



УДК 81'33.371.2

ПОДКАСТ КАК НОВЫЙ ФЕНОМЕН ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ: ОБЩИЙ АНАЛИЗ ФАКТОРОВ СОДЕРЖАНИЯ, ФОРМЫ И АДРЕСАТА

С.В. Ускова (Красноярск, Россия)

Д.А. Казаков (Красноярск, Россия)

Аннотация

Постановка проблемы. В статье исследуются вопросы формирования контента образовательных подкастов российских университетов в сравнении с популярными подкастами блогеров. Анализируются форматы, подача материала и вовлеченность аудитории проектов, а также выявляются причины ограниченной популярности образовательных подкастов и преимущества блогерских инициатив.

Цель статьи – выявление специфики формирования контента с учетом особенностей восприятия молодежью образовательных подкастов.

Авторами произведен *обзор научной литературы* по направлениям исследований подкастинга в России: развитие и классификация подкастов, коммуникативные стратегии подкастов, специфика подкаста как нового формата публичной коммуникации и формы предъявления контента в условиях цифровой медиасреды, формирование их жанровой системы, использование подкаста как образовательной технологии.

Методы исследования. Используются сопоставительный анализ, а также метод пофакторного анализа коммуникативно-речевой составляющей подкаста.

В результате исследования получены выводы, что образовательные подкасты обладают высоким качеством контента и академической направленностью, однако уступают блогерским проектам в плане массовой вовлеченности, так как академический стиль и ограниченная дистрибуция сдерживают их популярность, тогда как харизма ведущих и адаптация к интересам аудитории являются основными факторами успеха блогерских инициатив.

Выводы. Перспективы развития образовательных подкастов связаны с их способностью интегрироваться в цифровую культуру молодежи. Дальнейшее внедрение мультимедийных форматов, усиление взаимодействия со слушателями и использование опыта блогерских проектов могут сделать подкасты вузов не только инструментом обучения, но и средством популяризации науки среди широкой аудитории.

Ключевые слова: *подкаст, образовательные подкасты, контент, медиaprостранство, контент-стратегии.*

Постановка проблемы. Одной из актуальных форм современной публичной образовательной коммуникации являются подкасты. Они способствуют привлечению внимания аудитории и являются инструментом выстраивания отношений между разными целевыми аудиториями через совместное обсуждение актуальной повестки. В этом случае реализуется модель обучения

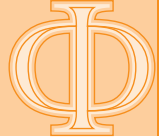
с активным привлечением всех сторон учебного процесса, когда реципиент становится причастным событию. Молодые люди являются активной аудиторией цифровых медиа, в связи с чем изучение специфики формирования контента позволяет адаптировать материалы для повышения эффективности их восприятия. Изучение приемов создания образовательных подкастов способствует развитию новых методик обучения и интеграции современных технологий в образовательный процесс.

Обзор научной литературы по проблеме. В настоящее время вопрос подкастинга как медиапродукта, несмотря на относительную новизну данного явления в России, достаточно широко освещается. Среди обсуждаемых вопросов: развитие и классификация подкастов [Ибрагимов, 2021; Круглова, 2024], коммуникативные стратегии подкастов [Барашкина, Горшкова, Лабутина, 2021], специфика подкаста как нового формата публичной коммуникации и формы предъявления контента в условиях цифровой медиасреды [Воинова, Сивякова, 2018; Ануфриева, 2022; Шутова Е.А., 2023; Миньяр-Белоручева, Сергиенко, 2021; Горошевский, Ускова, 2022], формирование их жанровой системы [Манскова, Манскова, 2022], использование подкаста как образовательной технологии [Евтюгина, Волкова, 2020; Осипова, Осипов, 2023; Романенко, Макарьева, 2023; Сахарова, Фадеева, 2021].

Цель статьи – выявление специфики формирования контента с учетом особенностей восприятия молодежью образовательных подкастов.

Материалы и методы. В ходе исследования был проведен сопоставительный анализ контента образовательных подкастов «ЛУЧ» Высшей школы экономики (ВШЭ), «Учи меня, учи» Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики (ИТМО), «LomCast» Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова (МГУ) и «Аэрозвук» Сибирского государственного университета науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева (СибГУ им. М.Ф. Решетнева), развлекательных подкастов популярных блогеров «Дневники Лоры Палны», «У Холмов Есть Подкаст», а также подкастов на каналах FrameTamer и «Джарахов». В статье представлен общий анализ трех жанрообразующих и – шире – коммуникативных факторов структуры подкаста: факторов «содержания», «адресата» и «формы», предложенных в свое время Т.В. Шмелевой [Шмелева, 1997]. С учетом специфики материала данные понятия использованы здесь в расширительном значении в границах терминологических словосочетаний: «содержание» → «контекстное содержание/«контент», «адресат» → «адресная аудитория», «подписчики», «форма» → «формальная организация/«формат» соответственно.

Результаты анализа. В современном медиaprостранстве подкасты представляют собой цифровые аудио- или видеозаписи, доступные для прослушивания или просмотра через интернет. Они охватывают широкий спектр тем и форматов, предоставляя пользователям возможность выбирать контент в соответствии с личными интересами. Термин «подкаст» возник из сочетания слов iPod



(популярный медиаплеер) и broadcasting (эфирное вещание), транслируя концепцию персонального радиовещания. С течением времени подкасты стали доступными на различных платформах и устройствах, что способствовало их массовому распространению.

Подкасты обладают рядом ключевых характеристик, которые определяют их популярность и функциональность. Одним из важнейших аспектов является их доступность, позволяющая пользователям прослушивать или просматривать контент в любое удобное время и в удобном месте при наличии подключения к интернету. Еще одной характерной чертой подкастов является разнообразие контента: они охватывают широкий спектр тем – от развлекательных до образовательных и профессионально ориентированных. Важную роль играет и персонализация медиапотребления, поскольку пользователи могут подписываться на интересные их подкасты и получать обновления, формируя индивидуальные медиапредпочтения. Кроме того, подкасты обладают элементами интерактивности, поскольку многие из них предполагают взаимодействие с аудиторией через комментарии и социальные сети, что повышает уровень вовлеченности слушателей.

В современном медиaprостранстве подкасты стали важным инструментом передачи информации и знаний. В данном исследовании остановимся на образовательных подкастах, направленных на обучение и развитие слушателей, и популярных подкастах блогеров, ориентированных на развлекательный контент и личные истории. Сравнение этих двух типов подкастов позволяет выявить их особенности и определить предпочтения молодежной аудитории. В образовательной сфере подкасты используются как инструмент повышения квалификации и самообразования. Они позволяют преподавателям и студентам получать актуальную информацию, развивать профессиональные навыки и расширять кругозор. Подкасты обладают рядом преимуществ, включая мультимедийность, доступность и актуальность, что делает их ценным ресурсом в образовательном процессе [Гулегина, Юсупова, 2023, с. 34].

Образовательные подкасты представляют собой специализированные аудио- или видеоматериалы, предназначенные для передачи знаний и развития навыков у слушателей. Применение подкастов в образовательном процессе способствует повышению мотивации студентов, развитию навыков и углублению понимания изучаемых тем [Осипова, Осипов, 2023, с. 33].

Образовательные подкасты создаются с целью передачи учебного материала, углубления знаний и развития навыков слушателей. Они часто используются в учебных заведениях как дополнительный ресурс для самостоятельной работы студентов, способствуя развитию профессиональных компетенций и индивидуальных образовательных траекторий. Кроме того, подкасты являются «эффективным инструментом цифровизации языкового образования, способствуя развитию коммуникативных навыков обучающихся» [Миньяр-Белоручева, Сергиенко, 2021, с. 45]. Подача материала в образовательных подкастах четко

структурирована и зачастую формализована, сам же материал направлен на изучение специализированных дисциплин и узкопрофильных тем.

Подкасты блогеров используют более свободный и динамичный формат, включающий элементы юмора и интерактивное взаимодействие с аудиторией. Этот стиль делает контент более доступным и привлекательным для молодежи, способствуя расширению аудитории и повышению вовлеченности слушателей. С другой стороны, популярные подкасты блогеров ориентированы на развлекательный контент, обсуждение актуальных тем, личных историй и опыта. Они часто характеризуются неформальным стилем подачи материала и стремятся установить эмоциональную связь с аудиторией.

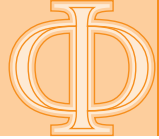
Сравнительный анализ образовательных подкастов и популярных подкастов блогеров выявляет различия в целях и формате. Для повышения привлекательности образовательных подкастов среди молодежи рекомендуется учитывать предпочтения слушателей, внедряя более гибкие и интерактивные подходы к подаче материала, сохраняя при этом высокое качество и глубину содержания.

В последние годы российские университеты активно используют формат подкастов для расширения образовательного пространства и взаимодействия со студентами и широкой аудиторией. Рассмотрим четыре таких проекта: «ЛУЧ» ВШЭ, «Учи меня, учи» Университета ИТМО, «LomCast» / Подкаст о поступлении и науке МГУ и «Аэрозвук» СибГУ им. М.Ф. Решетнева.

Подкаст «ЛУЧ» ВШЭ представляет собой аудиоформат, посвященный вопросам благотворительности и инклюзии. Контент построен на интервью с экспертами и обсуждении социальных инициатив (например, *Русский жестовый язык*; *«Антон тут рядом» и принятие аутизма*, *Донорство крови и костного мозга* и пр.). Начиная с 2022 г. всего выпущено 39 эпизодов. В сообществе в ВКонтакте ВШЭ насчитывается 229 тысяч подписчиков, что потенциально расширяет охват аудитории подкаста. Проект стал номинантом Премии Рунета-2023 в категории «Образование и знания», что свидетельствует о его значимости в медиaprостранстве.

Подкаст «Учи меня, учи» ИТМО ориентирован на обсуждение современных образовательных практик (например, *В будущее возьмут не всех: чему мне научиться? Из бизнеса в преподаватели: как и зачем?*). Ведущими являются А. Комолов и Д. Козлова. Анонсирование выпусков осуществляется через официальный новостной портал университета, что способствует вовлечению студенческой аудитории. В сообществе ИТМО в ВКонтакте насчитывается 94 тысячи подписчиков.

Подкаст LomCast МГУ представляет собой видеопроект, посвященный вопросам науки, культуры и студенческой жизни (например, *интервью с деканами факультетов МГУ «Палитра факультетов МГУ»*). Он также представлен в сообществе Lomonosov Records в ВКонтакте, которое насчитывает 3,6 тысячи подписчиков.



Подкаст «Аэрозвук» СибГУ им. М.Ф. Решетнева – проект студенческой студии «Аэрозвук», которая организует и записывает встречи с представителями различных профессий и сфер деятельности. В выпусках участвуют как ученые и инженеры, так и музыканты, путешественники и предприниматели, что делает его мультидисциплинарным. Контент включает интервью и дискуссии, направленные на обмен опытом и профессиональными знаниями (например, *подкаст о подводном спорте и тренерской работе с деканом факультета физической культуры и спорта СибГУ; интервью с руководителем пресс-службы компании «РУСАЛ Красноярск»; подкаст с рок-музыкантом, основателем группы «Место Свободы»*). Платформами распространения являются Telegram-канал AeroSound (69 подписчиков) и сообщество ВКонтакте (около 153 подписчиков). Подкаст ориентирован преимущественно на студенческую аудиторию.

Сравнение образовательных подкастов позволяет выделить их ключевые аспекты. «ЛУЧ» (ВШЭ) и «Учи меня, учи» (ИТМО) демонстрируют наибольший потенциальный охват аудитории благодаря интеграции с крупными университетскими сообществами, тогда как «Аэрозвук» и LomCast ориентированы на более узкую целевую аудиторию. Важным элементом является, кроме того, реализуемая контент-стратегия: «ЛУЧ» имеет социальную направленность, «Аэрозвук» освещает профессиональную тематику, а LomCast и «Учи меня, учи» охватывают широкий круг тем.

Для анализа популярных подкастов блогеров выбраны востребованные среди молодежи проекты со значительной аудиторией и активностью в цифровом пространстве. В рамках данного исследования рассматриваются четыре подкаста: «Дневники Лоры Палны», «У Холмов Есть Подкаст», подкаст на канале FrameTamer (не имеет специального названия) и «Подкаст № 1» на канале «Джарахов». Эти проекты представляют разнообразие тематик и подходов к созданию контента, что делает их репрезентативными примерами молодежной подкаст-культуры в России.

«Дневники Лоры Палны» представляют собой аудиопроjekt в жанре трюк-райм, созданный студией «Терменвокс» и ведущими М. Погребняк и М. Лебедевым. Контент демонстрирует глубокую проработку материала, включая психологические аспекты преступлений и исторические детали, что делает его информационно насыщенным (например, подкасты «*Кто убил Листьева?*», «*Дело сестер Хачатурян: новый поворот в судебном процессе*»). Используется разговорный стиль, который сочетает серьезность с элементами черного юмора. Допускается использование сленга. Ср., *Пока Маша и Митя типа отдыхают от основного сезона (а точнее, пропадают на открытых записях и снимают видосы)* – «Дневники Лоры Палны» презентуют новый, да что уж там, **ЭЭЭкспериментальный формат для подподписочного межсезонья! Рецепт простой. Берем спорную тему, добавляем жутких историй, шинкуем факты, сдабриваем общечеловеческой мерзостью – и получаем густой, жирный, наваристый... срач. Приятного аппетита!** (в данной части текста присутствует сленг, черный юмор). В сегодняшнем эпизоде под подпиской речь пойдет о братьях наших меньших, которые

ведут себя совсем не как братья. Об искалеченных и отнятых детских жизнях, о приютах и промзонах, о догхантерах и кастрюльщицах (вторая часть анализируемого текста находится в рамках разговорного стиля). И, конечно же, все так же о нас с вами (https://vk.com/lorapalna?z=photo-194464469_457243461%2Fceda30a164fa79b6a2). В ВКонтakte у подкаста насчитывается более 60 тысяч подписчиков, в Telegram – около 6 тысяч, а на хостинге YouTube некоторые эпизоды набирают до 5 тысяч просмотров, что свидетельствует о его широкой популярности среди молодежи, интересующейся криминальными историями.

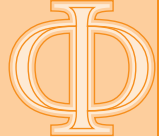
«У Холмов Есть Подкаст», созданный Т. и В. Назаровыми, также записан в жанре тру-крайм, но с комедийной подачей. Подкаст доступен преимущественно в аудиоформате на ВКонтakte, Telegram, Яндекс.Музыке, Mave Digital и YouTube. Контент включает разбор криминальных случаев с элементами юмора, что делает его легким для восприятия (*1000 способов умереть в Техасе, Карьеристки, Чужой папа* и др.). Стиль подачи разговорный непринужденный, что усиливает эмоциональную связь с аудиторией, например: *В этом эпизоде У Холмов Есть Подкаст – кейс из австралийского Труро. Мы расскажем историю семи девушек, которые так и не вернулись домой – потому что их позвал подвезти от автобусной остановки серийник Кристофер Робин Уоррел. Но он действовал не один. Во всем ему помогал его напарник* (https://vk.com/uholmov?w=wall-186229308_5515). В ВКонтakte подкаст имеет 21 тысячу подписчиков, в Telegram – около 19 тысяч, а на YouTube – количество просмотров материалов до 2 тысяч просмотров, что для аудиформата, представленного на видеоплатформе, показатель высокого уровня вовлеченности молодежной аудитории.

Подкаст FrameTamer выходит в видеоформате на YouTube, ВКонтakte, Telegram и Twitch. Его контент – это сочетание развлекательных тем и бесед с приглашенными гостями о поп-культуре, видеоиграх, личных историях ведущего, что соответствует формату интервью или непринужденной дискуссии; см. фрагмент из подкаста:

Ведущий: Испытываешь ли ты такие моменты, когда думаешь: «Ну все, я больше не могу?» В какие-то пиковые моменты?

Гость: У меня недавно было выгорание. Я не скажу, что это было прям сильное выгорание, но было так, что я садился, понимал, что нужно написать сценарий, рекламный сценарий, и просто не мог. Думаю: «Я не хочу сейчас, не могу». Сейчас такого нет, наоборот, это меня «бустит». Но это, наверное, потому, что это все только недавно началось, что меня начали звать куда-то. А если я проживу так год-другой, что было бы неплохо, может, это и начнет стимулировать мое выгорание.

Данный отрывок демонстрирует разговорный непринужденный стиль общения. На канале YouTube насчитывается около 670 тысяч подписчиков с просмотрами эпизодов до 3 миллионов, в ВКонтakte – около 280 тысяч подписчиков, а в Telegram – около 550 тысяч, что указывает на стабильную популярность и глубокую вовлеченность молодежной аудитории в тематику сюжетов.



«Подкаст № 1» блогера Эльдара Джарахова выпускается преимущественно в видеоформате на YouTube с дополнительным присутствием в ВКонтакте и Telegram. Выпуски построены на обсуждении трендов, лайфстайла как в форме монолога, так и интервью. Контент ориентирован на массовую аудиторию, модус подачи энергичный и развлекательный, что соответствует имиджу ведущего: *Как юмор становится работой, от которой устаешь; Сеанс с психологом, который изменит твою жизнь; Как из пацана прокачаться в мужчину и не стать скуфом*. Стиль – литературный разговорный с элементами сленга. На канале YouTube имеет 4,2 миллиона подписчиков, эпизоды подкаста набирают от 200 тысяч до 2,5 миллиона просмотров, в ВКонтакте – около 516 тысяч подписчиков, а в Telegram – 114 тысяч, что свидетельствует о популярности подкаста.

Анализ демонстрирует, что популярные подкасты блогеров отличаются разнообразием форматов и высоким уровнем вовлеченности аудитории, обусловленным сочетанием развлекательной подачи, качественного исполнения и активного присутствия на популярных платформах. Эти характеристики делают их заметным явлением в молодежной культуре России. «Дневники Лоры Палны» выстроены в формате жанра тру-крайм, предлагая слушателям детальный разбор реальных преступлений с элементами журналистского расследования; в подкасте используется исключительно аудиоформат. Жанровая специфика подкаста «У Холмов Есть Подкаст» также тру-крайм, но с элементами комедии. Подкаст на канале FrameTamer выпускается в формате видеоинтервью. «Подкаст № 1» строится в видеоформате с приглашением гостей для проведения бесед, что усиливает его развлекательный характер.

Причины популярности блогерских подкастов кроются в их развлекательной направленности, адаптации материалов к интересам молодежи и широком использовании видеоконтента, который усиливает визуальное восприятие. Эмоциональная подача и харизма ведущих создают ощущение близости со слушателями, тогда как образовательные подкасты, несмотря на высокое качество контента, часто остаются нишевыми вследствие использования при подаче материала академического подхода и элементов научного стиля.

Таким образом, блогерские подкасты выигрывают за счет разнообразия форматов и доступности, в то время как образовательные проекты сохраняют ценность для целевой аудитории, ориентированной на знания.

Для повышения привлекательности образовательных подкастов на фоне популярных блогерских проектов требуется трансформация преподнесения материала, в том числе языкового. Анализ образовательных подкастов «ЛУЧ», «Учи меня, учи», LomCast и «Аэрозвук», показывает, что их текущие форматы ориентированы преимущественно на студенческую аудиторию, однако недостаточно используют мультимедийные возможности. Интеграция мультимедийных элементов представляет собой перспективное направление для улучшения данных проектов. Переход от аудиоформата, характерного для «ЛУЧ» и «Учи меня, учи», к комбинированному использованию аудио- и видеоконтента, как это

реализовано в LomCast, может повысить визуальную привлекательность подкастов. Добавление видеосоставляющей, например коротких роликов с демонстрацией графиков, схем или интервью в студийной обстановке, позволяет усилить восприятие сложных тем, что особенно важно для образовательного контента. Опыт блогерских подкастов, таких как FrameTamer и «Подкаст № 1», демонстрирует, что видеоконтент значительно увеличивает вовлеченность аудитории благодаря сочетанию аудиовизуальных стимулов, что подтверждает целесообразность предлагаемого подхода.

Еще одним важным решением может стать использование интерактивных форм коммуникации, которые способны сделать образовательные подкасты более динамичными и ориентированными на взаимодействие со слушателями. Текущие проекты вузов, в частности «Аэрозвук» с его свободной беседой, могли бы дать аудитории возможность задавать вопросы ведущим на платформах социальных сетей (Telegram или ВКонтакте) с последующим их обсуждением в выпусках. Интеграция интерактивных элементов речевого взаимодействия, например онлайн-опросов или викторин, доступных через приложения или сайты университетов, позволила бы повысить вовлеченность студентов и создать обратную связь. Подобные подходы успешно применяются в блогерских подкастах. Например, «Джарахов» использует комментарии и другие способы реакции аудитории для формирования контента, что развивает ощущение сопричастности. Внедрение перечисленных коммуникативных форм и инструментов в образовательные подкасты требует минимальных ресурсов, но может существенно улучшить их восприятие молодежью, привыкшей к активному участию в цифровом контенте.

Эффективность образовательных подкастов в значительной степени зависит от их способности адаптироваться к предпочтениям молодежной аудитории, которая активно откликается на динамичный и доступный контент блогерских проектов.

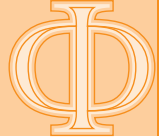
Одной из ключевых контентных стратегий является адаптация языка и стиля подачи к особенностям восприятия студентов и молодых слушателей.

Названные образовательные подкасты, такие как «ЛУЧ» и «Аэрозвук», неизменно демонстрируют профессиональный подход к предмету обсуждения, что ценно для передачи знаний, однако часто соотносено с усложненным изложением; см. например, фрагмент из выпуска подкаста «Луч»:

Даша: Мы хотим немного разобраться в том, что такое русский жестовый язык и по каким принципам он работает. Давай начнем с основ. Как правильно говорить: язык жестов или жестовый язык?

Тоня: Это отличный вопрос, и я хочу вам для начала соврать. Я хочу сказать, что правильно говорить «жестовый язык». Но на самом деле...

В рамках нашей темы правильно говорить «жестовый язык» или «русский жестовый язык», но это два разных понятия. Жестовый язык – это полноценная лингвистическая система. А язык жестов – это язык нашего тела. Это то, что в психологии называют открытой или закрытой позой.



Гости образовательных подкастов, как видно, часто придерживаются научно-образного стиля, что в совокупности с пространными репликами монологического характера снижает их конкурентоспособность в коммуникативном пространстве, занимаемом массовой молодежной аудиторией; показателен в этом отношении фрагмент из подкаста «Аэрозвук»: *Я просто думаю, что сейчас это еще не является **приоритетом** для вас... Ну, как правильнее сказать, чтобы **толерантно** звучало? Это **не приоритет** в ваших поисках информации. Сейчас у вас в **большей степени преобладают мысли** о том, как стать хорошим специалистом, овладеть навыками, а затем устроиться на работу с хорошей зарплатой. Это нормально, так и должно быть. Но на каком-то этапе вы все равно задумаетесь о том, что есть русский народ, что есть русская нация. Мы все **проходим через такие этапы**. Я надеюсь, что даже если студенты не сразу и не все поймут из моих лекций, но, может быть, спустя какое-то время вдруг вспомнятся мои слова. И это поможет им взглянуть на себя со стороны и лишний раз удивиться своей богатой культуре и тому, какой у них духовно богатый народ.*

Сопоставление образовательных подкастов с блогерскими, такими как «Дневники Лоры Палны» и FrameTamer, показывает, что использование разговорной речи, неформального тона и простых примеров эффективно для установления доверительной связи с аудиторией; ср. с предыдущими фрагмент из подкаста «У Холмов Есть Подкаст»: *Я читаю очень **классную** книгу под названием «Алая река», автор – Лис Мур. До этого читала ее «Лесного бога», и концовка мне не понравилась, но понравился ее язык и то, как она сделала персонажа – женщину-копа. Теперь читаю «Алую реку», и она вся про женщину-копа. А еще мне недавно прислали смешной **мем**. Там был скриншот агента Купера и подпись: «Не находите, что агент Купер – это low key пропаганда?» И кто-то ответил: «Да, но не очень удачная, потому что они ничего не раскрыли, никого не поймали, **куча народа погибла и сошла с ума за время этого расследования**».*

В этом отношении для общего контекста образовательных подкастов могло бы стать полезным сокращение количества сложных для понимания терминов и одновременное освоение элементов разговорного стиля, молодежного сленга или использование актуальных культурных отсылок. Стоит отметить, что «Аэрозвук» частично реализует данный подход, сохраняя при этом образовательную ценность материала:

Ведущая: Не так давно вы были на экскурсии по городу. Какие впечатления вообще от наших достопримечательностей? Может, побывали в интересных местах? Поделитесь, пожалуйста.

*Гость: Знаете, вообще-то я **вроде как** работник музея с 20-летним стажем и полагала, что имею некое представление о музеях, особенно краеведческих. Александра Григорьевна сводила меня в дом-усадьбу Сурикова, а сегодня утром я попала в музей Виктора Астафьева. Мне **дико понравились** эти музеи. Почему? Потому что видно, что коллектив **горит** своей работой. Как музейный работник я вам скажу: если коллектив не **горит** идеей, музей мертвый.*

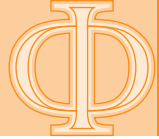
*А вот когда коллектив **вкладывается**, он всегда находит ресурсы, чтобы сохранить это достояние.*

Дополнительным способом повышения популярности образовательного подкаста является включение в его структуру элементов развлекательных жанров. Анализ блогерских проектов «У Холмов Есть Подкаст» и «Джарахов» выявляет успешное использование юмора как фактора удержания внимания слушателей; см. фрагмент из подкаста «Дневники Лоры Палны»: *Потом делом Кристин Смарт заинтересовался Крис Ламберт. Он не частный детектив, не журналист, не подкастер. Просто музыкант. Совершенно обычный человек. Он вспоминал, как однажды проезжал по дороге и увидел баннер: «**Разыскивается Кристин Смарт. Вознаграждение такое-то**». Почему-то это изображение въелось ему в голову. Когда вся эта история произошла, ему было всего восемь лет, но он запомнил ее на всю жизнь. Спустя годы он решил разобраться и понять, что же тогда случилось. Так появился его подкаст.*

Внедрение развлекательных жанров информативного типа, таких как короткие исторические анекдоты в «ЛУЧе» или интерактивные обсуждения с элементами импровизации в «Аэрозвуке», могло бы существенно оживить контент. Личные истории из FrameTamer вполне сопоставимы с рассказами из студенческой жизни или кейсами из практики преподавателей, которые, с точки зрения авторов статьи, органично вписываются в коммуникативное пространство образовательных подкастов. Такие изменения не только развивают интерес молодежи, но и позволяют ведущим и продюсерам образовательных подкастов учитывать лучшие достижения и стандарты массового контента, используя их эффективно – для сохранения и развития просветительской функции.

Как отмечалось выше, применение интерактивных и диалоговых коммуникативных стратегий для вовлечения слушателей в обсуждение выпуска подкаста является важной составляющей формирования контента. Блогерские подкасты, такие как FrameTamer и «У Холмов Есть Подкаст», успешно используют социальные сети, взаимодействуя с аудиторией посредством комментариев, опросов и прямых эфиров, обеспечивая высокий уровень ее вовлеченности. Образовательные подкасты могут перенять этот опыт, внедряя элементы геймификации, такие как конкурсы среди студентов с призами за лучший вопрос к ведущему или участие в обсуждении. Дополнительно стоит интегрировать подкасты в общее коммуникативное пространство университетов, например через рассылки в студенческих чатах, упоминание на лекциях или новостные порталы, как это уже частично реализует команда подкаста «Учи меня, учи» в ИТМО. Сотрудничество с популярными студенческими сообществами в ВКонтакте или привлечение известных личностей в качестве гостей, подсказанные практикой «Подкаста № 1», также способны повысить интерес к подкастам.

Выводы. В работе проанализированы жанровая специфика образовательных подкастов российских университетов и подкастов блогеров. Анализ показал их ключевые различия и потенциальные направления для развития первых



в условиях современного медиапространства. Редакционные и авторские коллективы образовательных подкастов, ориентированные на аудиторию студентов и сотрудников университетов, производят контент высокого качества, демонстрируют интересные аудио- и видеоформаты, однако стараются держаться в строгих рамках литературного языка, научного стиля и используют традиционный спектр жанров, ориентируясь преимущественно на интервью. Эти самоограничения сдерживают рост популярности образовательных подкастов, при том что харизма ведущих и адаптация к интересам молодой аудитории являются основными факторами успеха блогерских инициатив.

Использование элементов языка молодежной аудитории, разговорной стилистики в сочетании с академической глубиной содержания, как видится, помогут сделать образовательные подкасты более живыми и конкурентоспособными. Развитие образовательных подкастов связано с их интеграцией в цифровую культуру молодежи. Активное внедрение мультимедийных форматов, усиление взаимодействия со слушателями и использование опыта блогерских проектов в перспективе сделают подкасты не только инструментом обучения, но и средством популяризации науки.

Библиографический список

1. Ануфриева Г.В. Подкасты как новая дискурсивная практика русскоязычных масс-медиа // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. Т. 15, вып. 10. С. 3197–3201. DOI: <https://doi.org/10.30853/phil20220518/>
2. Барашкина Е.А., Горшкова Л.А., Лабутина В.В. Коммуникативные стратегии подкастинга // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 4 (42). С. 113–121. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-1041
3. Воинова Е.А., Сивякова Е.В. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды // Социально-гуманитарные знания. Российское ежемесячное научно-образовательное издание. 2018. № 12. С. 104–120. URL: <https://istina.msu.ru/publications/article/161481522/> (дата обращения: 30.04.2025).
4. Горошевский А.Н., Ускова С.В. Подкастинг в системе медиакommunikаций // Актуальные проблемы авиации и космонавтики: матер. VIII Междунар. науч.-практ. конф., посвященной Дню космонавтики: в 3 т. Красноярск: Сибирский гос. ун-т науки и технологий им. акад. М.Ф. Решетнева, 2022. Т. 3. С. 803–805. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49965149> (дата обращения: 30.04.2025).
5. Гулегина О.С., Юсупова К.Т. Образовательные подкасты как инструмент повышения квалификации // Медиа. Информация. Коммуникация. 2023. Т. 37, № 2. С. 29–37. URL: <http://mic.org.ru/vyp/37-2/37-2-gulegina.pdf> (дата обращения: 30.04.2025).
6. Евтюгина А.А., Волкова Л.Е. Подкасты как современные интерактивные аудиоматериалы в обучении русскому языку как иностранному // Новые информационные технологии в образовании и науке. 2020. № 3. С. 48–53. DOI: 10.17853/2587-6910-2020-03-48-53/

7. Ибраимов А.Г. Развитие и классификация подкастов // Информационно-компьютерные технологии в экономике, образовании и социальной сфере. 2021. № 1 (31). С. 140–147. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45677815> (дата обращения: 28. 04 2025).
8. Круглова Л.А. Трансформация понятия «подкастинг» в современном медийном пространстве // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: сб. тр. междунар. науч.-практ. конф. Белгород, 2024. С. 218–222. DOI: 10.21209/1996-7853-2024-19-3-126-135
9. Манскова Е.А., Манскова Е.Ю. Формирование жанровой системы подкастов: зарубежный и отечественный опыт // Медиаисследования. 2022. № 9. С. 262–270. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49494629> (дата обращения: 30.04.2025).
10. Миньяр-Белоручева А.П., Сергиенко П.И. Цифровизация языкового образования в контексте современной коммуникативистики на материале видеоподкастов // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. 2021. Т. 10, № 4. С. 43–48. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46470271> (дата обращения: 30.04.2025). DOI: <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2021-10-4-43-48>
11. Осипова Н.В., Осипов Л.А. Возможности применения подкастов для развития навыков аудирования и говорения при обучении китайскому языку // Russian Journal of Education and Psychology. 2023. Т. 14, № 2–1. С. 32–48. DOI: 10.12731/2658-4034-2023-14-2-32-48. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53760316> (дата обращения: 20.04.2025).
12. Романенко К.Р., Макарьева А.Ю. Стадитьюб: образовательные блогеры в экосистеме высшего образования // Высшее образование в России. 2023. Т. 32, № 4. С. 156–168. DOI: 10.31992/0869-3617-2023-32-4-156-168
13. Сахарова Е.В. Фадеева А.Д. Подкастинг как инструмент учебной деятельности // Огарев-Online. 2021. № 11 (164). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47373747> (дата обращения: 30.04.2025).
14. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов, 1997. С. 88–98.
15. Шутова Е.А. Подкаст: от дефиниции к перспективам исследования // Культура и технологии: электронный мультимедийный журнал. 2023. Т. 8, № 3. С. 152–160. URL: <https://cat.itmo.ru/ru/2023/v8-i3/434> (дата обращения: 30.04.2025).

Сведения об авторах

Ускова Светлана Викторовна – кандидат филологических наук, доцент кафедры общественных связей, Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева (Красноярск); e-mail: s_us78@mail.ru

Казаков Даниил Андреевич – студент, Сибирский государственный университет науки и технологий им. академика М.Ф. Решетнева (Красноярск); e-mail: i@danil-kazakov.ru

PODCAST AS A NEW PHENOMENON OF EDUCATIONAL COMMUNICATION: GENERAL ANALYSIS OF CONTENT, FORM AND ADDRESSEE FACTORS

S.V. Uskova (Krasnoyarsk, Russia)

D.A. Kazakov (Krasnoyarsk, Russia)

Abstract

Statement of the problem. The article examines the formation of the content of educational podcasts of Russian universities in comparison with popular blogger podcasts. The formats, presentation of material and audience involvement of the projects are analyzed, and the reasons for the limited popularity of educational podcasts and the advantages of blogging initiatives are identified.

The purpose of the article is to identify the specifics of content formation, taking into account the peculiarities of perception of educational podcasts by young people.

The authors reviewed the scientific literature on the areas of podcasting research in Russia: development and classification of podcasts, communication strategies of podcasts, the specifics of the podcast as a new format of public communication and form of content presentation in the digital media environment, the formation of their genre system, the use of the podcast as an educational technology.

Research methods. This work involves comparative analysis, the method of factor analysis of podcast as a speech genre.

As a result of the study, the conclusions were obtained that educational podcasts have high quality content and an academic focus, but are inferior to blogger projects in terms of mass involvement, since the academic style and limited distribution hinder their popularity, while the charisma of the hosts and adaptation to the interests of the audience are the main factors in the success of blogger initiatives.

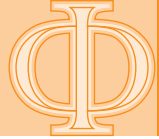
Conclusions. The prospects for the development of educational podcasts are related to their ability to integrate into the digital culture of young people. Further implementation of multimedia formats, increased interaction with listeners and the use of the experience of blogging projects can make university podcasts not only a teaching tool, but also a means of popularizing science among a wide audience.

Keywords: *podcasts, educational podcasts, content, media space, content strategies.*

References

1. Anufrieva G.V. Podcasts as a New Discursive Practice of Russian-Language Mass Media. In: *Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues [Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki]*. 2022, 15, 10, 3197–3201. DOI: <https://doi.org/10.30853/phil20220518>
2. Barashkina E.A., Gorshkova L.A., Labutina V.V. Communicative Strategies of Podcasting. In: *Znak: Problematic Field of Media Education [Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya]*. 2021, 4 (42), 113–121. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10413

3. Voinova E.A., Sivyakova E.V. Podcast as a New Format of Public Communication in the Digital Media Environment // *Social and Humanitarian Knowledge. Russian monthly scientific and educational publication* [Social'no-gumanitarnye znaniya. Rossijskoe ezhemesyachnoe nauchno-obrazovatel'noe izdanie]. 2018, 12, 104–120. URL: <https://istina.msu.ru/publications/article/161481522/> (accessed 30 April 2025).
4. Goroshevsky, A.N., Uskova S.V. Podcasting in the media communications system. In: *Actual problems of aviation and cosmonautics* [Aktual'nye problemy aviatsii i kosmonavtiki]. 3. Krasnoyarsk: Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, 2022, 803–805, URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49965149> (accessed 30 April 2025).
5. Gulegina O.S., Yusupova K.T. Educational podcasts as a tool for advanced training. In: *Media. Information. Communication* [Media. Informaciya. Kommunikaciya], 2023, 37, 2, 29–37. URL: <http://mic.org.ru/vyp/37-2/37-2-gulegina.pdf> (accessed 30 April 2025).
6. Evtyugina A.A., Volkova L.E. Podcasts as modern interactive audio materials in teaching Russian as a foreign language. In: *New information technologies in education and science* [Novye informacionnye tekhnologii v obrazovanii i nauke]. 2020, 3, 48–53. DOI:10.17853/2587-6910-2020-03-48-53/
7. Ibraimov A.G. Development and classification of podcasts. In: *Information and computer technologies in economics, education and social sphere* [Informacionno-komp'yuternye tekhnologii v ekonomike, obrazovanii i social'noj sfere]. 2021, 1 (31), 140–147. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45677815> (accessed: 28 April 2025).
8. Kruglova L.A. Transformation of the concept of “podcasting” in the modern media space. In: *Collection of works of the international scientific and practical conference “Discourse of modern mass media in the perspective of theory, social practice and education”* [Sbornik trudov mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii “Diskurs sovremennyh mass-media v perspektive teorii, social'noj praktiki i obrazovaniya”]. Belgorod, 2024, 218–222. DOI: 10.21209/1996-7853-2024-19-3-126-135
9. Manskova E.A., Manskova E.Yu. Formation of the genre system of podcasts: foreign and domestic experience. In: *Media research* [Mediaissledovaniya]. 2022, 9, 262–270. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49494629> (accessed 30 April 2025).
10. Minyar-Belorucheva A.P., Sergienko P.I. Digitalization of language education in the context of modern communication studies based on video podcasts/ in: *Research and Development. Modern communication studies* [Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Sovremennaya kommunikativistika]. 2021, 10. 4, 43–48. DOI: <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2021-10-4-43-48>. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46470271> (accessed 30 April 2025).



11. Osipova N.V., Osipov L.A. Possibilities of using podcasts to develop listening and speaking skills in teaching Chinese. In: *Russian Journal of Education and Psychology [Russian Journal of Education and Psychology]*. 2023, 14, 2-1, 32–48. DOI: 10.12731/2658-4034-2023-14-2-32-48. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=53760316> (accessed 20 April 2025).
12. Romanenko K.R., Makaryeva A.Yu. StudiTube: educational bloggers in the higher education ecosystem. In: *Higher education in Russia [Vysshee obrazovanie v Rossii]*. 2023, 32. 4, 156–168. DOI: 10.31992/0869-3617-2023-32-4-156-168
13. Sakharova E.V., Fadeeva A.D. Podcasting as a tool for educational activities. In: *Ogaryov-Online [Ogaryov-Online]*. 2021, 11 (164), URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47373747> (accessed 30 April 2025).
14. Shmeleva T.V. Model of speech genre. In.: *Speech genres [Zhanry rechi]*. Saratov, 1997, 88–98.
15. Shutova E.A. Podcast: from definition to research prospects. In: *Culture and technology: electronic multimedia journal [Kul'tura i tekhnologii: elektronnyj mul'timedijnyj zhurnal]*. 2023, 8, 3, 152–160. URL: <https://cat.itmo.ru/ru/2023/v8-i3/434> (accessed 30 April 2025).

About the authors

Uskova, Svetlana V. – PhD (Philology), Associate Professor, Department of Public Relations, Siberian State University of Science and Technology named after Academician M.F. Reshetnev (Krasnoyarsk, Russia); e-mail: s_us78@mail.ru.

Kazakov, Daniil A. – BA Candidate, Siberian State University of Science and Technology named after Academician M.F. Reshetnev (Krasnoyarsk, Russia); e-mail: i@danil-kazakov.ru.