, edukacji i rozrywce
<i>Mana Mana</i>	nowe technologie, gadżety, gry, fantastyka

Źródło: badania własne.

1.3. Podcasty poświęcone zagadnieniom naukowym i edukacyjnym

Wśród polskich podcasterów nie brakuje też chętnych, by zająć się popularyzacją nauki czy edukacją. Należy do nich zaliczyć Łukasza Jachowicza prowadzącego kanał *Świat w trzy minuty* czy Borysława Kozielskiego i Mariana Kozielskiego, autorów audycji *Nauka XXI wieku*. Nieco inny, bardziej edukacyjny niż popularnonaukowy charakter ma podcast *Mega głos*. Zdaniem jego autorki, Magdaleny Gościńskiej, „jak nas słyszą, tak nas widzą”, dlatego warto zadbać o umiejętność ładnego i poprawnego mówienia. Z przygotowywanych nagrań można się dowiedzieć, jak to robić. Podcast *Słowem o biznesie* dotyczy z kolei bardzo praktycznych aspektów prowadzenia własnej firmy.

W tabeli 3 zestawiono podcasty, których edukacyjny cel wysuwa się na plan pierwszy, jednak każdy z analizowanych 19 podcastów w mniejszym lub większym stopniu ma właśnie charakter edukacyjny.

Tabela 3

Podcasty o tematyce naukowej i edukacyjnej

Tytuł podcastu	Poruszane tematy
<i>Mega głos</i>	praca głosem, język, sztuka wypowiedzania się
<i>Nauka XXI wieku</i>	fizyka, matematyka, kosmologia, astrofizyka, medycyna, kultura, filozofia, nauki społeczne
<i>Słowem o biznesie</i>	prowadzenie biznesu
<i>Świat w trzy minuty</i>	nauka, technologia, polityka

Źródło: badania własne.

1.4. Podcasty poświęcone zagadnieniom kulturalnym

Do kategorii podcasty kulturalne (tabela 4) zaliczono dwa kanały. *Nerdzi w kulturze* to program wszechstronny, z którego można dowiedzieć się czegoś niemal o każdym obszarze kultury, z kolei kanał *Nagrałeś to?!* ma charakter specjalistyczny – zapraszani są do udziału w rozmowach wyłącznie stand-uperzy i kabareciarze, którzy opowiadają o kulisach swojej pracy.

Tabela 4

Podcasty o tematyce kulturalnej

Tytuł podcastu	Poruszane tematy
<i>Nagrałeś to?!</i>	stand-up, kabaret
<i>Nerdzi w kulturze</i>	gry, filmy, książki, muzyka, seriale i nowe technologie

Źródło: badania własne.

2. Autorzy podcastów

Można zaryzykować stwierdzenie, że także w przypadku podcastów bardzo dużą rolę odgrywa osobowość autora, która często jest magnesem zachęcającym do posłuchania jego audycji. To od autora, jego zainteresowań i pomysłów, wykonywanego przez niego zawodu zależy, jak dany podcast będzie wyglądał i czy słuchacze będą chcieli nie tylko wysłuchać przekazu do końca, ale również wrócić, by odtworzyć kolejne nagranie. W tabeli 5 zestawiono dane autorów poddanych analizie podcastów.

Tabela 5

Autorzy podcastów

Tytuł podcastu	Autorzy	Liczba autorów	Płeć
<i>Biznes myśli</i>	Vladimir Alekseichenko	1	mężczyzna
<i>Dekompresor / Technologia</i>	Wojciech Mech	1	mężczyzna
<i>DoDechy</i>	Paweł Płocharski, Artur Demiaszkiewicz, Michał Kwiatkowski	3	mężczyźni
<i>Each One Teach One</i>	Michał „Vasquez” Plewniak	1	mężczyzna
<i>Lepiej teraz</i>	Radosław Budnicki	1	mężczyzna
<i>Life Hacking Podcast</i>	Ludwik C. Siadlak	1	mężczyzna
<i>MacGadka</i>	Michał Masłowski, Michał Staszewski	2	mężczyźni
<i>Maczugą przez Web</i>	Piotr Maczuga	1	mężczyzna
<i>Mana Mana</i>	Magda Czarnecka, Natalia Dołżycka	2	kobiety
<i>Mega głos</i>	Magdalena Gościńska	1	kobieta
<i>Nagrałeś to?!</i>	Gawel Feliga	1	mężczyzna
<i>Nauka XXI wieku</i>	Borysław Kozielski, Marian Kozielski	2	mężczyźni
<i>Nerdy nocą</i>	Kaja Mikoszevska	1	kobieta
<i>Nerdzi w kulturze</i>	Bogusław „Gorky” Krajewski, Krzysztof „Kapitan” Żubil	2	mężczyźni
<i>Słowem o biznesie</i>	Agnieszka Socha	1	kobieta
<i>Start Up My Life</i>	Margo Ovsienko	1	kobieta
<i>Świat w trzy minuty</i>	Łukasz Jachowicz	1	mężczyzna
<i>Tuż przy uchu</i>	Katarzyna Bieleniewicz	1	kobieta
<i>Z pasją o mocnych stronach</i>	Dominik Juszczyk	1	mężczyzna

Źródło: badania własne.

Z zaprezentowanego zestawienia wynika, że tworzeniem podcastów zajmuje się więcej mężczyzn niż kobiet – na 19 analizowanych kanałów jedynie sześć prowadziły kobiety: Magda Czarnecka, Natalia Dołżycka, Magdalena Gościńska, Kaja Mikoszevska, Agnieszka Socha i Margo Ovsienko. Audycje najczęściej są tworzone przez jedną osobę, dwóch autorów współpracowało jedynie w trzech przypadkach. Należą do nich: *Nauka XXI wieku*, podcast, którego autorami są Borysław Kozielski i Marian Kozielski, *Nerdzi w kulturze*, podcast przygotowywany przez Bogusława „Gorky’ego” Krajewskiego i Krzysztofa „Kapitana” Żubila, oraz podcast *Mana Mana*, tworzony przez wspomniane autorki, Magdę Czarnecką i Natalię Dołżycką. Podcast *DoDechy* tworzy z kolei trzech panów: Paweł Płocharski, Artur Demiaszkiewicz i Michał Kwiatkowski.

Każdy podcast, nawet jeśli jego tematyka pokrywa się z zagadnieniami poruszonymi w innych audycjach, jest tworzony w oryginalny sposób. Jak wspomniano, jego charakter w ogromnej mierze zależy od podcastera. Z badań przeprowadzonych wśród niezależnych podcasterów przez Krisa Markmana wynika, że chęć „robienia radia” była jedną z najbardziej popularnych motywacji towarzyszących twórcom tego rodzaju nagrań (Markman 2012: 555). Naszej grupie badawczej nie udało się porozmawiać z twórcami znad Wisły. Swoją wiedzę na temat polskich podcasterów jej członkowie zdobyli, zapoznając się z powszechnie dostępnymi opisami prowadzonych podcastów. Dzięki temu ustalono, że prowadzący reprezentują różne zawody, które często mają wpływ na motywacje towarzyszące ich twórcom. Zaskakująco wielu z nich wykonuje zawód coacha. Reprezentantami tej profesji są na przykład Dominik Juszczyk (*Z pasją o mocnych stronach*) i Radosław Budnicki (*Lepiej teraz*), podcaster, który chciałby, „[...] by technologie i internet służyły wychodzeniu ze schematów, a dostęp do edukacji za darmo pomógł w propagowaniu zalet kreatywnego myślenia i dawał wszystkim możliwość dzielenia się tym, co kochamy” (Budnicki 2018).

Pokrewny do coacha zawód doradcy zawodowego wykonuje z kolei Katarzyna Bieleniewicz (*Tuż przy uchu*). Jak pisze ona na swojej stronie, zafascynowana jest człowiekiem, jego motywacjami i sposobami myślenia, więc na jej stronie można wysłuchać audycji „[...] o autentyczności, odkrywaniu swoich pasji, swoich mocnych stron i pomysłu na siebie” (Bieleniewicz 2018).

Podcasty tworzą również trenerzy rozwoju osobistego, których reprezentantem w niniejszym badaniu jest Ludwik C. Siadlak (*Life Hacking Podcast*). Vladimir Alekseichenko (*Biznes myśli*) jest architektem systemów informatycznych. Deklaruje, że „[...] misją podcastu jest pokazanie korzyści użycia uczenia maszynowego dla biznesu” (Alekseichenko 2018). Chce uświadamiać przedsiębiorców,

[...] że większość firm ma teraz wybór – albo zrozumieć moc uczenia maszynowego i zacząć tego używać, albo po prostu przegrać w ciągu najbliższych kilku czy kilkunastu lat z konkurencją (która będzie robić to świetnie). Warto zrozumieć, że maszyna już teraz jest lepsza niż człowiek w pewnych obszarach (Alekseichenko 2018).

Audycje prowadzą też dziennikarze (Borysław Kozielski, *Nauka XXI wieku*) i pracownicy naukowcy (Marian Kozielski, *Nauka XXI wieku*), trenerzy biznesu

(Agnieszka Socha, *Słowem o biznesie*), tancerze (Michał „Vasquez” Plewniak, *Each One Teach One*) i komicy (Gaweł Feliga, *Nagrałeś to?!*). W audycji Gaweła Feligi można usłyszeć „[...] rozmowy o stand-upie, życiu i innych żartach. O komedii i wszystkim, co do niej prowadzi – z komikami i nie tylko” (Feliga 2018).

Podcasterzy poprzez prowadzenie audycji dzielą się swoimi zainteresowaniami, motywują słuchaczy do działania. Wielu stara się przekazać wiedzę, ciekawostki naukowe. Jeszcze inni prezentują nowinki technologiczne, a kolejni starają się po prostu wypromować siebie. Ma to jednak służyć nie tylko rozwojowi osobistemu, ale również słuchaczy, poszerzaniu ich horyzontów i rozwijaniu zainteresowań.

3. Sposób udostępniania podcastów

Działalność podcasterów jest bardzo mocno osadzona w środowisku internetowym. Twórcy nagrań, oprócz prowadzenia własnej strony podcastowej, są z reguły aktywni na wielu różnych platformach. W tabeli 6 przedstawiono kanały dostępu, poprzez które twórcy podcastów dzielą się swoimi nagraniami.

Z danych zestawionych w tabeli 6 wynika, że zdecydowany prym wśród kanałów dotarcia do odbiorców wiedzie własna strona internetowa, na której autor bądź współpracujący autorzy umieszczają swoje produkcje. Można jednak zauważyć swoistą symbiozę tego sposobu dystrybucji z innymi kanałami rozpowszechniania treści, zwłaszcza z Facebookiem, który służy jako swego rodzaju „pośrednik” między odbiorcami a stroną WWW. Na 19 podcastów tylko w przypadku jednego nie stwierdzono korzystania z Facebooka jako platformy do promocji nagrań – był to podcast *Maczugą przez Web*. Warto zwrócić uwagę na dużą popularność Facebooka, chociaż to medium społecznościowe wciąż nie oferuje polskim użytkownikom możliwości dodawania plików dźwiękowych bezpośrednio z portalu, jak to jest możliwe na przykład w przypadku filmów. Z reguły na tak zwanym fanpage’u pojawiają się więc linki do nagrań umieszczonych na innych platformach, a także inne publikacje związane z tematyką podcastu. Liczba tak zwanych polubień poszczególnych stron jest jednak niewielka. Kilka tysięcy przekroczyły zaledwie trzy z nich (*Each One Teach One*, *DoDechy*, *Dekompresor/Technologia*). Kolejną popularną platformą jest iTunes, produkt firmy Apple. Na 19 podcastów w przypadku 17 deklarowano współpracę z nią. Nieco mniejszym powodzeniem cieszył się YouTube, serwis internetowy, w którym nagraniu dźwiękowemu towarzyszy obraz, i SoundCloud – portal umożliwiający publikowanie dźwięków w Sieci. Portalem społecznościowym zaś, w którym polscy podcasterzy są stosunkowo rzadko obecni, jest Twitter – autorzy zaledwie czterech podcastów korzystali z niego jako narzędzia do promocji nagrań.

Tabela 6

Sposób udostępniania podcastów

Tytuł podcastu	Sposób udostępniania								Liczba polubień na Facebooku
	strona WWW autora	Face-book	You-Tube	Twitter	iTunes	Sound-Cloud	Really Simple Syndication (RSS)	Inne	
<i>Biznes myśli</i>	+	+	+	-	-	+	-	Aplikacja	529
<i>Dekompresor / Technologia</i>	+	+	+	+	+	-	-	-	3587
<i>DoDechy</i>	+	+	-	-	+	-	+	-	2892
<i>Each One Teach One</i>	+	+	-	-	+	+	-	Podcast Addict, Stitcher	8185
<i>Lepiej teraz</i>	+	+	+	-	+	-	-	Aplikacja	1914
<i>Life Hacking Podcast</i>	+	+	-	-	+	-	+	-	327
<i>MacGadka</i>	+	+	-	+	+	+	-	-	1225
<i>Maczugą przez Web</i>	+	-	-	-	+	+	-	TuneIn	-
<i>Mana Mana</i>	-	+	+	-	+	+	-	Aplikacja	113
<i>Mega głos</i>	+	+	-	-	+	-	-	Aplikacja	768
<i>Nagrałeś to!?</i>	+	+	-	-	-	-	-	Aplikacja	551
<i>Nauka XXI wieku</i>	+	+	+	-	+	-	-	-	1963
<i>Nerdy nocą</i>	+	+	+	+	+	-	-	-	796
<i>Nerdzi w kulturze</i>	+	+	+	-	+	-	-	-	588
<i>Słowem o biznesie</i>	+	+	-	-	+	-	+	-	335
<i>Start Up My Life</i>	+	+	-	-	+	-	+	-	305
<i>Świat w trzy minuty</i>	+	+	-	-	+	-	-	Aplikacja	379
<i>Tuż przy uchu</i>	+	+	-	-	-	+	-	Aplikacja, Stitcher	464
<i>Z pasją o mocnych stronach</i>	+	+	-	+	-	-	-	-	1352

Źródło: badania własne.

4. Struktura polskich podcastów

Ciekawym aspektem, na który zespół badawczy postanowił zwrócić uwagę, jest struktura polskich podcastów. W tym celu przyjrano się bliżej podstawowym parametrom ich funkcjonowania, takim jak: liczba udostępnionych

Tabela 7

Struktura podcastów

Tytuł podcastu	Liczba udostępnionych nagrań	Częstotliwość publikowania nagrań	Czas trwania nagrania	Forma nagrania (audio, wideo)	Muzyka jest (+) lub jej brak (-)
<i>Biznes myśli</i>	20	2–3 razy w miesiącu	ok. 50 min	audio	–
<i>Dekompresor / Technologia</i>	69	różna – odstępy kilkudniowe, czasami dwutygodniowe	ponad 1 godz.	audio	+
<i>DoDechy</i>	105	dwa razy w miesiącu	do 3 godz.	audio	jest na początku
<i>Each One Teach One</i>	31	przynajmniej raz w miesiącu	8–60 min	audio	jest na początku
<i>Lepiej teraz</i>	84	raz w tygodniu – każdy czwartek	31 min – 2 godz.	audio i wideo	–
<i>Life Hacking Podcast</i>	23	dwa razy w miesiącu	6–12 min	audio	jest na początku
<i>MacGadka</i>	147	nieregularnie	2–6 godz.	audio	+
<i>Maczugą przez Web</i>	4	nieregularnie	14–20 min	audio	–
<i>Mana Mana</i>	12	nieregularnie	1,5–2,5 godz.	audio	–
<i>Mega głos</i>	13	raz w miesiącu	11–34 min	audio	+
<i>Nagrałeś to!?</i>	38	raz w miesiącu, ale nie każdego miesiąca	50 min – 2 godz.	audio	–
<i>Nauka XXI wieku</i>	54	nieregularnie	26–58 min	audio	+
<i>Nerdy nocą</i>	64	audio – mniej więcej co tydzień, wideo – różna	ponad 1 godz.	audio i wideo	–
<i>Nerdzi w kulturze</i>	82	w każdy czwartek o godz. 20.00	ponad 1 godz.	audio	+
<i>Słowem o biznesie</i>	10	nieregularnie	15–70 min	audio	jest na początku
<i>Start Up My Life</i>	29	średnio raz w tygodniu	30–60 min	audio	–
<i>Świat w trzy minuty</i>	4	nieregularnie	14–20 min	audio	–
<i>Tuż przy uchu</i>	20	nieregularnie	10 min – 1 godz.	audio	–
<i>Z pasją o mocnych stronach</i>	40	cotygodniowe audycje	ok. 60 min	audio	+

Źródło: badania własne.

nagrań, częstotliwość ich publikowania, czas trwania i forma pojedynczego nagrania (czy tylko dźwięk, czy też dźwięk i obraz) oraz użycie materiałów muzycznych (tabela 7).

Z analizy danych ujętych w tabeli 7 wynika, że struktura podcastów jest bardzo zróżnicowana. Liczba udostępnianych nagrań znacznie się różni i waha się w przedziale od czterech do 147. Jeszcze większe różnice dotyczą częstotliwości ich publikowania – z reguły nowe odcinki są dodawane co tydzień, ale niemal równie popularne jest zamieszczanie jednego odcinka w miesiącu. Niektórzy publikują nawet raz na kilka miesięcy (tak na przykład bywa w przypadku podcastu *Nagrałeś to!?*). Podobny jest za to czas trwania nagrań – ich długość oscyluje wokół godziny, choć niektóre audycje trwają zaledwie kilka lub kilkanaście minut. Rekordziści potrafią umieszczać na stronie internetowej kilkugodzinne pliki audio (nawet sześciogodzinne w przypadku podcastu *MacGadka*).

Nagraniami dźwiękowym bardzo rzadko towarzyszy obraz. Jedynie dwa podcasty, *Nerdy nocą* i *Lepiej teraz*, są prowadzone zarówno w formie audycji, jak i nagrań wideo. W około połowie analizowanych przypadków stwierdzono natomiast użycie nagrań muzycznych, rzadko były to jednak całe utwory. Najczęściej muzyka była wykorzystywana w dżinglach promujących audycje. Jest to zapewne po części spowodowane faktem, że odtwarzanie muzyki w publikowanych materiałach może być źródłem problemów i wydatków, ponieważ zgodnie z prawem odtwarzanie piosenek należy opłacać. Opłaty te są wnoszone na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi. Skutecznie zniechęca to wielu twórców podcastów do wykorzystywania utworów muzycznych w swoich produkcjach.

Omówienie wyników badań – analiza jakościowa

By lepiej zrozumieć polski podcasting, autorzy prezentowanego artykułu zdecydowali się przeprowadzić analizę jednego odcinka każdego z zakwalifikowanych do badania podcastów. Na potrzeby tego opracowania postanowiono jednak przedstawić szczegółowy opis odcinka jednego podcastu z każdej kategorii tematycznej: poświęconego lifestylowi, technologii, nauce i edukacji oraz kulturze. Wybrano te podcasty, które zgromadziły najwięcej polubień na portalu Facebook w swoich kategoriach tematycznych. Informacje zgromadzone w procesie analizy wszystkich nagrań zostały natomiast wykorzystane w podsumowaniu artykułu.

1. *Each One Teach One*, tytuł odcinka: *EIT1 | #031 – Bezdomny w kabrioletcie, czyli jak odnaleźć szczęście?*, data publikacji: 30 listopada 2017 roku, czas trwania: 1:02:42”, kategoria tematyczna: lifestyle

Podcast jest prowadzony przez Michała „Vasqueza” Plewniaka. Autor zawodowo zajmuje się tańcem – od 1999 roku jest tancerzem break dance. Ponadto prowadzi warsztaty z tańca, pełni też funkcję jurora na mistrzostwach Polski.

Patrząc przez pryzmat swoich doświadczeń, pragnie inspirować ludzi do działania, czemu służą tworzone przez niego podcasty.

Audycja rozpoczyna się dość długim dźwiękiem utrzymanym w klimacie funk. W dźwięgu kilkakrotnie przewija się nazwa kanału *Each One Teach One*. Na tle muzyki z dźwięka prowadzący prezentuje wprowadzenie. Rozpoczyna od przedstawienia sylwetki gościa. Uwagę zwraca jednak fakt, że prowadzący nie zapowiada, o czym będzie rozmowa, jedynie przybliża sylwetkę rozmówcy, co wzbudza zaciekawienie i intryguje. Autor zwraca się bezpośrednio do słuchaczy („Zapraszam Was bardzo serdecznie do jednej z warszawskich kawiarnio-restauracji”), zachęca do wysłuchania audycji.

W nagraniu słychać odgłosy w tle, co skomentowane zostało na początku audycji przez prowadzącego. Tłumaczy on, że bardzo mu zależało na rozmowie z gościem, więc przymknął oko na braki jakościowe nagrania. Gościem jest Bogusław Szedny – twórca strony *Architekt szczęśliwego życia*, autor książki *XII sugestii. Przewodnik do szczęśliwego życia*. Jak opisuje go M. Plewniak, „[...] poprzez doświadczenia w swoim życiu znalazł się w wielu punktach: był znaną osobą z mediów, był przedsiębiorcą, biznesmenem, ale również doświadczył bycia bezdomnym”.

Stosunek prowadzącego do gościa jest bardzo pozytywny, co ma bezpośrednio przełożenie na rozmowę – przebiega w przyjaznej atmosferze. „Myślę, że skoro już się poznaliśmy, to chciałbym zakomunikować, żeby ta rozmowa była nagrana po prostu na totalnym luzie” – jest to wypowiedź autora, po czym gość odpowiada: „Czyli mogę się rozpiąć”. Taki dialog wskazuje na nieformalny charakter spotkania. Prowadzący nie przerywa gościowi, stara się zachować płynność rozmowy, zadaje tylko ukierunkowujące rozmowę pytania.

Jak w większości analizowanych przypadków, o słuchaczach wspomina się na początku i końcu audycji. Odbiorcy są zachęceni do interakcji i współpracy z prowadzącym („Na pewno będziecie mieli jakieś konkluzje po wysłuchaniu tego odcinka”). Nie da się odnieść wrażenia sztuczności komunikacji, tego, że tekst jest czytany czy pewnej fałszywości w relacji słuchacz – prowadzący. Autor umożliwia także udostępnianie i komentowanie audycji, dzięki czemu pod nagraniami jest możliwość zainicjowania dyskusji na różnorakie tematy. Pod omawianą audycją znalazło się sześć komentarzy, a każdy z nich został opatrzony odpowiedzią autora. Słuchaczom taka formuła się podoba, czego odzwierciedleniem są pozytywne komentarze, na przykład: „Świetna rozmowa. Dużo wartości. Ale dla mnie najważniejsze jest to, by zachować równowagę między światem materialnym a duchowym. Każdy jest ważny i w każdym powinniśmy umieć żyć. Możemy wszystko! Intuicja może wskazać nam różne ścieżki i rozwiązania. Możemy być na szczycie, a potem spaść na dno, od którego można się odbić, by być lepszym człowiekiem:”).

2. *Nauka XXI wieku*, tytuł odcinka: *Reedukacja oddechowa*, data publikacji: 23 listopada 2017 roku, czas trwania: 36:08, kategoria tematyczna: nauka i edukacja

Nauka XXI wieku to podcast prowadzony przez dwóch autorów o tym samym nazwisku, Borysa i Mariana Kozielskich. Audycje mają charakter popularno-naukowy. Zapraszani są do nich goście – magiŝtrowie, doktorzy, profesorowie, eksperci w temacie, który jest omawiany.

Muzyka w analizowanym odcinku występuje jedynie na początku i na końcu nagrania. Podczas rozmowy uwaga skupia się wyłącznie na dialogu. Nie ma wątpliwości, że podcast nastawiony jest głównie na przekazywanie treści. Z kaŝdej audycji moŝna pozyskać wiele przydatnych informacji. W odcinku za-tytułowanym *Reedukacja oddechowa* gościem jest Sandra Osipiuk, absolwentka fizjoterapii II Wydziału Lekarskiego Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego, na co dzień zajmująca się fizjoterapią oddechu. Z audycji słuchacze mogą dowiedzieć się na przykład, jak długo powinien trwać wydech i czy złe nawyki oddechowe mogą wpływać na zdrowie człowieka.

Podcast *Nauka XXI wieku* jest dostępny w serwisach: YouTube, iTunes oraz Facebook. Strona na portalu społecznościowym daje o tyle dużą elastyczność, że moŝna publikować tam posty nie tylko informujące o tym, że kolejny podcast jest gotowy do odsłuchania, ale również udostępniać wydarzenia związane z tematyką podcastu, co zresztą jego autorzy czynią.

Podcasty są też wspierane przez słuchaczy nazywanych patronami. Moŝna wpłacić dowolną kwotę na *Naukę XXI wieku*, dzięki czemu patroni będą mieli wpływ „[...] na to, które audycje powstaną”, i będzie to „[...] zależne od kwoty wsparcia, jaką zadeklarują”.

3. *Dekompresor/Technologia*, tytuł odcinka: #65: *Zawody przyszłości – świat za kilka lat, szybciej niż myślisz*, data publikacji: 17 stycznia 2017 roku, czas trwania: 1:13, kategoria tematyczna: technologie

Twórcą podcastu *Dekompresor/Technologia* jest Wojciech Mech, jednak autor często zaprasza współprowadzącego. W poddanym analizie odcinku jest to informatyk ukrywający się pod pseudonimem Bart. Prowadzący podejmują tematy z zakresu szeroko pojętej technologii.

Omawiany odcinek rozpoczyna się odtworzeniem muzyki, przedstawieniem się rozmówców oraz krótkim wprowadzeniem, informującym, o czym będzie mowa. Tematem odcinka są dawne zawody w kontekście rozwoju nowych technologii. Dalsza część programu oparta jest na rozmowie obu panów. Formuła nagrania jest bardzo naturalna – w pewnym momencie słychać, jak jeden z prowadzących kaszle i walczy z chrypą, są także słyszalne zająknięcia i niedociągnięcia. Pozwala to zbudować wrażenie, że osoba prowadząca jest z nami w pokoju.

Podcast prowadzony jest swobodnie, rozmówcy posługują się mową potoczną. Mimo tego, że czasami panowie rozmawiają o skomplikowanych zagadnieniach, sposób, w jaki to robią, pozwala zrozumieć przekaz kaŝdemu, co umożliwia poszerzenie wiedzy z zakresu technologii.

W serwisie Facebook podcast zyskał niemal 3500 polubień. Można tam znaleźć zapowiedzi kolejnych odcinków, jak również wiele ciekawostek oraz anegdot związanych z ich tematyką. Mimo dużej liczby polubień strony odzew fanów jest znikomy, niemal brakuje polubień postów, komentarzy czy udostępnień.

4. *Nerdzi w kulturze*, tytuł odcinka: *O kondycji YouTube i Rewind 2017*, data publikacji: 7 grudnia 2017 roku, czas trwania: 1:13, kategoria tematyczna: kultura

Audycje są prowadzone przez „dwóch nerdów” – Kapitana (Krzysztof Żubil) i Gorky’ego (Bogusław Krajewski); od czasu do czasu pojawia się w nich Yano Wasako. Autorzy, jak sami mówią, opowiadają o tym, „[...] co ich boli, co im przeszkadza w popkulturze i grach przede wszystkim”. Analizowana audycja była pierwszą, jaką poprowadzili na żywo z akademickiej internetowej rozgłośni radiowej w Warszawie – Radioaktywne.pl. Wcześniej ich programy emitowano w internetowym Radiu Praga.

„Nerdzi w kulturze” mają ustalony schemat, według którego poruszają kolejne zagadnienia. Każdy odcinek rozpoczyna się streszczeniem tematów, które będą w nim omówione. Następnym punktem są „polecanki”, czyli – jak sama nazwa wskazuje – autorzy polecają, co jest warte przeczytania, które seriale czy filmy należałoby zobaczyć, na które gry zwrócić uwagę i jakiej muzyki słuchacze nie powinni przegapić. W audycjach biorą udział również zaproszeni goście. Prowadzący mówią o niedawnych wydarzeniach kulturalnych oraz przedstawiają słuchaczom kilka powodów, by „wyjść z piwnicy”, czyli opowiadają o tym, jakie ciekawe kulturalne wydarzenia odbędą się wkrótce.

Język w podcaście jest nieformalny, ale kulturalny, choć czasem, w przypadku prezentowania i komentowania gier, rozumiały jedynie dla graczy. Tak zwane wejścia antenowe przerywane są wstawkami muzycznymi. W analizowanym odcinku były to utwory *Nie o seksie* i *Antyk-wariat* zespołu Szumy. Prowadzący mówią też na podkładzie muzycznym.

Autorzy prowadzą stronę na Facebooku, na której prezentują treści nie tylko dotyczące kolejnych nagrań. Osoby, które obserwują *Nerdów w kulturze* na tym portalu społecznościowym, są informowane o ważniejszych wydarzeniach kulturalnych, mogą oglądać memy nieodbiegające od tematyki podcastu oraz dowiedzieć się, jak spędzają wolny czas jego twórcy – najczęściej, w jakie gry grają.

Autorzy, rozmawiając w kolejnych odcinkach o własnych zainteresowaniach, ujawniają swoją osobowość. Czasem wspominają o tym, jak wygląda ich codzienne życie, na przykład że jedząc posiłek, lubią coś oglądać, ale na pewno nie jest to „[...] polski Netflix, w którym jest bardzo, bardzo dużo dobrych filmów, natomiast mniej seriali”, a przecież chciałoby się włączyć „[...] czysto rozrywkowy serial, takie typowe coś do kotleta”. Tym samym skracają dystans między sobą a odbiorcami.

Słuchacze, podczas trwania audycji, mają możliwość zadawania pytań na specjalnie utworzonym czacie, komentowania odcinka na stronie czy w serwisie Facebook, gdzie aktywność odbiorców wydaje się być większa.

Podsumowanie

Jak słusznie zauważają Jeremy Morris i Eleanor Patterson, podcasting nie jest ograniczony używaną technologią ani możliwy do zdefiniowania jedynie w jej kontekście. Jest to raczej zestaw określonych praktyk i znaczeń kulturowych połączony ze sposobem ich dystrybucji, organizacji i konsumpcji (Morris i Patterson 2015). Kształtują się one wraz z rosnącą popularnością tej formy produkcji medialnej. Wydaje się, że polski podcasting znajduje się obecnie wciąż w fazie kształtowania tych praktyk i znaczeń.

Analiza wybranych do badania kanałów pozwala stwierdzić, że są one przede wszystkim adresowane do osób chcących poszerzyć swoją wiedzę z różnych dziedzin. Wielu słuchaczy poszukuje informacji związanych z własnym rozwojem – w sferze osobistej i zawodowej. Stąd duża popularność kanałów o tematyce lifestylowej, często prowadzonych przez profesjonalnych coachów czy doradców zawodowych. Nie brakuje jednak kanałów typowo edukacyjnych, dotyczących innych dziedzin wiedzy, takich jak nowe technologie. Edukacyjny profil większości poddanych analizie kanałów wpływa na strukturę przygotowywanych nagrań. Są one nastawione na przekazywanie treści, a nie na rozrywkę. Forma jest jednak dostosowana do oczekiwań współczesnych internautów, do których prowadzący zwracają się „na ty”.

Słuchając polskich podcastów, trudno oprzeć się wrażeniu, że nie istnieje coś takiego jak ich wzorzec kanoniczny. Nie można wskazać określonego zestawu cech, które pozwalałyby nazwać go gatunkiem. Panuje tu duża dowolność, zwłaszcza jeśli chodzi o długość nagrań, które czasem trwają, jak wykazały prowadzone badania, nawet kilka godzin, a czasem zaś zaledwie kilka minut. Większość autorów wypracowuje jednak pewnego rodzaju schemat odcinka w ramach własnego podcastu, wprowadza do niego stałe elementy. Schemat ten ulega w razie potrzeby modyfikacjom i tym samym nie ogranicza swobody twórczej autorów, samodzielnie decydujących o kształcie nagrania. Dał temu wyraz Wojciech Mech w odcinku podcastu *Dekompresor/Technologia* z 17 stycznia 2017 roku: „Nie wiem, czy ja mogę sobie dzisiaj pozwolić na takie dygresje. Ale w sumie to nasz odcinek, więc możemy sobie robić, co nam się podoba. Co nie?”.

Wspomniane stałe elementy Peter Stewart nazywa „meblami” (Stewart 2006: 74). W większości analizowanych nagrań udało się wyróżnić następujące charakterystyczne elementy „meblujące” podcasty: odtworzenie nagrań muzycznych na początku i końcu audycji, powitanie, przedstawienie profilu całego podcastu, podanie tematyki danego odcinka (niekiedy urozmaicone wybranymi, najciekawszymi fragmentami odcinka w formie dźwiękowej), przedstawienie zaproszonego gościa, rozmowa z gościem, odesłanie do innych platform, na których jest aktywny podcaster, i zaproszenie do nawiązania kontaktu. Oczywiście nie w każdym podcaście te wszystkie elementy występują. W przypadku części z nich nie przewiduje się na przykład zaproszenia do programu rozmówcy (przykładowo *Świat w trzy minuty*, *Mega głos*). Ustawienie „mebli” jest też różne w przypadku poszczególnych podcastów. Dotyczy to zwłaszcza początku audycji.

O ile jedni zaczynają od streszczenia danego odcinka (*Świat w trzy minuty*), to inni ograniczają się do podania takich informacji w jego opisie i wstawienia na początek fragmentu utworu muzycznego (*Mana Mana*).

Rozmowy, które stanowią podstawę większości nagrań, mają często nieformalny charakter. Są prowadzone w sposób swobodny i przyjazny. Do audycji zapraszani są często przyjaciele i znajomi twórców podcastu. Podcasterzy posługują się zazwyczaj językiem potocznym, zrozumiałym dla każdego odbiorcy. Wyjątkiem mogą być takie podcasty, jak na przykład *MacGadka* (dotyczący produktów firmy Apple) – w których w dużym nagromadzeniu występuje słownictwo specjalistyczne. Niekiedy podcasterzy korzystają ze swobody, jaką daje im możliwość publikowania w Sieci, i przekraczają granice i standardy obowiązujące w mediach głównego nurtu. Tak jest w audycji prowadzonej przez Gawła Feligę *Nagrałeś to?! Jej autor spotyka się z gośćmi ze świata stand-upu, komikami, których można zobaczyć na różnych komediowych scenach. W poddanym analizie odcinku 38, opublikowanym 22 listopada 2017 roku, tak w monologu, jak i w rozmowach z gościem padają słowa niecenzuralne („Nie pokazuje się nikomu kutasa na planie filmowym”; „Poznałem wielu zębów”; „Dajcie kurwa spokój”; „Nie można być kutasem”).*

W podcastach nie brakuje również elementów rozrywkowych. Do tego rodzaju elementów w audycjach Tracy Johnson i Alan Burns zaliczają na przykład gagi sytuacyjne, hiperbolizację, zestawienia niezwiązanych ze sobą tematów lub dobrych i złych wiadomości, zaburzenia logiki wypowiedzi, kawały i wulgarne żarty (Johnson i Burns 1998: 122–127). Można je spotkać również w nagraniach polskich podcasterów. Za przykład może posłużyć poddany analizie odcinek podcastu *Mana Mana* o grach i filmach, przygotowywany przez kobiecy duet Magdę Czarnecką i Natalię Dołżycką. W nagraniu zatytułowanym *O recenzenckich onomatopejach, thortach i morderczych gołębiach* z 22 listopada 2017 roku opowieści o Xbox One X, serialu *Władca Pierścieni*, filmie *Thor: Ragnarok* czy serialu *The Fall* były przeplatane żartami sytuacyjnymi, krytycznie przez same autorki nazywanymi „sucharami”, które razem tworzą tak zwaną suszarnię, na przykład „Co je Coco Jambo? – Jaja je”. Anegdoty zaś w swoje nagrania lubią wplatać Paweł Płocharski, Artur Demiaszkiewicz oraz Michał Kwiatkowski, prowadzący podcast o motoryzacji *DoDechy*.

Twórcy podcastów starają się nie budować dystansu między sobą a odbiorcami. Niektórzy z nich dzielą się swoimi osobistymi doświadczeniami, opowiadają coś o sobie. Skracaniu dystansu sprzyja fakt, że część nagrań powstaje w ich domach. Zdarzają się sytuacje, że w tle słychać odgłosy domowników, sprzętów domowego użytku (na przykład w podcaście *DoDechy*).

Słuchacze są ważną częścią procesu tworzenia podcastu – są zachęceni do wyrażania opinii i proponowania kierunku rozwoju poszczególnych kanałów podcastowych nie tylko w trakcie trwania audycji, ale również poprzez inne wykorzystywane do dystrybucji treści kanały. Czasami twórcy zachęcają nawet słuchaczy do kontaktu twarzą w twarz – Gaweł Feliga, autor podcastu *Nagrałeś to?!*, informuje na przykład, na jakich wydarzeniach stand-upowych można go będzie spotkać w najbliższym czasie. Jak wynika z prowadzonych badań, twórcy

poszczególnych podcastów mogą liczyć na zaangażowanie słuchaczy w różnym stopniu – w niektórych przypadkach jest naprawdę duże, w innych – znikome.

Podcasting w Polsce jest wciąż zjawiskiem w fazie rozwoju. Popularność tego typu produkcji jest znacznie mniejsza niż na przykład w przypadku kanałów w serwisie YouTube, z których część zyskała masową publiczność. Nie zniechęca to jednak polskich twórców do eksperymentowania z tą formą przekazu, a ich zaangażowanie i wysoki poziom merytoryczny znacznej części nagrań mogą budzić podziw. Wszystko to czyni z polskiego podcastingu ciekawe zjawisko kulturowe – warte bliższego przyjrzenia się i naukowej refleksji.

Bibliografia

- Albińska, Karolina. 2017. *Poranna audycja radiowa jako hybryda megagatunkowa*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Berry, Richard. 2006. Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. *Convergence*, 2 (12), s. 143–162.
- Berry, Richard. 2016. Podcasting: Considering the Evolution of the Medium and Its Association with the Word “Radio”. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media*, 1 (14), s. 7–22.
- Bonini, Tiziano. 2015. The “Second Age” of Podcasting: Reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns del CAC*, 18 (41), s. 21–30.
- Doliwa, Urszula. 2017. Sprawozdanie z konferencji 5th ECREA Radio Research Section Conference. Radio Relations. Lublin, 12–14 września. *Studia Medioznawcze*, 4 (71), s. 155–160.
- Johnson, Tracy, i Burns, Alan. 1998. *Morning Radio: A Guide to Developing On-Air Superstars*. San Diego, CA: Tracy Johnson Media Group.
- Markman, Kris. 2012. Doing Radio, Making Friends, and Having Fun: Exploring the Motivations of Independent Audio Podcasters. *New Media and Society*, 4 (14), s. 547–565.
- McClung, Steven, i Johnson, Kristine. 2010. Examining the Motives of Podcast Users. *Journal of Radio and Audio Media*, 1 (17), s. 82–95.
- Menduni, Enrico. 2007. Four Steps in Innovative Radio Broadcasting: From QuickTime to Podcasting. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media*, 1 (5), s. 9–18.
- Morris, Jeremy, i Patterson, Eleanor. 2015. Podcasting and Its Apps: Software, Sound, and the Interfaces of Digital Audio. *Journal of Radio and Audio Media*, 2 (22), s. 220–230.
- Stachyra, Grażyna. 2016. Podcasting w perspektywie specyfiki produkcji radiowej. *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna*, 4, s. 71–89.
- Stachyra, Grażyna. 2017. Podcasting jako technologia audio. Perspektywy rozwoju. *Studia Medioznawcze*, 1 (68), s. 29–41.
- Stewart, Peter. 2006. *Essential Radio Skills: How to Present a Radio Show*. London – Oxford: Bloomsbury.

Netografia

- Alekseichenko, Vladimir. 2018. *O mnie*. [Online]. Biznes myśli. Dostęp: <http://biznesmysli.pl/o-mnie/> [15.04.2018].
- Bieleniewicz, Katarzyna. 2018. *O mnie*. [Online]. Tuż przy uchu. Dostęp: <https://tuzprzyuchu.pl/katarzyna-bieleniewicz/> [15.04.2018].
- Budnicki, Radosław. 2018. *Podcasty*. [Online]. Lepiej teraz. Dostęp: <https://www.lepiejteraz.pl/category/podcasty/> [15.04.2018].
- Edison Research. 2016. *The Podcast Consumer 2016*. [Online]. Edison Research. Dostęp: <http://www.edisonresearch.com/the-podcast-consumer-2016/> [15.04.2018].
- Feliga, Gawęł. 2018. *About*. [Online]. Nagrałeś to?! Dostęp: <https://nagralesto.wordpress.com/about/> [15.04.2018].

- Hammersley, Ben. 2004. Audible Revolution. *The Guardian*, 12 lutego. [Online]. The Guardian. Dostęp: <http://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia> [10.02.2018].
- Hesse, Monica. 2016. "Serial" Takes the Stand: How a Podcast Became a Character in Its Own Narrative. *Washington Post*, 8 lutego. [Online]. The Washington Post. Dostęp: https://www.washingtonpost.com/lifestyle/when-a-post-conviction-hearing-feels-like-a-sequel-the-weirdness-of-serial-back-on-the-stand/2016/02/08/b3782c60-2a49-48f7-9480-a34dd9e07ab6_story.html [15.02.2018].
- Koenig, Sarah, i in. 2018. *About The Serial*. [Online]. The Serial. Dostęp: <https://serialpodcast.org/about> [15.02.2018].
- Stanuch, Stanisław. 2005. Audycje na życzenie. *Press*, 5. [Online]. Press. Dostęp: <http://www.press.pl/magazyn-press/artukul/1484,audycje-na-zyczenie> [10.02. 2018].

Streszczenie

Podcasting to zjawisko w polskiej kulturze stosunkowo nowe i mało znane, wciąż jednak przybywa twórców zainteresowanych tym rodzajem aktywności. Autorzy artykułu postanowili przyjrzeć się działalności podcasterów zaproszonych na konferencję „Polcaster”, która jest cyklicznie organizowanym wydarzeniem mającym na celu integrację tego środowiska twórców. Do badania prowadzonego na przełomie 2017 i 2018 roku zakwalifikowano 19 podcastów, które poddano zarówno analizie ilościowej, jak i jakościowej. Jak wynika z badania, polskie podcasty są nastawione zdecydowanie bardziej na merytoryczny przekaz niż rozrywkę. Są też tworzone przez ciekawe osobowości, które potrafią o swoich pasjach, często połączonych z aktywnością zawodową, interesująco opowiadać.

Podcasting in Poland: Test Analysis of the Phenomenon

Summary

Podcasting in Polish culture is a relatively new and little-known phenomenon. However, there has been increased interest in this kind of activity. The authors of the article analysed the activities of podcasters invited to the Polcaster conference, which is a periodically-organized event aimed at integrating this community. The research conducted between 2017 and 2018 was based on 19 podcasts, which were subject to both quantitative and qualitative analysis. According to the survey, Polish podcasts are much more focused on content-related programmes than entertainment. They are also created by interesting personalities who are able to talk about their passions, often combined with professional activity.