*Конференция «Ломоносов-2024»*

Секция «Массмедиа в России и мире»

**Технология подкастинга в просветительском проекте: структурно-функциональный анализ**

**Научный руководитель – Кузнецова Елена Игоревна**

***Зайцев Михаил Петрович***

*Студент (магистр)*

Нижегородский государственный лингвистический университет имени
Н.А. Добролюбова, Институт русского языка, кафедра Международной журналистики,
Нижний Новгород, Россия

*E-mail: zmikhail3g@mail.ru*

В современном глобализирующемся мире происходит переход классических средств массовой информации в цифровое пространство. Актуальность исследования определяется процессом конвергенции СМИ. Появляются новые технологии, позволяющие открыть новые возможности во взаимодействии аудитории
с журналистскими материалами. В этом ряду выделяется технология подкастинга.

Предметом является просветительская функция подкаст как нового медиаформата.

Цель – изучение места подкаста как формы взаимодействия аудитории
в информационной политике редакции.

В научных исследованиях вопросом изучения подкаста в разное время занимались Воинова Е.А. [2], Журавлева А.А.[3], Круглова Л.А.[4, 5], Мамедов Д.З.[5], Сивякова Е.В.[2], и другие. Вместе с тем подкаст является развивающимся форматом, что требует дальнейшего изучения.

Подкастинг характеризуется исследователями, как технология, позволяющая создавать контент с последующей возможностью архивации и дальнейшего прослушивания. Формат контента, созданного при помощи данной технологии, называется соответственно подкастом. Он осуществляет запрос на нарративное повествование и играет роль нового способа отношения с аудиторией. Подкасты, как
и любая радиопрограмма, выполняют информационную, образовательную, развлекательную и другие функции. Они часто создаются с образовательной целью. Информационно-аналитическая направленность материала предполагает активное включение аудитории в его прослушивание и является одной из сильных сторон подкастингового вещания. А возможность сохранения материалов позволяет аудитории возвращаться ещё и ещё раз вновь обратиться к внутреннему содержанию материала,
к его сложным смысловым структурам. В этом преимущество подкастов перед прямым эфиром на радио.

Подкаст используется как формат контента просветительского медиапроекта. Такой тип ресурсов призван выполнять просветительскую функцию журналистики. Его главная задача – в доступной форме распространить знания из разных областей науки, культуры и искусства. Помимо этого в функционально-целевое назначение просветительского ресурса входят: формирование научного и культурного знания населения, распространение культурных ценностей, содействие установлению контактов между деятелями разных областей науки и другие. К этой группе ресурсов относятся научно-просветительские, культурно-просветительские, духовно-просветительские и литературно-художественные интернет-медиа. Принимая во внимание сильные стороны подкаста, можно сказать, что он является одним из самых подходящих форматов контента для реализации просветительской функции. Было решено проанализировать этот факт на примере подкастов радиостанции «Маяк».

Для анализа был взят подкаст «100 минут». Его эпизоды посвящены разнообразной тематике и объединены в группы. Каждый месяц выходит новая серия выпусков, посвященных конкретной теме: фотография, архетипы в искусстве, детские писатели, русская орфография и другие. В среднем каждая группа подкастов содержит 5-6 выпусков. Часто они представляют из себя интервью со специалистами в конкретной области. Живое взаимодействие ведущих и специалиста позволяет активнее привлечь аудиторию к прослушиванию. Слушатель ощущает себя частью данной беседы.
А возможность прослушать и сохранить публикуемые подкасты в любое время и из любой точки позволяет слушателям эффективно усваивать информацию. Подкаст регулярно обновляется. Для сравнения: на начало 2022 года подкаст содержал в себе 351 эпизод. На февраль 2023 года – 755 эпизодов. Старые выпуски сохраняются, что позволяет слушателям вновь вернуться к прослушиванию и даже сохранить их себе.

Заинтересовать слушателей позволяет также хорошая визуальная часть. Каждый подкаст имеет уникальное тематическое оформление – изображение, привязанное к его теме. Изображения некоторых подкастов отличаются простотой и цветовой монотонностью. У подкаста «100 минут» - это название самого подкаста, на черном фоне. Число стилизовано под счетчик времени, устанавливаемый в таймере мобильного телефона. Есть другие примеры: так, изображение для «Встречи с интересным человеком» представляет собой рукопожатие, что уже настраивает нас на прослушивание беседы. Цветовые тона выбраны спокойные, что ориентирует потребителя не только на познавательное, но и успокаивающее прослушивание. Аватар подкаста «Любимец публики» представляет собой название на черном фоне, подсвеченное софитами. Этот приём намекает нам на то, что интервьюируемый действительно является любимцем большого числа людей, а значит, гарантировано интересное прослушивание. «Города и Герои» имеет символический аватар. На красном фоне изображены надпись золотого цвета и звезда героя. Это придаёт подкасту эффект исторической значимости, соответственно, его содержание будет полезно для слушателя.

Таким образом, можно сделать вывод, что технология подкастинга позволила редакционным структурам, определяющим информационную политику, в частности формы взаимодействия с аудиторией журналистов в Интернете, создавать контент в таком формате, который эффективнее всего будет реализовывать просветительскую функцию журналистики. Исследователи тем не менее отмечают, что формирование жанрово-форматной системы просветительских медиа еще не завершено, в настоящее время идет процесс поиска новых, наиболее эффективных форм представления информации. Но уже прослеживается тенденция использования подкаста как ведущего формата просветительского контента.

**Источники и литература**

1. Белова, Т. Е., Чередниченко, Л. В. Функционально-типологические особенности просветительских медиа // отв. ред. доц. Л. В. Чередниченко. – Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2018. - С. 123.
2. Воинова Е.А., Сивякова Е.В. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды // Социально-гуманитарные знания. 2018. №12. С. 107.
3. Журавлева А. А. Подкастинговое вещание: структура, жанрово-тематическое разнообразие, особенности развития в социальной сети ВКонтакте // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. №1 (35). – С. 112.
4. Круглова Л. А. Российские аудиоподкасты: становление и специфика развития // МедиаАльманах. 2018. № 1 (84). С. 89–101.
5. Круглова Л. А., Мамедов Д. З. Проблемы подкастинга в России // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2021. Т. 20, № 6: Журналистика. С. 156–167.
6. Плотников В.А., Шамина О.А. Медиапроект: понятие, особенности, аспекты управления качеством // Управленческое консультирование. 2022. № 9. С. 134–144.