


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы Журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой

 Е.Г. Иващенко

« 10 » 06 2023г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Подкастинг в современных СМИ (на примере федеральных онлайн-изданий)

Исполнитель
студент группы 990-об

 15.06.2023
(подпись, дата)


Т.В. Морозова

Руководитель
доцент, канд. филол. наук

 15.06.2023
(подпись, дата)

Е.Г. Иващенко

Нормоконтроль

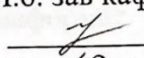
 16.06.2023
(подпись, дата)

А.Г. Сайфулина

Благовещенск 2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
И.о. зав кафедрой
 Е.Г. Иващенко
« 20 » 10 2022 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Морозовой
Татьяны Владимировны

1. Тема выпускной квалификационной работы: Торговля на платформе в социальных сетях
(на платформе федеральных агентств - Иркутский) (утверждена приказом от 15.03.2022 № 594-ук)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 15.06.2022

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: _____

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): 1. Торговля на новой платформе


2. Торговля в социальных сетях

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) _____

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания 10.10.2022

Руководитель выпускной квалификационной работы: Иващенко Е.Г., доцент канд. филос. наук.
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, учебное звание)

Задание принял к исполнению (дата): 10.10.2022 
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 61 с., 3 таблицы, 45 источников. ПОДКАСТ,
МЕДИАФОРМАТ, РАДИОЖУРНАЛИСТИКА, ВГТРК,
«СМОТРИМ», «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА»

В работе подкаст рассмотрен как новый медиаформат. Изучена радиожурналистика на современном этапе развития, а также сущность подкастинга как нового явления, связанного с радиожурналистикой. Помимо этого, изучен подкастинг в современных средствах массовой информации, а конкретно в информационном агентстве «РИА Новости», на мультимедийной онлайн-платформе «Смотрим» и радиостанции «Комсомольская правда»

Цель работы – изучение подкастинга в современных СМИ.

Основу методологии исследования составляют метод количественной обработки данных, контент-анализ, аналогия, сравнение и описание.

На основании этих методов был изучен подкаст как новый медиаформат в современных средствах массовой информации.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Подкаст как новый медиаформат	7
1.1 Радиожурналистика на современном этапе развития	7
1.2 Сущность подкастинга. Подкастинг и СМИ	14
2 Подкастинг в современных СМИ	23
2.1 Подкасты информационного агентства «РИА Новости»	23
2.2 Подкасты мультимедийной онлайн-платформы «Смотрим»	32
2.3 Подкасты радиостанции «Комсомольская правда»	40
Заключение	55
Библиографический список	57

ВВЕДЕНИЕ

Подкастинг – новое, малоизученное явление в сфере медиа. Его появление и развитие внесло значительные изменения в сферу радиожурналистики и дало сильный стимул для ее развития. Актуальность исследования связана с необходимостью дальнейшего изучения подкастинга как нового радиийного формата. Наше исследование может внести вклад в изучение данного вопроса.

Степень разработанности темы исследования представлена трудами российских и зарубежных исследователей. Историю радиожурналистики изучали О. В. Мурзина, А. В. Горохова. Ее современное состояние и перспективы развития рассмотрели Ю. В. Ключев, Г. В. Спиридонова, Е. Л. Вартанова и О. Р. Арсланова. Подкаст как новый формат коммуникации в условиях цифровой медиасреды и его отличительные признаки выделили С. С. Распопова, Т. А. Саблина, А. А. Журавлева, Е. А. Воинова, В. Ю. Баль, Л. А. Круглова, Э. Дил, Б. Хаммерсли, А. Карри и Д. Винер. Дж. Сапиро и В. Некрасова в своих работах классифицировали подкасты по жанровым и тематическим особенностям, а Л. А. Круглова занялась исследованием проблемных зон подкастинга.

Научная новизна данного исследования связана с тем, что сопоставительный анализ подкастов различных средств массовой информации ранее не проводился.

Объект выпускной квалификационной работы – подкаст как новый медиаформат.

Предметом исследования выступает подкастинг в современных средствах массовой информации.

Эмпирическую базу исследования составляют выпуски подкастов, опубликованные на сайте информационного агентства «РИА Новости», мультимедийной онлайн-платформе «Смотрим», а также на сайте радиостанции «Комсомольская правда» в период с февраля 2008 года по апрель 2023 года.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение подкастинга в современных СМИ.

В рамках данной цели решаются следующие задачи:

- изучить особенности развития радиожурналистики на современном этапе;
- определить сущность подкастинга, выявить соотношение подкастинга с радиожурналистикой и СМИ;
- исследовать подкасты информационного агентства «РИА Новости»;
- изучить подкасты мультимедийной онлайн-платформы «Смотрим»;
- проанализировать подкасты радиостанции «Комсомольская правда».

Методы исследования, использованные в работе: метод количественной обработки данных, контент-анализ, аналогия, сравнение и описание.

Теоретическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что данное исследование может послужить базой для дальнейшего изучения специфики подкастов.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что материалы данной работы, полученные выводы и знания возможно применить на практике для создания собственного подкаста, а также они помогут деятельности начинающих и практикующих журналистов.

Апробация работы производилась на двух научных конференциях: XIV Кирилло-Мефодиевских чтениях «Русский язык и медиакоммуникации в поликультурном регионе» (2022) и «Слово в пространстве текста» (2023). Также после конференции в 2023 году нами была написана научная статья «Литературные подкасты в СМИ», которая войдет в состав сборника материалов конференции «День науки АмГУ».

Структура выпускной квалификационной работы строится в соответствии с поставленными целями и задачами, включая в себя: реферат, содержание, введение, две главы, заключение и список литературы.

1 ПОДКАСТ КАК НОВЫЙ МЕДИАФОРМАТ

1.1 Радиожурналистика на современном этапе развития

С момента возникновения радио и радиовещания в целом, радиожурналистика претерпела множество изменений. Современные информационно-коммуникационные технологии как предоставляют радиожурналистике большие возможности для совершенствования контента, так и несут в себе вызов для сложившихся в течение многих лет методов работы. Одна из новых форм развития радиожурналистики и возможный вариант ее бытования – это подкасты.

Радиожурналистику можно рассматривать как в контексте системы средств массовой информации, так и в качестве самостоятельной системы. Как и любая система, радиовещание имеет внутренние взаимосвязи между компонентами, а также связь с внешней средой, ее условиями, в которых существует и от которых зависит.

Экономические условия, в которых проходило становление современной системы радиовещания в России тесно связаны непосредственно с развитием рыночных отношений в нашей стране. На настоящем этапе развития радиожурналистики наблюдается тенденция перехода на разные модели финансирования и формулированием новых трансформационных задач. Сегодняшняя экономическая база радиожурналистики складывается из: бюджетных и спонсорских средств, доходов от непрофильной коммерческой деятельности и рекламы¹.

В нашей стране существует три формы собственности: государственные радиостанции, полугосударственные и коммерческие.

Государственное радиовещание играет важнейшую роль в обеспечении конституционного права российских граждан на получение информации и приобщение к культурным ценностям. За счет этого они влияют на мировоззрение своей аудитории и являются инструментом воздействия на сознание человека.

¹ Раскатова Е. Р. Типологический анализ современного российского радиовещания. Тольятти, 2012. С. 5-6.

Полугосударственное и частное радиовещание строится на бюджетных и спонсорских средствах, а также за счет денег, поступивших в бюджет радиостанции благодаря рекламе. Подобные радиостанции призваны удовлетворять культурные, социальные, этнические, религиозные и другие потребности слушателей². Частные музыкальные вещатели достаточно часто переформатируются и ребрендируются, поскольку по определению являются коммерческими проектами и в нерентабельном состоянии не представляют интереса для любого собственника³.

Коммерческие станции нацелены на получение прибыли и ориентированы только на вещание тех типов программ, которые гарантируют привлечение больших аудиторий и новых слушателей⁴.

С одной стороны, развитие рыночных отношений способствовало резкому скачку роста негосударственных радиостанций, а с другой стороны – тяжелому экономическому положению государственных радиостанций. В этих условиях коммерческая деятельность для ряда радиостанций стала если не единственным, то основным источником дохода. Коммерческая деятельность подразумевает: сдачу в аренду площадей редакций, производство и размещение в эфире рекламы и организацию торговых предприятий. Также под влиянием экономических условий меняется и вещательная политика.

Жесткие условия выживания на радиорынке заставляют руководителей радиостанций отказываться от «неприбыльных» передач, прежде всего детских и литературно-музыкальных программ, радиоспектаклей. Взамен в программах вещания появляются передачи, производство и трансляция которых оплачиваются спонсорами. Чаще всего это заказные или игровые передачи.

Однако многие радиостанции не могут справиться с существующими экономическими трудностями и принимают решение о закрытии. Помимо экономических проблем, программную политику диктует и состояние общества. Культурологические и политические условия – образование, воспитание, со-

² Арсентьева Г. Л. Современное радиовещание России. Казань, 2016. С. 25.

³ Вартанова Е. Л. Медиасистема России. М., 2015. С. 166-167.

⁴ Шариков А. В. Государственное радиовещание в России: тренд на потерю влияния. М., 2019. С. 443.

здание новых духовных продуктов также включены в процесс производства радиопередач и проявляются в духовном обогащении личности и общества в целом⁵.

Помимо деления радиостанций по формам собственности, существует и разделение по формату вещания. А. А. Шерель под форматом понимает «концепцию радиостанции, включающую содержание, ритмы вещания, эстетические нормы программирования, манеру работы ведущих и другие специфические особенности организации передач, а также структурирование программных элементов в соответствии с потребностями целевой аудитории». Е. А. Егошкина выделяет следующие форматообразующие признаки:

- название программы;
- новостные сообщения;
- музыкальное оформление;
- структура;
- базовый жанр программы;
- вербальное оформление;
- работа ведущего (их количество и гендер);
- наличие и отсутствие гостя в студии⁶.

Одной из самых популярных является американская теория форматов, которая учитывает: возраст, гендер и социальный статус целевой аудитории, музыкальное оформление и работу ведущего. В общем виде можно выделить следующие типы вещания:

- информационный – отсутствие музыки в эфире, закольцованные выпуски новостей с постоянным обновлением информации и рекламными вставками;
- информационно-музыкальный – информация занимает большую часть эфира (70 %), музыке отводится меньше эфирного времени (30 %), формат приущ большинству государственным и некоммерческим частным радиостанциям;

⁵ Раскатова Е. Р. Типологический анализ современного российского радиовещания. С. 7.

⁶ Егошкина В. А. Формат радиостанций и форматообразующие признаки радиопрограмм. Омск, 2017. С. 61-68.

- музыкальные – количество информации не превышает 10-20 % эфирного времени.

Отдельно выделяется разговорный формат, который в последние годы набирает все большую популярность. В свою очередь он подразделяется на станции широкого профиля, информационные, деловые, развлекательные, культурно-просветительские, детские, спортивные, юмористические и т.д. На данный момент почти все российские радиостанции работают в смешанных форматах.

В настоящее время форматы подкастингового вещания совпадают с форматом радиовещания. Также мы заметили тенденцию: разговорные информационно-аналитические радиостанции закрываются, а на их место приходят подкасты этого же формата, что доказывает потребность аудитории в такого рода контенте. Подкасты в таком случае не смогут полностью заменить такие радиостанции, но как вариант существования таких программ он себя оправдывает. К тому же, темы, которые выбирают подкастеры (наука, политика, история, психология, литература, социология, культура, техника, криминал и так далее) зачастую не требуют оперативности, а, наоборот, нуждаются в более глубокой проработке.

На сайте Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций размещен официальный реестр лицензий на деятельность по телерадиовещанию. На данный момент (май 2023 года) в нем содержатся данные о 29 692 документах, разрешающих осуществлять данную деятельность⁷. Исходя из этого, мы можем сделать вывод, что данный сегмент медиасистемы, несмотря на трудности существования в нем, остается очень востребованным и многочисленным.

Перенасыщенность СМИ в данном сегменте медиасистемы влечет собой перенасыщение рекламного рынка, так как каждый стремится получить средства на существование. Процент поступлений денежных средств за счет рекла-

⁷ Реестр лицензий на деятельность по телерадиовещанию [Электронный ресурс] // rkn.gov.ru: офиц. сайт. 26.05.2023. URL: <https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/teleradio/> (дата обращения: 09.05.2023).

мы в бюджет радиовещательной организации в современном мире является достаточно большим, может достигать 90 % и более. Рекламодателями, которые выбирают радио в качестве канала коммуникации с аудиторией, традиционно становятся предприятия малого и среднего бизнеса. Крупнейшими товарными категориями становятся: недвижимость, автомобили, медицина, финансовые услуги, ритейл и связь. Совокупная доля радио на рекламном рынке России стабильно составляет около 4 %. При этом объемы рекламы распределяются между общенациональными и региональными вещателями почти поровну⁸.

Реклама на радио заказчики отдают предпочтение по нескольким причинам. Во-первых, запуск происходит оперативно и не требует множества усилий от рекламодателя. Во-вторых, это высокие охваты и низкая стоимость контакта с целевой аудиторией. В-третьих, благодаря знаниям о целевой аудитории радиостанции можно составить портрет потенциального потребителя услуги⁹.

Борьба за финансовый успех вынуждает радиостанции увеличивать объем вещания развлекательного контента и рекламы, тем самым вытесняя из эфира журналистские передачи и профессиональных радиожурналистов. Это влечет за собой к снижению ее достоверности информации и ухудшению ее качества.

Однако большая доля рекламы не отпугивает целевую аудиторию радио. В декабре 2022 директор «Русской Медиагруппы» Дмитрий Медников заявил, что россияне стали больше слушать радио. Наибольший прирост аудитории у новостных программ. Это обусловлено увеличением их эфирного времени, изменением повестки дня и повышением интереса к новостям. При этом развлекательные программы не теряют своей аудитории, а также увеличивают ее. Такой контент помогает людям отвлечься и расслабиться¹⁰.

Благодаря исследованию Mediascope за 2022 год стало известно, что в большей степени радио слушают мужчины – 55,5 %, женская аудитория – 44,5 %. Целевой аудиторией радио являются люди старше 60 лет (25,7 %), немного

⁸ Варганова Е. Л. Медиасистема России. С. 165-166.

⁹ Результаты исследования рекламной активности на радио [Электронный ресурс] // www.akarussia.ru: офиц. сайт. URL: https://www.akarussia.ru/files/docs/AKAR21_Radiometer.pdf (дата обращения: 09.05.2023).

¹⁰ Эксперт рассказал, что россияне стали больше слушать радио в 2022 году [Электронный ресурс] // tass.ru: офиц. сайт. URL: <https://tass.ru/obschestvo/16492001> (дата обращения: 09.05.2023).

меньше слушателей представлено в возрастной категории 30-39 лет (21,5 %). Большинство слушателей имеет высшее образование 58,6 %, среднее образование получили 35 %, а незаконченное среднее образование у 6,4 % слушателей. Значительная часть опрошенных работает (60,6 %). По социальному статусу представлены специалисты (22,1 %), пенсионеры (18,6 %), руководители (16,8 %), рабочие (11,8 %), студенты (8,6 %), служащие (7,6 %) и домохозяйки (5,3 %) ¹¹.

На Международной конференции «Радио в глобальной медиаконкуренции» Павел Мордаев, руководитель сектора поддержки сегмента радио Mediascope, рассказал, что 80 % россиян слушают радио хотя бы раз в неделю, 55 % – хотя бы раз в сутки. Больше всего радио слушают дома и в автомобиле. 36 % слушают радио онлайн ¹².

Динамика аудитории российского радио отражает общие демографические тенденции страны – слушатели в целом «стареют». При этом наиболее молодая аудитория все больше предпочитает альтернативные источники звукового контента и новые форматы – подкасты. В этих условиях станциям приходится форматироваться с учетом интересов тех слушателей, которые сохраняют лояльность к классическому радиовещанию. Помимо этого, появляются радиостанции, которые адресованы конкретной категории населения, что говорит о том, что с каждым годом возрастает ориентированность радиовещания на интересы и потребности слушателя.

Один из самых важных компонентов функционирования системы радиовещания – это техническая база. Развитие цифровых информационно-коммуникационных технологий как открывает перед радиожурналистикой новые возможности, так и создает угрозы. Появляются онлайн-сервисы, в том числе осуществляется интернет-вещание в режиме Audiostreaming. Также из-за

¹¹Аудитория радиостанций [Электронный ресурс] // mediascope.net: офиц. сайт. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/ea3/zu7140dfxgwvzb3n0431ygd2iz215y4/RI_22_02.pdf (дата обращения: 09.05.2023).

¹² Mediascope на Международной конференции «Радио в глобальной медиаконкуренции» [Электронный ресурс] // mediascope.net: офиц. сайт. URL: https://mediascope.net/news/1531250/?sphrase_id=250188 (дата обращения: 09.05.2023).

наличия множества звуковых потоков в глобальной сети радиостанции теряют свои аудитории. Особенно остро эту проблему ощущают музыкальные радиостанции, так как конкуренцию на рынке им составляют стриминговые аудиосервисы и площадки («Яндекс. Музыка», Apple Music, VK Музыка, Zvuk.com и другие)¹³. Также препятствует привлечению новых слушателей на радиостанции нелегальная дистрибуция и размещение музыкальных аудиозаписей на сторонних онлайн-сервисах, так как слушатели предпочитают использовать их вместо прослушивания радиоэфира.

Кроме того, помимо традиционного вещания в последние годы активно набирает обороты вещание на сайте радиостанций, социальных сетях, мобильных приложениях и мессенджерах. Однако уже сегодня у людей появилось больше возможностей в прослушивании радио. Радиостанции переходят на цифровой формат и распространяют свой контент не только по радиоволнам, но и через Интернет¹⁴. На данный момент Е. Варганова, декан факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова и специалист в области проблем медиаэкономики, выделяет четыре формы существования аудио в сети Интернет:

- простая ретрансляция эфира офлайн-радиостанции в Интернет («Русское Радио», «Маяк» и другие);
- вещание только в сети (портал 101.ru);
- сервис, использующий технологию аудиоскробблинга, которая способна анализировать музыкальные пристрастия пользователя и, опираясь на них, предлагать клиенту его личный поток аудиотреков («Яндекс. Радио»);
- подкастинг – технология, позволившая практически любому пользователю выкладывать в Интернет собственные аудиофайлы, а остальным – оперативно скачивать их посредством технологии RSS.

¹³ Варганова Е. Л. Медиаэкономика России. С. 167-168.

¹⁴ Шелопасова А. М. Сравнительный анализ вещания традиционных средств радиовещания и современных онлайн- платформ. М., 2021. С. 57.

Подкастинг позволил совместить интимность голосовой передачи информации, интерактивность блог-платформ и удобство портативных устройств, способных загружать и воспроизводить аудиофайлы¹⁵.

Современная радиожурналистика сейчас переживает непростой этап развития. Существующие форматы устаревают, появляется высокая конкуренция со стороны стриминговых сервисов, происходит перенасыщение рекламного рынка, радиостанции закрываются из-за нехватки средств на существование, целевая аудитория «стареет», а более молодая предпочитает альтернативные источники потребления звукового контента. Помимо этого, неблагоприятная экономическая ситуация и программная политика ставят творчество журналистов в жесткие рамки и вытесняет качественные проекты из-за рекламных программ, приносящих прибыль. Также технический прогресс вынуждает радиожурналистику адаптироваться под новые реалии, трансформироваться и искать новые формы вещания. Первостепенным в таком случае становится вопрос рентабельности и выживаемости на рынке¹⁶.

Все это способствует развитию нового медиаформата – подкаста, которые в последние годы набирает обороты в развитии и становится все более популярным, удобным и предпочтительным среди слушателей. Радиожурналистика продолжит существовать в будущем, но будет с каждым годом адаптироваться под влиянием технического прогресса и потребностей общества.

1.2 Сущность подкастинга. Подкастинг и СМИ

Подкастинг – это новый формат радиожурналистики, без которой сегодняшнее медийное пространство уже сложно представить, однако истоки подкастинга непосредственно связаны с высоким уровнем развития радиожурналистики.

Подкасты публикуют как сами СМИ, так и индивидуальные пользователи, среди которых много журналистов. Подобные блоги становятся примерами молодого поколения онлайн-медиа. У ведущих появляется возможность для ре-

¹⁵ Варганова Е. Л. Медиасистема России. С. 168-169.

¹⁶ Раскатова Е. Р. Типологический анализ современного российского радиовещания. С. 8.

ализации творческого потенциала и откровенного диалога со слушателем. Подкастер, как создатель контента, один делает то, что на радиостанциях традиционно создает большой штат профессионалов и одновременно выступает в качестве креатора, режиссера и редактора. Подкастингом зачастую начинают заниматься профессиональные радиоведущие и журналисты, которые раньше работали на эфирных радиостанциях, но в силу программной политики своего СМИ не могли сказать в эфире то, что хотели бы. Их опыт обеспечивает высокое качество продукта¹⁷.

Радиовещание является уникальным сегментом аудиальной культуры. Ясен Николаевич Засурский, заслуженный журналист Российской Федерации и декан факультета журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова (с 1965 года по 2007 год) утверждает: «Массовая коммуникация наиболее представлена сегодня радиовещанием, которое получило новые стимулы благодаря развитию спутниковой связи и Интернета, став сегодня практически вездесущим»¹⁸.

Одно из основных отличий радиовещания – это отсутствие визуального ряда и ориентированность на слуховое восприятие. Все это заставляет не только работать воображение слушателя, порождая в сознании аудитории образы и переживания, но и пробуждают ассоциации и представления. В этом плане радио дает гораздо больше свободы в создании образа, чем телевидение, где перед слушателем появляется уже готовая картинка – репродукция чужого мировоззрения, в следствие чего радио называют наиболее интеллектуальным каналом и видом СМИ¹⁹.

Второе отличие от других средств массовой информации – синхронность. Журнал человек может прочитать несколько в разные временные промежутки, это же касается и просмотра телевизионных программ (за исключением прямого эфира). Радио соревнуется со временем, ведь любое слово, произнесенное в

¹⁷ Витвинчук В. В. Особенности российских подкастов (по материалам издания «Meduza»). Барнаул, 2019. С. 544-546.

¹⁸ Ключев Ю. В. Радиожурналистика в социуме: ее современное состояние и прогноз. Санкт-Петербург, 2007. С. 109-114.

¹⁹ Горохова А. В. Возникновение радиовещания как средства массовой информации: первые теории развития радиовещания и его влияния на общество. 2011. М., С. 104-122.

эфире, становится свершившимся фактом, что дает преимущество в оперативности. Она позволяет даже неподготовленному слушателю вести диалог коммуникатором²⁰.

Третья особенность – распространенность. Из всех средств массовой информации радио является самым удобным для восприятия. Прослушивание радио зачастую не вынуждает аудиторию отказываться от повседневных, так как его можно совмещать и с делами по дому, и с производственной занятостью. 54 % слушателей радио – автомобилисты и их пассажиры (согласно данным исследования ВЦИОМ²¹, радио в автомобиле – единственно возможное СМИ, контактирующее с водителем в дороге, благодаря своему фоновому предназначению²².

Четвертая особенность – проникающая способность. Благодаря техническим новшествам, радио как средство массовой информации и вид искусства порождает новые формы вещания и синтезируя в своей практике существующие жанры журналистики, что определяет всепроникающую способность радио органично входить в повседневную жизнь аудитории и его универсальность как наиболее оперативного канала информирования слушателей.

Радиовещание в современной системе многостороннего информационного взаимодействия не только не утратило своей популярности, но и приобрело новые методы и формы деятельности (вещательные форматы). Благодаря Интернету радио получило мощный инструмент для расширения масштаба вещания, для дополнительного завоевания популярности слушателей, для воплощения своего организационно-структурного и профессионально-творческого потенциала²³.

Термин «подкаст» отличается некоторой размытостью определения в научной и справочной литературе. Существуют также разные точки зрения по поводу того, какой формат файлов называть подкастом: исключительно

²⁰ Спиридонова Г. В. Радио в глобальной медиаконкуренции. М., 2013. С. 25-27.

²¹ ВЦИОМ. Новости: Радио: любим, но не слушаем? [Электронный ресурс] // wciom.ru: офиц. сайт. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/radio-lyubim-no-ne-slushaem> (дата обращения: 27.05.2023).

²² Арсланова О. Р. Особенности современного информационного радиовещания в России. М., 2009. С. 45-49.

²³ Мурзина О. В. Радиожурналистика: учеб. пособие. М., 2021. С. 25.

аудиофайл или также видео, фото, текст. Это приводит введению в научных публикациях дополнительных уточняющих терминов²⁴.

Аудиоподкаст представляет собой формат, уходящий корнями в радиожурналистику, которая претерпевает существенные изменения в современной медиасреде. Согласно определению С. С. Распоповой и Т. А. Саблиной подкастинг – «это формат создания и распространения звуковой информации в сети интернет через внедрение мультимедиа-контента (аудио или видео) и RSS канал (веб-канал, позволяющий пользователям и приложениям получать доступ к обновлениям веб-сайтов в стандартизированном, машиночитаемом формате)»²⁵.

Э. Дил определяет подкастинг как «публикацию аудио или видео контента в Интернете как серию эпизодов на заданную тематику, при этом слушатели могут подписаться на рассылку данных эпизодов и получать их автоматически»²⁶.

На сайте компании Apple дана следующая трактовка понятия: это серия эпизодических программ, доставляемых подписчику через сеть Интернет с использованием технологии RSS. Издатель или вещатель подкастов формирует выпуски путём размещения эпизодов и документа XML на веб-сервер²⁷.

Оксфордский словарь по журналистике дает такое определение подкастинга – цифровая аудиозапись, которую пользователь может загрузить и затем прослушать на компьютере или мобильном устройстве, на свое усмотрение. Подкасты могут содержать радиопрограммы, используется газетами и журналами, чтобы добавить мультимедийную составляющую к своему бренду²⁸.

П. В. Сысоев трактует подкаст как «аудио или видеозапись, сделанная любым человеком и доступная для прослушивания или просмотра во всемир-

²⁴ Барашкина Е. А. Коммуникативные стратегии подкастинга. Самара, 2021. С. 113-121.

²⁵ Распопова С. С. Подкастинг: учеб. пособие для вузов. 2018. М., С.112.

²⁶ Deal A. A. Teaching with Technology White Paper. Podcasting. [Электронный ресурс] // www.cmu.edu: офиц. сайт. URL: http://www.cmu.edu/-teaching/technology/whitepapers/Podcasting_Jun07.pdf (дата обращения: 09.05.2023).

²⁷ Распопова С. С. Подкастинг: учеб. пособие для вузов. С. 112

²⁸ Там же. С. 112.

ной сети». Любой пользователь может посмотреть его в сети Интернет в любое удобное время, либо скачать на свой компьютер или любой другой гаджет²⁹.

Анализ нескольких определений термина показал наличие похожих характеристик. Эксперты сходятся во мнении, что подкаст имеет одну отличительную особенность – это размещение аудиозаписи в сети Интернет с использованием технологий RSS. Главной характеристикой подкастинга, которая отличает его от других способов передачи аудио, является возможность пользователя подписываться на его обновление. Помимо этого, в терминах встречаются понятия «эпизод» и «эпизодические программы», что обозначает цикличность выхода контента по определенной тематике. Также нет точного мнения по поводу того, только ли аудио или видео материалы могут являться подкастами. В настоящее время еще не сложилось единого понимания исследуемого явления, так как оно новое и еще не достигло пика своего развития.

В данном исследовании мы будем использовать определение С. С. Распоповой и Т. А. Саблиной, потому что оно является наиболее точным и ёмким, а также оптимально закрывает потребности работы.

В настоящее время форматы подкастингового вещания совпадают с форматом радиовещания. Также мы заметили тенденцию: разговорные информационно-аналитические радиостанции закрываются, а на их место приходят подкасты этого же формата, что доказывает потребность аудитории в такого рода контенте.

Подкасты публикуют как сами СМИ, так и индивидуальные пользователи, среди которых много журналистов. Подобные блоги становятся примерами молодого поколения онлайн-медиа. У ведущих появляется возможность для реализации творческого потенциала и откровенного диалога со слушателем. Подкастер, как создатель контента, один делает то, что на радиостанциях традиционно создает большой штат профессионалов и одновременно выступает в качестве креатора, режиссера и редактора. Подкастингом зачастую начинают заниматься профессиональные радиоведущие и журналисты, которые раньше рабо-

²⁹ Сысоев П. В. Подкасты в обучении иностранному языку. Тамбов, 2014. С. 189

тали на эфирных радиостанциях, но в силу программной политики своего СМИ не могли сказать в эфире то, что хотели бы. Их опыт обеспечивает высокое качество продукта³⁰.

Это дает еще одно преимущество – независимость автора и возможность слушателя выбрать именно то мнение и тот формат, который ему удобен. Подкаст, акцентируя общественную повестку, выводит слушателя на более широкий проблемный контекст³¹.

Подкасты – это новое явление, которое на данный момент эксперты пытаются осмыслить, описать и упорядочить. Современные отечественные и зарубежные исследователи предпринимают попытки классифицировать подкасты по тематическим и жанровым особенностям. Типология подкастов концентрируется на анализе жанровой палитры и тематических направлений данного формата.

Тематическую классификацию подкастов изложила Джулия Сапиро, руководителем платформы Radiotoria: info cast (информационный), back cast (прошлое), sequel cast (про истории), fan fiction cast (научная фантастика), chum cast (дружеский подкаст), crime cast (расследование преступлений)³².

Исходя из этой классификации можно сделать вывод, что наиболее востребованными, по мнению Дж. Сапиро, являются информационные, исторические, развлекательные подкасты, а также те, которые посвящены расследованиям преступлений. Все это свидетельствует о том, что начинают формироваться приоритеты как среди создателей контента, так и среди его слушателей.

Виктория Некрасова, преподаватель журналистики и литературного творчества, выделяет следующие жанры подкаста. Это документалистика, ток-шоу, комедия, аналитические передачи³³.

³⁰ Витвинчук В. В. Особенности российских подкастов (по материалам издания «Meduza»). Барнаул, 2019. С. 544.

³¹ Воинова Е. А. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды. М., 2018. С. 104-120

³² Баль В. Ю. Аудиокнига, аудиоподкаст, аудиосериал - новые форматы медиапространства. Томск, 2020. С. 56-63.

³³ Рябинина Е. В. Особенности подкастинга как способ представления информации. Хабаровск, 2020. С. 238-245.

Исходя из этого, мы можем заметить, что категория новостных подкастов отсутствует, зато сильно развита аналитика (документалистика и аналитические передачи) и развлекательные жанры (ток-шоу и комедии).

Эти две классификации не исключают друг друга, а наоборот дополняют, помогая создать наиболее полную жанрово-тематическую картину формата подкаст. Это связано с тем, что данный формат еще находится в стадии развития, что позволяет расширять и дополнять типологические основания.

Выразительные средства описал Александр Шерель, журналист и ведущий радионных программ. Изначально эта классификация была сформирована для радио, однако позднее стала применяться и при создании подкастов. Средства выразительности он разделил на группы: природные, формообразующие и стилеобразующие. К первой группе относятся речь, музыка, шумы и документальные записи. Ко второй – монтаж, звуковая мизансцена, голосовой грим и технические способности звукообразования. Монтаж является необходимым этапом при создании подкаста, так как он позволяет создать звуковое оформление – визитную карточку любого подкаста, которое позволит вызвать у слушателя нужные ассоциации³⁴.

Поэтому можно сделать вывод, что подкаст как соответствует особенностям радиожурналистики, так и имеет свои типологические особенности: ориентация на слуховое восприятие, синхронность, распространенность, проникающая способность, независимость автора и возможность слушателя выбирать формат, системность и многосерийность. Он не только наследует традиции радиожурналистики, но и продолжает развиваться, так как это очень длительный и сложный процесс, который будет продолжаться в ближайшие годы.

Исходя из того, что формат появился во время адаптации радиовещания под современные реалии в условиях технического прогресса, появилась необходимость в создании площадок и платформ, на которых у авторов появится возможность размещать контент, а у слушателей потреблять его.

³⁴ Шерель А. А. Радиожурналистика. М., 2000. С. 370.

На данный момент пользователям в России доступны такие сервисы для прослушивания подкастов, как «Яндекс.Музыка», «Apple Podcast», «Google Podcasts», «Castbox» и «Zvuk.com». Несмотря на то, что часть платформ является иностранными, слушателям доступны как русскоязычные, так и англоязычные подкасты. Помимо этого, авторы из стран, в которых также доступны эти платформы, могут публиковать контент на своем языке.

Все эти площадки работают по одному принципу: авторы выгружают свой контент, а аудитория выбирает понравившийся и подписывается на него. На всех сервисах работает система рекомендаций на основе предпочтений пользователя. Для тех, кто интересуется литературой и литературоведением, на этих платформах размещены подкасты разных авторов.

В последние годы подкасты начинают выходить не только на стриминг-сервисах, но и на других площадках. В социальной сети «ВКонтакте» раздел подкастов появился в 2018 году, однако интерес среди слушателей он привлек совсем недавно. Так и другие сервисы, соцсеть ищет свои способы привлечения креаторов и слушателей. Аудитории доступно прослушивание эпизодов без рекламы и общение с автором в сообществе подкаста. Создателям контента платформа предлагает дополнительное продвижение (лучшие выпуски попадают в отдельные блоки «Чарт» и «Интересные эпизоды»), а также виджеты, благодаря которым можно привлечь аудиторию соцсети на личный сайт для прослушивания подкастов³⁵. Соцсеть предлагает и зарабатывать на творчестве – «поклонники могут оформить платную подписку на ваше сообщество через VKDonut». Размещение бесплатное, ежемесячно регистрируется 97 миллионов активных пользователей³⁶.

Кроме того, созданием своих платформ занимаются и средства массовой информации и журналисты. Российская государственная мультимедийная онлайн-платформа «Смотрим», разработанная крупнейшим медиахолдингом

³⁵ Подкасты ВКонтакте: слушать онлайн бесплатно. Что такое подкасты ВКонтакте? [Электронный ресурс] // vk.com: офиц. сайт. URL: <https://vk.com/podcasting> (дата обращения: 09.05.2023).

³⁶ Подкасты ВКонтакте: как создать и добавить свой подкаст [Электронный ресурс] // vk.com: офиц. сайт. URL: <https://vk.com/podcasting/creators> (дата обращения: 09.05.2023).

ВГТРК, заработала 1 ноября 2020 года. Она объединяет контент всех активов холдинга. «Смотрим» дает возможность смартфону или компьютеру стать бесплатным интернет-кинотеатром, телевизором и радиоприемником.

Как мы можем заметить, подкасты постепенно захватывают медиаиндустрию. Свои подкасты выпускают все виды СМИ: телеканалы (Первый канал), информационные агентства («РИА Новости», ТАСС), радиостанции («Комсомольская правда», «Европа плюс», «Русское радио» и другие). Такое явление мы можем наблюдать, потому что средства массовой информации пытаются адаптироваться под современные реалии, не потерять аудиторию, а наоборот привлечь новую. Формат позволяет слушателю потреблять контент в фоновом режиме, не отрываясь от своих дел, что делает его очень удобным для современного человека, который постоянно работает в режиме многозадачности.

2 ПОДКАСТИНГ В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

2.1 Подкасты информационного агентства «РИА Новости»

«РИА Новости» – это одно из крупнейших в нашей стране действующих на данный момент государственных информационных агентств. Его история начинается с 24 июня 1941 года. На основании постановления Совета Народных Комиссаров СССР и ЦК ВКП (б) было открыто Совинформбюро. Круг его задач: составление новостных сводок для газет, журналов и радио о работе тыла, положении на фронтах и партизанском движении во время Великой Отечественной войны³⁷. После войны журналисты рассказывали о основных направлениях внешней и внутренней политики СССР. 5 января 1961 года Совинформбюро стало носить новое имя – Агентство печати «Новости».

Агентство стало ведущим публицистическим и информационным органом советских общественных организаций. Его цели – распространение за рубежом правдивой информации о СССР, ознакомление советской общественности с жизнью народов зарубежных стран и содействие взаимопониманию, доверию и дружбе между народами.

27 июля 1990 года Указом Президента СССР М. С. Горбачева на базе Агентства печати «Новости» было создано Информационное агентство «Новости». Перед агентством ставились такие же задачи, что и ранее.

В сентябре 1991 года было создано Российское информационное агентство «Новости». В сентябре 1993 года на основании Указа Президента Российской Федерации РИА «Новости» стало государственным информационно-аналитическим агентством³⁸.

В период с 2004-2006 гг. агентство приняло мультимедийную стратегию развития, благодаря чему был взят курс на фото и видеосюжеты, прямые транс-

³⁷ Протопопова О. В. Боевые сводки и военная публицистика 1941-1945 годов как сверхтексты. Пермь, 2012. С. 96-105.

³⁸ История «РИА Новости» [Электронный ресурс] // www.kommersant.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2364087> (дата обращения: 22.05.2023).

ляции, web documentary и игры. Еще одно направление развития – превращение в медиахолдинг.

В структуру РИА «Новости» до 2013 года входили: Р-Спорт (первое специализированное спортивное агентство в РФ), RIA.ru (публикация материалов на девяти языках в различных разделах), РАПСИ (правовая и судебная информация), «Московские новости» (ежедневная городская газета), «The Moscow News» (старейшая англоязычная газета для иностранцев), «Агентство экономической информации «ПРАЙМ», «РИА Наука», «РИА Рейтинг», «В Москве» (ресурс помощи москвичам), «РИА Новости Украина», «Ты-репортер» (проект по развитию гражданской журналистики).

Их основная функция – снабжать оперативной информацией из всех сфер общественной жизни не только редакции журналов и газет, радиовещания и телевидения, но и другие организации, учреждения, частных лиц. Целевая аудитория охватывала коммерческие структуры, инвестиционные банки и компании, иностранные СМИ, посольства, государственные и правительственные организации.

9 декабря 2013 года Владимир Путин подписал указ «О некоторых мерах по повышению эффективности деятельности государственных средств массовой информации», согласно которому «РИА Новости» ликвидировано, имущественные права и права учредителя переданы Международному информационному агентству «Россия сегодня». Основное направление деятельности «Россия сегодня» – освещение государственной политики России и общественной жизни страны для зарубежной аудитории³⁹.

31 декабря 2013 главредом «Россия сегодня» стала Маргарита Симоньян. 8 июня 2014 года РИА Новости зарегистрировано Роскомнадзором как информационное агентство и сетевое издание. Бренд РИА Новости «Россия сегодня» ориентирован на русскоязычную аудиторию.

³⁹ РИА Новости [Электронный ресурс] // ru.wikipedia.org: офиц. сайт. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/РИА_Новости (дата обращения: 09.05.2023).

«РИА Новости» – это качественное издание, где доминирующим жанром выступает новостная заметка, ее основу составляет фактологическая. Информация в «РИА Новости» представлена читателю в виде нескончаемой ленты, которая разделена на рубрики: «Политика», «В мире», «Экономика», «Общество», «Происшествия», «Армия», «Наука», «Спорт», «Культура», «Религия» и «Туризм». Переходя на определенную публикацию, после ее прочтения можно увидеть тэги, по которым можно найти похожие новости, а при скроллинге страницы снизу будут автоматически появляться аналогичные материалы по той же теме. Также на сайте есть возможность обсуждения новости посредством комментариев.

Среди заметок можно встретить и аналитические статьи – материалы, предназначенные для анализа актуальных и общественно-значимых ситуаций, явлений и процессов и управляющих ими закономерностей. Специфика жанра заключается в том, что статья, реализующая убеждающий или прагматический тип текста, включает в себе потенциальную манипулятивность⁴⁰.

Еще одним проявлением аналитики в информагентстве выступают подкасты.

15 октября 2018 года на сайте информационного агентства появилась новость о том, что РИА Новости запускает линейку подкастов. Для этого был создан одноименный раздел. Сначала было опубликовано 11 подкастов по разным направлениям: наука, спорт, культура, социальные темы и другие. Распространение происходило через сервисы «Google Podcasts» и «Podcast Addict». Благотворительный фонд «Подари жизнь», проект «Игры победителей», «Музей космонавтики», «Биологический музей имени Тимирязева» и другие стали партнерами подкастов. Для создания подкастов были использованы различные жанровые решения, например, многосерийный документальный аудиоспектакль, дискуссии и интервью. Разнообразие вариантов позволило протестировать широкий спектр подходов к созданию подкастов и выбрать наиболее вос-

⁴⁰ Доржиева Д. Ц. К вопросу о типе текста «аналитическая статья». М., 2017. С. 41.

требуемые, интересные и вовлекающие для аудитории. Для этого часть эпизодов проходила исследования с помощью фокус-группы. Заместитель главного редактора МИА «Россия сегодня» Наталья Лосева утверждает: «Подкасты – это один из главных трендов в медиа, ведь время, которое пользователь готов потратить на чтение или просмотр видео, не бесконечно. А аудио – это пассивное восприятие, второй слой. Вы можете бегать, готовить, убирать квартиру или ехать в метро – и слушать подкасты. Их потребление будет расти». До конца 2018 года выход подкастов находился в пилотном режиме, но затем они стали регулярными⁴¹.

На данный момент (3 мая 2023 года) на сайте ria.ru размещено 18 подкастов. Нам удалось установить, что они дублируются еще на нескольких площадках – «Яндекс.Музыка», «Castbox», «Apple Podcasts», «Google Podcasts» и «Саундстрим». В разделе «Подкасты» на сайте «РИА Новости» размещены: «Страхи» (2018-2023), «Как это по-русски» (2018-2023), «Правда тела» (2020-2023), «Мы все умрём, но это неточно» (2019-2023), «Истории.doc» (2018-2023), «Какая-то мистика» (2021-2023), «ЯсноПонятно» (2018-2023), «Сомелье-фрилансер» (2023), «Роман о шоубизе» (2022-2023), «Бери и делай» (2022), «Куликово поле: вопросы и ответы» (2020-2021), «Освобождение» (2023), «Странные виды» (2022), «Как вы это делаете?!» (2018-2020), «ИноСМИ. Серьезно» (2018-2020), «Перепись. Все точно» (2019), «Супергерои» (2020) и «Танки» (2019).

Однако при переходе из раздела «Подкасты» по кнопке «Яндекс.Музыка» на страницу подкастов на сервисе мы можем заметить, что там есть контент, не размещенный на сайте ria.ru. Это: «Экспонат» (2018-2019), «Детектив.doc» (2018-2019), «Это надолго» (2019-2022), «Посмотрим» (2019-2020), «Не роскошь» (2021-2022), «Не верю!» (2020-2022), «Зверокаст» (2022), «Заговор классиков» (2020-2022), «Бей. Беги!» (2019) и «Москва. Backstage» (2020).

⁴¹ РИА Новости запускает линейку подкастов [Электронный ресурс] // ria.ru: офиц. сайт. URL: <https://ria.ru/20181015/1530556293.html> (дата обращения: 09.05.2023).

Размещение этих подкастов исключительно на стриминговом сервисе, а не в разделе на сайте ria.ru мы связываем с несколькими причинами. Во-первых, все подкасты можно считать закрытыми, так как за продолжительное время у них не вышло ни одного выпуска. Также с большой вероятностью у информационного агентства изменилась программная политика, а также новостная повестка, после чего подкасты на данные темы больше неактуальны. Впрочем, однозначно ответить на этот вопрос не представляется возможным, поскольку на сайте агентства по-прежнему есть доступ к уже закрытым подкастам, например, за 2019 год. И однозначно сказать, что закрытые подкасты (например, «Заговор классиков»), вступили в противоречие с программной политикой ria.ru, также было бы неверно.

За несколько лет наших наблюдений за разделом «Подкасты» мы заметили, что некоторые подкасты пропали как из раздела «Подкасты» на сайте ria.ru, так и на стриминговых сервисах. Это может быть связано с изменением политики издания и тем, что скрытые подкасты больше ей не соответствуют. В их число вошли: «Страна великой степи» (подкаст о Казахстане), «Рак. Победим» (подкаст о детях, справившихся с онкологией), «Не дура!» (подкаст о бытовом мошенничестве и манипуляциях), «13+. Инструкция для родителей» (подкаст для родителей подростков). Целевой аудиторией информационного агентства являются мужчины (54,6 %) и женщины (45,4 %). Основная возрастная группа – 25-34 (26,6 %), меньшая доля слушателей в возрасте 35-44 (19 %), затем две возрастные группы 45-54 и 55-64 (по 17 % каждая). Самая молодая аудитория 18-24 составляет 10,7 %, а самая взрослая 65+ 9,3 %. Люди проживают в России (82,4 %), Беларуси (3,3 %), Украине (2,3 %), Казахстане (2,4 %), Германии (1,65 %) и других странах мира (8,28 %). Основной запрос аудитории – новости России. За последний месяц сайт посетило 139,2 миллиона человек⁴².

Пользователей возрастом 18-24 на ресурсе меньше всего. По данным исследования, размещенных на сайте cossa.ru (интернет-издания о маркетинге

⁴² Доля рынка, анализ доходов и трафика [Электронный ресурс] // similarweb.com: офиц. сайт. URL: <https://www.similarweb.com/website/ria.ru/#overview> (дата обращения: 09.05.2023).

и коммуникациях в цифровой среде) основными потребителями подкастов выступает именно эта возрастная категория. Для того, чтобы привлечь молодежь на ресурс, «РИА Новости» выпускают подкасты⁴³.

Круг тем, на которые авторы записывают подкасты, мы отразили в таблице 1.

Таблица 1 – Темы подкастов информационного агентства «РИА Новости»

№	Тема	Название подкастов	Общее количество подкастов	%
1	Общество	«Как вы это делаете?!», «Перепись. Все точно», «Москва. Backstage», «ИноСМИ». Серьезно, «Не верю!», «Детектив.doc», «Роман о шоубизе».	7	25
2	Спорт и ЗОЖ	«Странные виды», «Бей.Беги!», «Правда тела», «Супергерои».	4	14,29
3	Культура	«Заговор классиков», «Какая-то мистика», «Посмотрим», «Сомелье-фрилансер».	4	14,29
4	История	«Куликово поле: вопросы и ответы», «Освобождение», «Экспонат», «Истории.doc».	4	14,29
5	Психология	«ЯсноПонятно», «Страхи», «Бери и делай».	3	10,71
6	Техника	«Танки», «Не роскошь».	2	7,14
7	Семья и дети	«Это надолго».	1	3,57
8	Животные	«Зверокаст».	1	3,57
9	Наука	«Мы все умрем, но это не точно».	1	3,57
10	Образование	«Как это по-русски?!».	1	3,57

Мы можем заметить, что темы, затрагиваемые в подкастах, не противоречат программной политике и соответствуют запросам целевой аудитории.

Подкасты об обществе имеют огромную социальную значимость. Эта группа подкастов отражает новостную повестку страны и помогает рассмотреть общественные явления под другим углом, а также ведущие и эксперты объясняют слушателям некоторые процессы – это и является проявлением аналитики. Многочисленность группы подкастов об обществе можно объяснить тем, что подкасты выходят от лица информационного агентства, задача которого

⁴³ Российская аудитория подкастов: исследование [Электронный ресурс] // www.cossa.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.cossa.ru/news/305686/> (дата обращения: 20.05.2023).

знакомить свою целевую аудиторию с происходящими вокруг событиями. Суммарное число подписчиков – 3 858 говорит о том, что интерес к этой теме у аудитории присутствует. Стоит отметить, что большинство тем подкастов об обществе достаточно серьезные и, вероятнее всего, они направлены на более взрослую аудиторию. Для привлечения на свой интернет-ресурс молодежи, информагентство начало запись подкаста о звездах российского шоу-бизнеса, что помогает получить внимание аудитории возрастом 18-24. Об этой цели нам говорит и название подкаста – «Роман о шоубизе», в котором присутствует разговорный молодежный сленг.

Подкасты о культуре, истории, науке и образовании – еще один важный пласт. Помимо знакомства аудитории с новостной повесткой, «РИА Новости» берет на себя реализацию культурно-просветительской функции. Для этого они выбирают серьезные темы: история, русский язык, русская литература, войны, кино, городские легенды. Можем заметить, что выпуски обращены к патриотизму, так как речь в них идет преимущественно о нашей стране: о научных открытиях, о культурных достижениях, о военных победах и так далее. Выбор таких тем объясняется тем, что «РИА Новости» является одним из крупнейших действующих государственных информационных агентств, поэтому оно занимается популяризацией достижений нашей страны, рассказывает о ее сильных сторонах, формируя имидж России как внутри государства, так и для других стран мира. Помимо-этого, в этой категории также есть подкаст, направленный на привлечение более молодой аудитории – «Сомелье-фрилансер», рассказывающий о индустрии виноделия в России. Суммарное количество подписчиков этой группы – 20 924, что говорит о высоком уровне интереса аудитории к данной теме и успешной реализации подкастов о культуре и образовании информационным агентством.

Популяризация здорового образа жизни в последние годы набирает обороты. Все больше людей начинают не только трепетно следить за своим внешним видом, но и обращать внимание на состояние своего здоровья. Исходя из этого запроса, редакция создала группу подкастов, посвященной именно этому. Под-

каст «Правда тела» на данный момент является самым популярным из всех подкастов, которые делает информагентство – 12 907 подписчиков, а всего у этой группы подкастов – 13 138 подписчиков. Желание не отставать от трендов мотивирует создателей выпускать новые эпизоды, так как успех у подкастов, определенно, есть: их слушает как молодежь, так и взрослые и пожилые слушатели, так как тема здоровья и хорошей физической формы актуальна для всех.

Помимо подкастов, обращенных к внешнему виду, существуют и эпизоды о психологии, направленные на внутреннее состояние человека. Осознанность и духовность также является трендом в современном мире, поэтому «РИА Новости» идут в ногу со временем и не отстают от трендов. Такие подкасты помогают экономить деньги на специалистов и помогают слушателям разобраться в себе. Подкасты также являются универсальными и могут помочь как мужчинам, так и женщинам разных возрастов. У группы 8 843 подписчика, что говорит о потребности аудитории в такого рода контенте. Относительно малое количество подписчиков можно связать с тем, что первоначальной целью информационного агентства не является забота о ментальном здоровье аудитории. Издание в первую очередь информирует читателей о событиях, происходящих в стране и мире. Однако, несмотря на это, подкаст из этой категории также популярен среди слушателей.

По нашему мнению, есть две группы подкастов, ориентированных только на мужскую и только на женскую аудиторию. Подкасты о технике ориентированы в большей степени на мужчин, которые составляют большую долю целевой аудитории информационного агентства и соответствуют их интересам и запросам. Подкасты о семье и детях слушают преимущественно женщины. Таким образом, удастся соблюсти баланс и угодить всем слушателям.

Авторами и по совместительству ведущими подкастов в большинстве своем выступают журналисты, работающие в информационном агентстве: Илья Переседов, Наталья Лосева, Игорь Кривицкий, Наталья Шашина, Руслан Жигалов, Александр Калмыков, Василий Конов, Денис Косинов и Роман Харрасов. Однако точное количество ведущих-журналистов нам установить не удалось,

так как некоторые подкасты просто озвучиваются без объявления ведущих. Также на страницах подкастов на сайте ria.ru отсутствует информация о ведущих. Также ведущими выступают приглашенные эксперты, которые могут дополнить выпуски своими знаниями и опытом – врачи, психологи, диетологи, социологи, спортсмены, кинокритики, экскурсоводы, историки и другие.

Создание подкастов журналистами гарантирует высокое качество контента в формате подкастов. Также они знают и понимают свою ответственность перед аудиторией за ту информацию, которую они распространяют. Также они знают все тонкости журналистской работы, у них за плечами большой опыт. Формат подкастов позволяет им выйти за рамки редакционной политики, проявить свои творческие способности, осветить темы, связанные с личными интересами.

Также «РИА Новости» выпускает подкасты в партнерстве с проектами и организациями: «Family tree» – проектом информационной и психологической поддержки родителей и супругов, компьютерной игрой «World of Tanks», музеем-заповедником «Куликово поле», Федеральной службой государственной статистики, новостным агрегатором «ИноСМИ.ру» и Российской системой качества. Сотрудничество с ними помогает привлекать новую аудиторию и новых экспертов.

Информационное агентство «РИА Новости» можно назвать современным и прогрессивным – оно идет в ногу со временем и ищет новые форматы, чтобы оставаться востребованным и читаемым. За счет тем своих подкастов они охватывают все пласты своей целевой аудитории, ведь они подходят и мужчинам, и женщинам старше 18 лет. Темы подкастов не противоречат программной политике сетевого издания и соответствуют новостной повестке. Помимо этого, из-за того, что созданием подкастов занимаются преимущественно журналисты, это дает им относительную свободу в творчестве и гарантирует высокое качество выходящих эпизодов. Также сотрудничество расширяет круг их аудитории и делает бренд «РИА Новости» более узнаваемым, кроме того, если к с ними соглашаются сотрудничать, значит они уважаемы и востребованы в своей сфе-

ре. Также о том, что информагентство успешно занимается выпуском подкастов говорит количество подписчиков. Суммарное число подписчиков в 2022 – 36 105, в 2023 – 42 365. За год число аудитории, потребляющей контент в формате подкастов, увеличилось на 6 260 человек (14,7 %). Постоянный прирост аудитории дает создателям стимул систематически выпускать новые эпизоды. Создатели подкастов, понимая, что молодежь получает информацию из соцсетей, пытается привлечь их на свой ресурс посредством подкастов.

2.2 Подкасты мультимедийной онлайн-платформы «Смотрим»

Российская государственная мультимедийная онлайн-платформа «Смотрим», разработанная крупнейшим медиахолдингом ВГТРК, заработала 1 ноября 2020 года. Она объединяет контент всех активов холдинга: региональное вещание (79 филиалов по всей стране), «Россия-1», «Россия-Культура», «Россия-24» и международный канал «РТР-Планета», радиостанции «Радио России», «Культура», «Маяк», «Юность» и «Вести FM». Помимо этого, на платформе доступны прямые эфиры более 20 российских каналов и радиостанций и их архив.

Домен smotrim.ru появился еще в 2006 году, однако стал использоваться по назначению только через 14 лет в период карантина и самоизоляции, которые были вызваны пандемией коронавируса. Так 27 марта на сайте телеканала «Россия-1» появилась плашка «Смотрим дома», которая впоследствии была изменена – второе слово было удалено. Этим же летом «Смотрим» получил лицензию сетевого издания.

В ноябре 2020 года прошла презентация медиаплатформы, где показали веб-сайт и мобильное приложение. По оценке TelecomDaily, стоимость разработки и запуска «Смотрим» должна была составить десятки миллионов рублей⁴⁴.

С декабря 2020 по январь 2021 года все архивы телеканалов «Россия-1», «Россия-Культура», «Моя планета» и закрытого «Россия-2» были переведены на данную платформу. В это же время количество пользователей сервиса пре-

⁴⁴ Сервис «Смотрим»: что это было и почему госканал не мог нормально показывать футбол в интернете [Электронный ресурс] // sports.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/urbanhymns/2943892.html> (дата обращения: 7.05.2023).

высило отметку миллион, и платформа «Смотрим» вошла в список приложений, обязательных для предустановки на продаваемые в России смарт-телевизоры. В мае 2022 перевели телеканал «РТР-Планета» и все радиостанции ВГТРК.

В марте 2021 года платформа предоставила подборку документальных фильмов компании, доступ к которым был ограничен видеохостингом «YouTube» из-за санкций. Среди них «Крым. Путь на Родину», «Земля Айлана Курди», «Ржев. 500 дней в огне», «Беслан», «Панфиловцы. Легенда и быль», «Великая неизвестная война», «Мюнхенский сговор. Приглашение в ад», «Великая русская революция», «Варшавский договор. Рассекреченные страницы», «Муссолини. Закат» и других.

В сентябре 2022 года платформа представила подборку фильмов киностудии «Мосфильм»: «Операция «Ы» и другие приключения Шурика», «Невероятные приключения итальянцев в России», «Свой среди чужих, чужой среди своих», «Иван Васильевич меняет профессию», «Карнавальная ночь», «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика», ««Бриллиантовая рука», «Девчата», «Берегись автомобиля «Служебный роман», », «Ирония судьбы, или С лёгким паром!», «Гараж», «Москва слезам не верит», «Родня», «Любовь и голуби» и другие.

«Смотрим» дает возможность смартфону или компьютер устать бесплатным интернет-кинотеатром, телевизором и радиоприемником. Открывая сайт, на главной странице перед пользователем появляются все рейтинговые программы (на 07.05.2023 г.) ими стали: «Вести», «Доктор Мясников», «Сто к одному», «Пятеро на одного», «Формула еды», «Малахов», «Прямой эфир» и «Моя мелодия». Ниже располагаются рекомендации от редакции. Затем идут рубрики: вести, кино и сериалы, трансляции, «Всем по 50», передачи и тема дня.

Слева на экране располагается панель с кнопками, кликая на которые, пользователь может переходить по разделам платформы: «Главное», «Вести» (информационный портал), «Эфир» (программа передач), «Радио» (радиопри-

емник), «Амур» (региональная вкладка), «Кино» (каталог фильмов), «Серии» (каталог сериалов), «Шоу» (каталог телепрограмм и шоу), «Юмор» (развлекательный контент) и «Детям» (детский контент).

Функционал платформы достаточно широкий: просмотр сериалов, фильмов, мультфильмов, передач; просмотр и прослушивание прямых трансляций телеканалов и радиостанций; прослушивание подкастов; чтение новостей. Платформа (как в версии веб-сайта, так и приложения) является бесплатной, полный доступ ко всем функциям и разделам появляется после регистрации⁴⁵.

На платформе «Смотрим» размещено около 60 подкастов. Самый первый найденный нами подкаст датируется 2008 годом. Для контента такого формата на сайте и в приложении выделен отдельный раздел – «Подкасты».

Сравнивая платформу «Смотрим» с другими, можно утверждать, что в ней достаточное количество недостатков. Начнем с того, что непосредственно на сайте нельзя найти рубрику «Подкасты». Мы открывали ее через поисковый запрос в браузере. Внутри самой рубрики подкасты располагаются хаотично: часть подкастов расположена в ней, а часть можно найти только переходя по тегам (общество, психология, история, телевидение, культура и так далее), размещенным под другими подкастами. Помимо этого, отсутствует внутренняя структура раздела: нет группировки по темам или авторам. На сайте подкаст можно найти только в том случае, если пользователь знает его точное название.

Второй недостаток – это отсутствие подписки. Понравившийся подкаст можно добавить только в избранное, из-за чего оповещение о выходе нового выпуска пользователю не приходит, что идет наперекор одному из отличительных признаков подкаста – подписка на понравившийся контент и получение уведомлений. Понравившимся выпускам нельзя ставить «лайки», а также писать комментарии, что не дает увидеть реакцию пользователей на контент. К тому же, на платформе нельзя посмотреть количество прослушиваний. Все это не позволяет отслеживать количество подписчиков и популярность подкаста, а

⁴⁵ Смотрим главное, вести, фильмы, сериалы, шоу и эфир российских каналов [Электронный ресурс] // smotrim.ru: офиц. сайт. URL: <https://smotrim.ru/> (дата обращения: 7.05.2023).

также не дает автору понимания, насколько его контент востребован, полезен и интересен аудитории. Аудитория в свою очередь не имеет возможности оставлять реакции на контент – хвалить либо критиковать его, что затрудняет процесс развития и совершенствования контента.

У платформы неудобный формат прослушивания контента. С компьютера при прослушивании открывается большой плеер, как при просмотре видео. Изменить его размер нельзя. В большей части подкастов на экране перед пользователем появляется статичная картинка. Некоторые подкасты в плеере сопровождается видеоряд. В мобильном приложении также открывается видеоплеер, однако при блокировке экрана смартфона подкаст воспроизводится в фоновом режиме. Еще одна интересная особенность, которую мы выделили: в приложении можно регулировать скорость прослушивания, а на сайте нельзя. Из-за этого подкаст может потерять часть аудитории, которая пользуется только сайтом платформы.

Целевой аудиторией платформы «Смотрим» являются мужчины (51 %) и женщины (49 %) в возрасте от 25 до 34 лет (30 %). Однако помимо целевой аудитории есть еще несколько групп пользователей 18-24 (12 %), 35-44 (19 %), 45-54 (18 %), 55-64 (15 %) и 65+ (6 %). Большую часть составляют мужчины – 52 %, женщин меньше – 48 %. 85 % из них живет в России, 5 % в Украине, 3 % в Беларуси, 2 % в Казахстане и 1 % в Израиле (4 % приходится на другие страны). Интересами этой аудитории являются новости и СМИ, фильмы и стриминг, Россия. За последний месяц число посетителей платформы составило 41,4 миллионов человек⁴⁶.

Круг тем, на которые авторы записывают подкасты, мы отразили в таблице 2.

⁴⁶ Аналитика трафика и доля рынка smotrim.ru [Электронный ресурс] // www.similarweb.com: офиц. сайт. URL: <https://www.similarweb.com/ru/website/smotrim.ru/#geography> (дата обращения: 07.05.2023.)

Таблица – 2 Темы подкастов мультимедийной онлайн-платформы «Смотрим»

№	Тема	Название подкастов	Общее кол-во подкастов	%
1	Культура и искусство	«Вещдок» (2019), «И все это музыка» (2021-2023), «Вирази времени», «50 оттенков стильного» (2021-2023), «Сила звука» (2022-2023), «Сотворение кумира» (2022-2023), «Человек читающий» (2022-2023), «Имя и время» (2022-2023), «Легкие люди» (2022-2023), «Белая студия»(2016-2023), «Литературные склоки» (2022), «Как русская хозяйка в доме мир наводила» (2022-2023), «Островский: сцены из жизни» (2023).	13	23
2	Наука и образование	«Говорим правильно» (2016-2018), «100 минут о Вселенной» (2020), «#новостимикромира» (2021-2022), «100 минут» (2019-2023), «Атомный урок» (2020), «Атомный ликбез»(2022), «Все о мозге» (2020-2022), «Имя географическое» (2022-2023) «Речь» (2022-2023), «Красная книга Земли» (2022), «Покорители космоса» (2022), «История от первого лица» (2023).	12	22
3	Кино и сериалы	«10 легендарных русских фильмов» (2008), «100 лучших фильмов XX века» (2009-2011), «Обездоленные» (2020-2021), «В ролях» (2013-2022), «Фильмы, изменившие историю кино» (2020-2021), «Первая серия» (2020-2022), «Взгляд с экрана» (2022-2023), «Объектив 22» (2022-2023).	8	14
4	Общество	«#порадомой» (2017), «Встреча с интересным человеком» (2017-2018), «В центре внимания» (2017-2020), «Агентство недвижимости» (2020-2022), «Антропология народов России» (2020-2021), «Аудиосторис» (2021-2023) и «Жизнь глазами» (2021-2023).	7	12
5	Психология	«Провокация» (2022-2023), «Пойми себя, если сможешь» (2019-2023), «#взрослыедети» (2019-2023), «TheДетки» (2015-2017), «Мужчина. Руководство по эксплуатации» (2016-2023), «Метаэфир» (2023).	6	10
6	История	«Брендытина» (2008-2022), «Великий XIX» (2015-2017), «Адмиралтейство» (2016-2019), «Портрет второго плана XIX-XX век» (2022-2023).	4	7
7	Медицина и ЗОЖ	«Врач народов» (2020-2021), «Диспансеризация: борьба с онкозаболеваниями» (2020-2023), «Еда как лекарство» (2022-2023), «Генетика» (2020-2022).	4	7
8	Автомобили и техника	«Большой тест-драйв» (2010-2022), «Азбука автохимии» (2019), «Ассамблея автомобилистов» (2015-2023).	3	5

Тематика подкастов согласуется с программной политикой ВГТРК. Подкасты о культуре и искусстве выполняют культурно-просветительскую функцию. Они ориентированы на вдумчивую, стремящуюся узнать новое и повысить свой уровень культурных знаний аудиторию. Такой контент ориентирован на людей с тонкой душевной организацией и чутким вкусом и стилем. Эпизоды выпускаются для развития кругозора слушателей и удовлетворения их духовных потребностей в новом формате – посредством прослушивания аудиозаписей, которые можно совмещать и с другими занятиями как касающимися искусства, так и нет. Также они закрывают потребности целевой аудитории как по возрастам, так и по гендеру.

Немало внимания ВГТРК уделяет науке и образованию. В первую очередь это связано с тем, что компания является государственной. Одним из основных направлений внутренней политики России является образование, а СМИ, в данном случае подкасты, становятся инструментом государства для популяризации науки среди населения. Посредством подкастов в данной тематической группе рассказывается о научных открытиях в разных сферах, которые в будущем могут использоваться повсеместно. Также эти знания если и не будут применены слушателями на практике, то как минимум расширят их кругозор.

Весомая часть внимания ВГТРК уделяется фильмам и сериалам. В первую очередь упор делается на популяризацию художественного и документального отечественного кинематографа. В тематических подкастах оценивается и обзреваются работы уже вышедших проектов для составления списка лучших картин, так же ведется обсуждение предстоящих премьер, где в поле зрения под оценку попадает и зарубежное творчество.

Основная функция подкастов об обществе – это социализация. ВГТРК не только рассказывает своей целевой аудитории о событиях, происходящих в мире, но и знакомит с выдающимися личностями, помогает идентифицировать себя в социуме и закрывает потребности в социальном познании. Также подкасты, рассказывающие о людях, которые достигли определенных вершин мотиви-

вируют слушателей больше работать, саморазвиваться, в том числе принося пользу своей стране. Помимо этого, благодаря выборке тем выпусков этой группы, происходит формирование мировоззрения из-за чего обществе создаются новые тренды и течения.

Психология – одно из направлений в тематике подкастов ВГТРК. Нынешние реалии делают добавляю в нашу жизнь стрессовых ситуаций, поэтому в подкастах затрагиваются психологические аспекты для снижения тревоги населения страны. У аудитории подкастов есть возможность задать вопрос, на который эксперты дадут профессиональный ответ, который поможет в сложной ситуации. Место находится и для важных социальных аспектов, таких как воспитание и проблема отцов и детей, что формирует правильный и бесконфликтный подход к этим вопросам.

Подкасты об истории во Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании выполняют агитационную функцию. Путем рассказа в эпизодах о достижениях страны и ее выдающихся исторических личностях, происходит побуждение к практическому действию путем создания примера для подражания. Помимо этого, подкасты помогают в формировании правильного восприятия государства для наследников истории. Также происходит формирование имиджа страны для других держав.

Подкасты холдинга также занимаются пропагандой здорового образа жизни. Это универсальная тема, на которую у аудитории всегда есть запрос. Помимо этого, она интересна мужчинам и женщинам разных возрастов. Путем рассказа о диспансеризации (мероприятиях системы здравоохранения России, проводимых с целью выявления и предупреждения развития различных заболеваний у населения) ведущие и эксперты отвечают на вопросы аудитории, тем самым предупреждая развитие серьезных болезней и патологий, делая население страны здоровее.

Наличие группы подкастов об автомобилях и технике оправдано тем, что подавляющее число пользователей сайта smotrim.ru – мужчины. По данным ВЦИОМ у 67 % россиян есть машина, что вызывает потребность людей в экс-

пертном мнении о различных вопросах, связанных с авто: выбор марки, тест-драйвы и вопросы по уходу за транспортным средством⁴⁷.

Наибольшее количество подкастов на платформе «Смотрим» являются активными и обновляются по сей день. Большая часть подкастов запущена за последний год, что говорит о возрастающей с годами популярности и востребованности данного формата. Мы выделяем несколько причин закрытия приостановленных подкастов. Первая – это узкая тематика, которая исчерпала себя, так как авторам больше нечего сказать своей аудитории. Вторая – это высокая конкуренция в жанре, например, подкаст в формате интервью «Встреча с интересным человеком» (2017-2018). Средний период существования подкастов – 1,5-2 года. Также их закрытие может быть связано с проблемами финансирования, отсутствием времени у авторов (так как подкастинг может быть их дополнительной работой), а также непредвиденная трудоемкость и сложности в поиске нужной информации.

Подкасты являются преимущественно прерогативой профессионалов, в частности журналистов и радиоведущих: Сергей Стиллавин, Петр Фадеев, Рита Митрофанова, Александр Пушной, Алексей Певчев, Дарья Златопольская, Павел Картаев и Вахтанг Махарадзе. Это обусловлено тем, что у таких людей есть достаточное количество профессиональных знаний и опыта, что обеспечивает высокое качество контента. Помимо этого, ведущими выступают эксперты – преподаватели, психологи, поэты, спортсмены, актеры, режиссеры, адвокаты и кинокритики. Самым популярным ведущим на платформе является радиоведущий Сергей Стиллавин, он ведет 19 подкастов.

Подкасты ВГТРК представлены очень широко: охвачены разные темы, которые универсальны для всех категорий целевой аудитории. Однако, существуют проблемы с навигацией и техническими возможностями на мультимедийной онлайн-платформе «Смотрим». Если они будут исправлены и доработаны, появится возможность отслеживания подписчиков, то, вероятно, у кон-

⁴⁷ Опрос ВЦИОМ показал, что более одного автомобиля в семье имеет 18% россиян [Электронный ресурс] // [ria.ru: офиц. сайт. URL: https://ria.ru/20190919/1558832347.html](https://ria.ru/20190919/1558832347.html) (дата обращения: 09.05.2023).

тента появится больше слушателей. Сейчас подкасты ВГТРК находятся на стадии активного развития и только набирают популярность.

2.3 Подкасты радиостанции «Комсомольская правда»

«Комсомольская правда» – крупная федеральная радиостанция с FM-вещанием, которое затрагивает более 400 населенных пунктов. В Благовещенске радиостанцию вещает на волне 100,6 FM. «Комсомольская правда» входит в рейтинг «Медиалогии» самых цитируемых радиостанций Российской Федерации (январь 2023 года), где из восьми позиций она занимает третье место⁴⁸. Раздел подкасты радиостанции обновляется ежедневно. Выпуски включают в себя эксклюзивные интервью, репортажи с места событий, комментарии экспертов и аналитика⁴⁹.

«Комсомольская правда» начала свое существование в печатного издания – всесоюзной молодежной газеты. Она была создана в соответствии с решением 13 съезда Российской коммунистической партии большевиков. Газета стала официальным печатным органом ЦК ВЛКСМ для освещения деятельности комсомола: «освещает и обобщает опыт работы комсомольских организаций, учит молодёжь применять передовые методы труда в промышленности и сельском хозяйстве, освещает жизнь студенчества, пионеров и школьников», помимо этого «большое внимание уделяет вопросам советской литературы и искусства, эстетическому воспитанию юношества». Отдельное место в деятельности издания «занимают проблемы военно-патриотического воспитания молодёжи, развития физкультуры и спорта». Издание «пропагандирует миролюбивую внешнюю политику СССР, освещает международное демократическое движение молодёжи» Дебютный выпуск вышел 24 мая 1925 года тиражом 31 тысяча экземпляров. Первым ответственным (главным) редактором газеты стал Владимир Михайлович Бубекин.

⁴⁸ Федеральные СМИ – январь 2023 [Электронный ресурс] // mlg.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/11932/> (дата обращения: 20.05.2023).

⁴⁹ Радио «Комсомольская правда»: факты и информация [Электронный ресурс] // radiokp.ru: офиц. сайт. URL: <https://radiokp.ru/about> (дата обращения: 20.05.2023).

Во время Великой Отечественной войны в газете публиковались фронтовые новости и письма. Также изданием было организовано 38 выездных редакций на самых стратегически значимых участках военных действий. В 1945 году за заслуги в годы ВОВ газета была награждена орденом Отечественной войны I степени. После окончания войны газета отправляла своих сотрудников в командировки в разрушенные места.

Во время перестройки в газете стали появляться социально-критические статьи, благодаря которым повысился уровень популярности. В 1990 году «Комсомольская правда» еженедельно выходила тиражом 22 миллиона 370 тысяч экземпляров, что являлось самым большим в мире. 1 декабря печатное издание перестало быть органом ЦК ВЛКСМ став «Всесоюзной ежедневной газетой». Во время августовского путча газета была запрещена, тогда впервые в истории не вышли в свет выпуски за 19 и 20 августа, но 21 числа газета напечатала хронику всех событий как исторический документ. После распада СССР в 1992 году газета была приватизирована и изменила свою концепцию на развлекательную, сохранив название⁵⁰.

Федеральная сетевая информационно-разговорная радиостанция «Комсомольская правда» начала свою работу в феврале 2009 года. На данный момент круглосуточное вещание осуществляется более чем в 400 населенных пунктах России — от Калининграда до Петропавловска-Камчатского. Прослушивание доступно через радиоприемники, на ТВ в радиопакетах «Триколор ТВ» и «НТВ-плюс», а также на мобильных устройствах через фирменное приложение и агрегаторы. С 2017 года подкасты сопровождаются видеорядом – студию оснастили многокамерной интеллектуальной системой, которая обеспечивает полную автоматизацию переключения камер⁵¹.

В эфир радиостанции состоит из актуальной информации в режиме реального времени, обсуждения значимых социальных и политических тем, «жи-

⁵⁰ Комсомольская правда [Электронный ресурс] // ru.wikipedia.org: офиц. сайт. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Комсомольская_правда#История (дата обращения: 20.05.2023).

⁵¹ Радио «Комсомольская правда»: факты и информация [Электронный ресурс] // radiokp.ru: офиц. сайт. URL: <https://radiokp.ru/about> (дата обращения: 20.05.2023).

вых» звонков радиослушателей в студию, также туда приглашают именитых гостей и экспертов. У радиостанции есть более 500 специальных корреспондентов по всей стране⁵².

Учредителем выступает АО «Издательский дом «Комсомольская правда». Генеральным директором является Олеся Носова, издатель – Владислав Гемст, директор проекта – Станислав Леонидов, шеф-редактор сайта – Дмитрий Кузьмин. Штат состоит из более чем 800 журналистов, в том числе и международных.

Регулярно в эфир выходят более 50 авторских программ и специальных проектов, где эксперты и слушатели обсуждают текущие события, анализируют причины и делают прогноз на будущее⁵³.

Подкасты радиостанции выступают архивом передач в Интернете. На сайте kp.ru написано: «Если вы пропустили программу или не смогли послушать целиком заинтересовавшую вас передачу в прямом эфире, не расстраивайтесь. После окончания эфира наши программы архивируются и выкладываются в интернет». Редакция делает это для того, чтобы не потерять своих слушателей. Также для удобства прослушивание доступно на многих сервисах и площадках: сайте Радио «КП», в приложении Радио «КП» для iPhone, iPad и Android, на сайте «Яндекс.Музыка», в приложениях «TuneIn», «Google Podcasts», «Castbox», «Podcast Addict», «iTunes»⁵⁴.

До недавнего времени прослушивание также было доступно на видеоплатформе YouTube.com, однако 17 мая 2023 года компания Google без предупреждения удалила канал «КП». На момент удаления у канала было 510 тысяч подписчиков⁵⁵.

⁵² Медиа-кит радио «Комсомольская правда» [Электронный ресурс] // www.kp.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.kp.ru/share/i/13/3997663.pdf> (дата обращения: 20.05.2023).

⁵³ Что такое радио «Комсомольская правда»? [Электронный ресурс] // kp.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.kp.ru/daily/26508/3377815/> (дата обращения: 20.05.2023).

⁵⁴ Радио «Комсомольская правда»: факты и информация [Электронный ресурс] // radiokp.ru: офиц. сайт. URL: <https://radiokp.ru/about> (дата обращения: 20.05.2023).

⁵⁵ Youtube удалил канал радио «Комсомольская правда» [Электронный ресурс] // kp.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.kp.ru/online/news/5272087/> (дата обращения: 20.05.2023).

Сейчас (19.05.2023) на сайте kr.ru размещено 245 подкастов (разные сезоны одного подкаста на сайте выгружаются двумя и более отдельными подкастами, однако далее мы будем считать их за один). Вкладка «Подкасты» на ресурсе состоит из нескольких разделов: «Самые свежие» (последние выпуски программ), «Самые популярные» (самый прослушиваемый контент) и «Все передачи» (полный каталог подкастов «КП»). Раздел обновляется ежедневно. В каталоге подкастов для удобства есть поиск. Это первый ресурс среди трех исследуемых, где присутствует такая возможность.

Каждый подкаст сопровождается аннотацией, которая помогает слушателю определиться, интересен ли ему контент на эту тему. Под некоторыми подкастами размещена кнопка «подписаться», но при нажатии на нее происходит автоматический переход на сайт podcasts.ru, где показаны все ресурсы, на которых размещен подкаст и только при переходе на него у пользователя появляется возможность подписки.

Однако страницы некоторых подкастов пустые: на них не размещены эпизоды, а присутствует только описание. При переходе на сторонние площадки, где также можно их прослушать, контент тоже отсутствует. Помимо этого, на сайте нельзя посмотреть количество подписчиков, нет опции оставить комментарий, поставить лайк или дизлайк эпизоду или подкасту в целом. Тогда возникает вопрос, по какому принципу редактор сайта составляет рубрику «Самые популярные» в разделе «Подкасты», если данные для этого отсутствуют. Кроме того, в плеере на сайте нельзя менять скорость прослушивания.

Мы выделили несколько достоинств сайта – эпизоды подкаста можно скачивать на устройства и в любое удобное время прослушивать их оффлайн. Также на сайте существует отдельная вкладка «Персоны», где размещены карточки ведущих и их гостей с фотографией, краткой биографией и упоминанием подкаста, в котором конкретный человек выступает в роли ведущего или приглашенного эксперта. Также под некоторыми подкастами есть кнопка «Задать вопрос ведущему или гостю». Посредством чего аудитория вовлекается в процесс создания контента.

Мобильное приложение «Радио «Комсомольская правда» более проработанное. В нем можно подписываться на понравившиеся подкасты (однако число подписчиков по-прежнему не отображается) и регулировать скорость прослушивания в плеере. Также в нем есть вкладка «Связаться со студией», где есть возможность написать на электронную почту, позвонить по телефону, отправить СМС или связаться через мессенджеры. Таким образом авторы могут получить обратную связь.

В конце 2022 года Mediascope провел исследование, в котором был определен социально-демографический портрет аудитории радиостанции «Радио «Комсомольская правда». Целевой аудиторией радиостанции являются мужчины старше 60 лет (19,8 %) и женщины (21,7 %) этой же возрастной категории. Помимо этого, представлены и другие возрастные категории слушателей, однако их процентное соотношение меньше. Мужчины: 12-19 (3,8 %), 20-39 (11,7 %), 40-59 (18,7 %). Женщины: 12-19 (4,7 %), 20-39 (7,1 %), 40-59 (12,5 %).

Однако слушателей-мужчин больше – 54 %. По финансовому статусу аудитория делится на обеспеченных (38,1 %), средний достаток (23,3 %), высокообеспеченных (21,9 %) и малообеспеченных (6,6 %). По социальному статусу слушатели преимущественно пенсионеры (25,8 %), специалисты (22,5 %), руководители (21,3 %), рабочие (9,3 %), студенты (7 %), служащие (6,4 %) и домохозяйки (1,8 %) (категорию другое выбрало 5,8 % опрошенных)⁵⁶.

Мы разделили подкасты «Комсомольской правды» на несколько тематических групп. Круг тем, на которые авторы записывают подкасты, мы отразили в таблице 3.

⁵⁶ Аудитория радиостанций [Электронный ресурс] // mediascope.net: офиц. сайт. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/836/tzlus1rks8b2x3b23jf7vek9zlx9aseg/RI_22_03.pdf (дата обращения: 20.05.2023).

Таблица 3 – Темы подкастов радиостанции «Комсомольская правда»

№	Тема	Название подкастов	Общее кол-во подкастов	%
1	Общество	<p>«10 лет новой Москве» (2022), «What's up, страна!» (2020-2021), «[НЕ]фантастика» (2020-2021), «Анна Шафран: сказано на радио Комсомольская правда» (2021-2022), «Война и Мир с Олегом Кашиным и Марией Бароновой» (2020-2021), «Все ясно» (2020), "Город для каждого с Айдаром Метшиным" (2022), «Общество» (2020-2022), «Гость в студии» (2019-2023), «Дежавю» (2019-2023), «Деловая пятница» (2020-2022), «Диалоги» (2021-2023), «Добро против коронавируса» (2020), «Доброволец» (2019-2023), «Женские истории» (2022), «Итоги недели с Николаем Платошкиным» (2020), «Канделаки» (2019-2021), «Кем быть?» (2021), «Коц: аналитика с именем» (2023), «Люди на грани» (2020), «Марафон молодых профессионалов» (2022), «Мир дикого будущего» (2020), «Мнение» (2020-2021), «Мозговой штурм» (2021), «Московские окна» (2019-2020), «Накипело!» (2021), «Народный адвокат» (2019-2021), «Наши права и льготы» (2018-2022), «О России с любовью» (2020), «Общее будущее» (2022), «Острый угол» (2023), «Отдельная тема» (2021-2023), «Открытая студия» (2020-2022), «Пари с Дианой Кади» (2021), «Передача Маши» (2021), «По сути дела» (2019-2023), «Портрет явления» (2019-2022), «Радиодозор» (2020-2023), «Радиорубка» (2018-2022), «Реальность Виттеля» (2022), «Самое главное» (2022), «Слово об итогах Игоревых» (2020), «Союзный вектор» (2023), «Страна на удаленке» (2020), «Судный день» (2020), «Тактика Данюка» (2023), «Темы дня» (2023), «Утренний Мардан» (2020-2022), «Хроники Цыпкина» (2021-2022), «Что будет?» (2022-2023), «Че происходит» (2022), «Шоу-бизнес с Александром Анатольевичем» (2021-2022), «Эксклюзив» (2016-2022), «Это абзац!» (2023).</p>	54	25,9

2	Политика	«Бовт знает» (2020-2023), «), «Война и Мир» (2020-2023), «Итоги с Жириновским» (2020-2022), «Время подумать» (2023), «Горячие точки с Дарьей Асламовой» (2019-2021), «Горячо-холодно» (2019-2020), «Госдума. Перегрузка» (2021), «Гражданская оборона» (2019-2023), «Депутатская прикосновенность» (2019-2020), «Коридоры власти» (2021), «Линия защиты» (2021-2022), «Народная программа» (2022), «Национальный вопрос» (2019-2023), «Партийная среда» (2021-2023), «Первые лица» (2017-2020), «Политика с Владимиром Воробинным» (2021-2023), «Цивилизация «Россия» (2022).	17	8,13
3	Культура и искусство	«Афиша союзов» (2020-2023), «Был бы повод» (2020-2023), «Всё это рок-н-ролл» (2019-2022), «Громкий гость» (2021-2023), «Классика союзного жанра» (2022-2023), «Культурный код» (2020-2021), «Культурный подкаст» (2020), «Между строк» (2020-2023), «Музейные маршруты России» (2021), «Наследие Санкт-Петербурга» (2020), «Настоящая музыка» (2020-2021), «Настоящий хит-парад» (2020-2023), «Непарадные портреты» (2016-2023), «Прогулки по Москве» (2022), «Свои: от Калининграда до Владивостока. Песни победы» (2023), «Театр Александра Минкина»(2020).	16	7,65
4	Спорт и здоровый образ жизни	«Футбольная рубрика» (2021), «Азбука иммунитета» (2022), «Антиковид» (2021-2022), «Большой спорт» (2023), «Большой спорт с Николаем Валуевым» (2020), «День здорового питания» (2020), «Выздоровливайте скорее» (2020), «Дневник Олимпиады» (2021), «Здоровый разговор» (2019-2023), «Марафон благодарности врачам» (2020), «Медсовет» (2023), «Новости спорта» (2021-2023), «Спорт без короны» (2020), «Физкульт привет, страна!» (2020-2022), «Эпидемии, изменившие мир» (2020).	15	7,17

5	Наука и образование	«Авиакатастрофы» (2021-2022), «Загадка Патомского кратера» (2022), «Искусственный интеллект на службе человека» (2021), «Карбоновый подкаст» (2021), «Наука и жизнь» (2023), «Научный стендап» (2022-2023), «Невероятные миры Арсюхина и Корсакова» (2022), «Передача данных» (2017-2023), «Просто космос» (2020-2023), «Тайна перевала Дятлова» (2014-2023), «Теорема Лаговского» (2019-2023), «Цифра» (2019-2020), «Что и требовалось доказать» (2022), «Что? Где? Когда? Online» (2020).	14	6,69
6	Экономика	«Русский доллар» (2022), «Бизнес-ланч» (2022-2023), «Все деньги мира» (2020), «Ковалёв против» (2020-2021), «Личные деньги» (2020), «Нелишние деньги» (2022), «По большому расчёту...» (2023), «Российский бизнес. Компании, перешагнувшие 30-летний юбилей» (2021), «Свое дело» (2020), «Школа экспорта» (2020), «Экономика» (2020-2023), «Экономика с Михаилом Делягиным» (2019-2021), «Экономика с Никитой Кричевским» (2019-2023).	13	6,22
7	История	«Исторические хроники Николая Сванидзе» (2022), «История городов: все включено» (2021), «История за пределами учебников» (2019-2022), «История политического пиара в России» (2020), «Наполеон – величайшая авантюра» (2021), «Однажды в Советском Союзе» (2021), «Попали в историю» (2021), «Посвящение ангелам. Свидетели правды» (2022), «Предыстория: мысли, факты, суждения» (2019-2022), «Время и лица» (2022), «Срочные сообщения ТАСС» (2020), «Темные истории» (2019-2022).	12	5,74
8	Недвижимость	«Ваш дом» (2020), «Дела земельные» (2020), «День строителя» (2021), «Дом на прокачку» (2020), «Москва строится» (2020), «Моя дача» (2020), «Новая квартира» (2021), «Районы-кварталы» (2020), «Среда для жизни» (2019-2021), «Строить и жить» (2022), «Честное риэлторское» (2020-2023).	11	5,26

9	Автомобили и техника	«Авто-news» (2021-2023), «Автоэкспертиза» (2022-2023), «Дави на газ» (2020), «Марафон ко дню московской промышленности» (2022), «Мой автомобиль» (2020-2023), «Под капотом» (2020-2023), «Россия без ДТП» (2023), «Россия в движении» (2021), «Тест-драйв» (2020-2022), «Техника и жизнь» (2021), «Транспорт в цифре» (2022).	11	5,26
10	Путешествия	«Америка по-русски» (2021), «Вперёд к Заполярью!» (2021), «Вторая родина» (2020-2021), «Голос Америки» (2019-2020), «Друзья-сябры. Точки сближения» (2020), «Клуб знаменитых путешественников» (2019-2023), «Легки на подъем» (2020), «Отдых в России» (2022), «Союзный навигатор» (2023), «Твой Дальний Восток» (2020).	10	4,78
11	Семья и дети	«День семьи, любви и верности» (2021), «День сказок» (2020), «Наше время или Взрослым вход воспрещен» (2020-2022), «Родительский вопрос» (2019-2023), «Социальный фонд России: забота о людях» (2023), «Что такое плохо» (2019-2020), «Я ж бать!» (2020-2021).	7	3,34
12	Экология	«Вода России: волонтерская акция по уборке берегов от мусора» (2022-2023), «Водная среда» (2021-2022), «Всемирный день водных ресурсов» (2021), «Зеленая волна» (2022), «На чистую воду» (2020), «Чистая страна» (2019-2023).	6	2,87
13	Психология	«Вместе против стресса» (2022), «Время женщин» (2020-2023), «Дзен в большом городе» (2020-2022), «Новые 40-летние» (2020), «Сны моей страны», (2022), «Стоп-стресс медитация (2022).	6	2,87
14	Гастрономия	«Вон тот мужчина за столиком» (2019-2021), «Дегустаторы» (2021), «Контроль качества» (2021), «Прошу к столу!», (2021-2022), «Рыбный день» (2019-2020), «Субботний рецепт» (2020-2022).	6	2,87
15	Кино и сериалы	«Афиша» (2020), «Взрослые люди» (2020), «Кто ходит в гости по утрам с Ариной Шарповой» (2020). «Вот это кино!» (2020), «Глядя в телевизор» (2019-2023), «Осторожно, спойлер!» (2020).	6	2,87

17	Армия и флот	«Военное ревью» (2020-2023), «Говорит полковник» (2021-2023), «Колыбель российского флота» (2020), «Путь война» (2020).	4	1,91
18	Животные	«Вот такая зверушка» (2019-2022).	1	0,47

Подкасты радиостанции разделены на:

- новости, которые выходят каждые полчаса (информационно-оперативный контент);
- редакционные программы, в которых освещаются актуальные темы (образовательно-просветительский контент);
- авторские программы, авторами и ведущими которых выступают известные журналисты и эксперты «Комсомольской правды» (полезный контент);
- аналитические передачи с участием экспертов и звонками в студию (полемический и коммуникационный контент)⁵⁷.

Так как «Комсомольская правда» является общественно-политической радиостанцией, больше всего контента именно в тематических группах «Общество» и «Политика».

Группа подкастов об обществе в большинстве представлена аналитическими передачами, в которых журналисты и эксперты обсуждают актуальные темы дня. Много авторских передач, где конкретный журналист анализирует происходящие события через призму своего мировоззрения, тем самым у слушателя появляется возможность рассмотреть явление или событие с разных сторон, после чего сделать свои выводы и определить свое отношение к происходящему в стране и мире. Некоторые подкасты направлены именно на проведение опроса среди слушателей – корреспондент выходит в город и собирает мнения по конкретному вопросу. Во время пандемии коронавируса многие

⁵⁷ Медиа-кит радио «Комсомольская правда» [Электронный ресурс] // www.kp.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.kp.ru/share/i/13/3997663.pdf> (дата обращения: 20.05.2023).

подкасты были посвящены именно ему, так как тема тревожила всех. Кроме того, записаны подкасты на социально значимые темы: добровольчество, профориентация, получение льгот и так далее. Эта группа является одной из самых значимых, так как за счет подкастов аудитория может не только сформировать свое мировоззрение, но и получить ответы на волнующие ее вопросы.

Политический блок насыщен подкастами, в записи которых принимают участие политические партии («Единая Россия», «КПРФ», «ЛДПР»). Все это связано с 13 статьей Конституции РФ, которая гласит, что в нашей стране признаются политическое многообразие и многопартийность, а значит, и политический плюрализм, который позволяет партиям конкурировать между собой за представительство в органах государственной власти. Тогда СМИ, а в данном случае подкасты «Радио «КП» выступают трибуной для того, чтобы эти политические взгляды доходили до аудитории, а она, сравнив их могла выбрать, какие суждения ей ближе. За счет подкастов политические партии могут пополнить свои ряды, а население страны становится более осведомленным.

Подкасты о культуре и искусстве, спорте и ЗОЖ, истории, науке и образованию относятся к редакционным программам, которые выполняют образовательно просветительскую функцию. По результатам исследования, которое проводила сама «Комсомольская правда», было установлено, что 67 % слушателей имеет высшее образование⁵⁸. Поэтому среди подкастов есть категории, направленные на всестороннее развитие слушателей. Помимо знаний о мире из новостей, они получают более глубокие познания об истории страны, спорте, науке, тем самым занимаясь непрерывным процессом самообразования, повышая не только свой уровень образованности, но и процент по стране в целом.

К полезному контенту мы относим подкасты об экономике, экологии, недвижимости, психологии, а также семьи и детях.

⁵⁸ Медиа-кит радио «Комсомольская правда» [Электронный ресурс] // www.kp.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.kp.ru/share/i/13/3997663.pdf> (дата обращения: 20.05.2023).

Аудитория подкастов в большинстве своем обеспечена, так показывают исследования «Комсомольской правды»⁵⁹. Это значит, что знания о деньгах и том, как правильно ими распоряжаться интересны подавляющему числу слушателей. Финансовая грамотность является значимой и актуальной темой, независимо от возрастной или гендерной принадлежности. Новое для себя в этом вопросе найдут как знающие люди, так и те, кто только начинает проявлять интерес к этой теме.

Экология – одна из наук, которой в последние годы уделяют все больше внимания. Подкасты на эту тему учат слушателей бережному отношению к окружающей среде, что помогает нам сохранять страну чистой и обращать внимание на важный ресурс – воду и на его запасы и состояние. Тема также является полезной и актуальной для любой категории слушателей подкастов.

Если аудитория является обеспеченной, вероятно, недвижимость также входит в круг ее интересов. Информация, которой делятся авторы и ведущие в подкастах, помогут слушателям выбрать удачное место, узнать больше о загородной жизни и плюсах покупки дома именно там, а также получают советы от практикующих риелторов. Информация из выпусков как поможет молодежи, которая только собирается приобретать свое первое жилье, так и взрослым которые, например, планируют переехать из сельской местности в город или наоборот.

Тема семьи и детей также соответствует запросам целевой аудитории. Для начала они знакомят с понятием семьи и традициями института семьи в нашем обществе. Эти знания могут помочь молодой аудитории, которая только собирается построить свою семью. Кроме того, подкасты, выпускаемые совместно с «Социальным фондом» знакомят жителей разных возрастов с пособиями семьям, льготами и материнским капиталом. Для взрослой аудитории подкасты полезны тем, что они могут услышать мнение детей и их точку зрения на различные вопросы, например, почему семья важна для человека. Подкасты данной

⁵⁹ Медиа-кит радио «Комсомольская правда» [Электронный ресурс] // www.kp.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.kp.ru/share/i/13/3997663.pdf> (дата обращения: 20.05.2023).

группы помогают выстраивать здоровую коммуникацию между поколениями и учат слушать друг друга.

Кроме того, полезными являются и подкасты о психологии. Все люди в разной степени могут быть подвержены стрессу, а эксперты в выпусках учат справляться с этим состоянием. Это касается стрессовых состояний во всех сферах жизни человека. Такой контент ориентирован на более молодую аудиторию. В эпизодах затрагиваются проблемы токсичных отношений, избегание проблем и здоровый пофигизм. Также в подкастах присутствует мотивация – рассказы о жителях нашей страны старше 40 лет, которые смогли изменить свою жизнь в лучшую сторону. Этот контент уже ориентирован на более взрослую аудиторию.

Армия и флот, автомобили и техника, путешествия, гастрономия, кино и сериалы, животные – более узкие темы, которые ориентированы на более узкий круг слушателей.

Преимущественно на мужскую аудиторию ориентированы подкасты об армии и флоте. Подкасты об автомобилях записываются, потому что на них есть спрос: по итогам исследования «Радио «КП», у 55% слушателей в семье есть автомобиль⁶⁰. Информация из подкастов поможет продлить срок службы существующего автомобиля или помочь выбрать новое транспортное средство.

Гастрономией интересуются преимущественно женщины. В выпусках рассказывается о качестве продуктов и различных способах приготовления блюд. Кроме того, есть и подкасты со звездами, где они делятся со слушателями своими уникальными или авторскими рецептами.

Универсальными темами являются путешествия, кино и сериалы, а также животные. Подкасты о путешествиях рассказывают о туристических маршрутах по нашей стране и удивительных краях и регионах. Также рассказывается о путешествиях по США и жизни в Америке. Подкасты о кино и сериалах состоят из подборок и аналитики того, что можно увидеть как на больших экранах,

⁶⁰ Медиа-кит радио «Комсомольская правда» [Электронный ресурс] // www.kp.ru: офиц. сайт. URL: <https://www.kp.ru/share/i/13/3997663.pdf> (дата обращения: 20.05.2023).

так и дома по телевизору. Подкасты о животных рассказывают о правильном уходе за ними и правилами содержания питомцев дома.

Также мы самостоятельно определили целевую аудиторию подкастов «Комсомольской правды». Основными потребителями контента в формате подкаста являются мужчины и женщины в возрасте от 24 до 35 лет (31,38 %). Доля мужчин больше – 55,3 %, женщин меньше – 44,7 %. Однако помимо целевой аудитории есть еще несколько групп пользователей 18-25 (11,5 %), 35-44 (18,1 %), 45-54 (17,2 %), 55-64 (13,8 %), 65+ (8,02 %) ⁶¹. По-нашему мнению, тематика подкастов рассчитана на более молодую аудиторию, нежели мужчины и женщины старше 60 лет. Радио «Комсомольская правда» также понимает это и стремится привлечь молодую аудиторию посредством тем, которые они освещают.

Как мы можем заметить, показатели исследования целевой аудитории Mediascore и наши данные значительно отличаются. Исходя из тем, которые предлагает «КП» мы предполагаем, что целевой аудиторией являются мужчины и женщины от 25 до 34 лет. В подкастах ведущие рассказывают о том, что преимущественно интересно более молодой аудитории, чем слушателям старше 60 лет. Это: недвижимость, ипотека, курс валют, правильное питание, профориентация, бережному отношению к окружающей среде и так далее. Кроме того, молодежь стремится к постоянному самообразованию, в чем им помогают подкасты о культуре. Также на ресурсе представлены подкасты по психологии, которая в свою очередь является популярной в наше время среди молодого поколения, которое нацелено на проработку психологических травм, проживания эмоций и избавления от токсичности и негатива. Эти темы отражают тренды и течения в обществе именно среди молодого населения, поэтому подкасты радиостанции стараются привлечь более молодых слушателей на свой ресурс. Но, одновременно, они стараются удержать и взрослую аудиторию за информацией о получении льгот, политике, гастрономии, семье и детях.

⁶¹ Доля рынка, анализ доходов и трафика [Электронный ресурс] // similarweb.com: офиц. сайт. URL: <https://www.similarweb.com/website/radiokp.ru/#geography> (дата обращения: 09.05.2023)

Подкасты радиостанции «Комсомольская правда» представляют собой архив радиопередач и служат инструментом удержания аудитории, которая не может постоянно слушать прямой эфир. Также исходя из тем, на которые авторы записывают подкасты, мы можем сделать вывод, что редакция стремится привлечь на свой ресурс молодежь, тем самым «омолодить» целевую аудиторию как радиопередач, так и подкастов.

Несмотря на это, подкасты радио «КП» представлены достаточно широко и охватывают разные темы, которые соответствуют интересам и запросам целевой аудитории разных возрастов. Успешность такого использования подкастов показывает отдельное мобильное приложение, которое разработано специально для потребителей контента в формате подкастов от радиостанции.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подкаст – это самостоятельно развивающийся новый медиаформат, без которого сегодняшнее информационное поле уже сложно представить. Его появление и становление в значительной степени повлияло на современную радиожурналистику и дало почву для ее дальнейшего развития.

Поставленная цель данного исследования – изучение подкастинга в современных средствах массовой информации.

В первой главе мы изучили современное состояние радиожурналистики. В настоящее время она проживает сложный этап, который связан с адаптацией под новые реалии, которые диктуют экономика, политика, культура и технический прогресс. Под влиянием этих факторов началось активное развитие такого формата как подкаст. Он уходит своими корнями в радиожурналистику, однако модернизируется и адаптируется под современные реалии. Подкаст представляет собой формат создания и распространения звуковой информации в сети Интернет через внедрение мультимедиа-контента (аудио или видео) и RSS канал.

Во второй главе были изучены подкасты информационного агентства «РИА Новости», мультимедийной онлайн-платформы «Смотрим» и радиостанции «Комсомольская правда».

Этот новый медиаформат успешно осваивают российские онлайн-СМИ. Зачастую подкаст применяют как средство привлечения молодой аудитории на свой ресурс, так как в современных условиях радиожурналистике приходится конкурировать с новыми альтернативными формами прослушивания как информации, так и музыки. Это происходит за счет поиска тем, которыми интересуются молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет. Такая практика успешно реализуется.

Некоторые СМИ, например, ВГТРК и «Комсомольская правда» для контента такого формата создают отдельные площадки. Они облегчают слушателям процесс поиска и прослушивания подкастов, однако у платформ

есть недостатки, проработав которые, число слушателей может увеличиться. «РИА Новости» в данном случае для удобства прослушивания дублирует контент на разные стриминговые сервисы.

Основными слушателями является возрастная категория 25-34. Преимущественно на основе интересов этой возрастной группы происходит выборка тем, на которые в будущем будут записаны подкасты. Но стоит отметить, что темы не должны противоречить существующей программной политике. Подкасты выполняют различные функции и удовлетворяют запросы своей целевой аудитории.

Таким образом, поставленные задачи были выполнены, а главная цель исследования достигнута.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Аналитика трафика и доля рынка smotrim.ru [Электронный ресурс] // www.similarweb.com : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.similarweb.com/ru/website/smotrim.ru/#geography>. – 07.05.2023.
- 2 Арсентьева, Г. Л. Современное радиовещание России : учебно-методическое пособие / Г. Л. Арсентьева. – Казань: Казан. ун-т, 2016. – 75 с.
- 3 Арсланова, О. Р. Особенности современного информационного радиовещания в России. / О. Р. Арсланова // Вестник РУДН, серия Литературоведение. Журналистика. – 2009. – № 2 – С. 45-49.
- 4 Аудитория радиостанций [Электронный ресурс] // mediascope.net : офиц. сайт. – Режим доступа : https://mediascope.net/upload/iblock/ea3/zu7140dfxgwvzb3n0431ygdn2iz215y4/R_I_22_02.pdf. – 09.05.2023.
- 5 Баль, В. Ю. Аудиокнига, аудиоподкаст, аудиосериал - новые форматы медиaprостранства / В. Ю. Баль // Библиосфера. – 2020. – № 1. – С. 56-63.
- 6 Барашкина, Е. А. Коммуникативные стратегии подкастинга / Е. А. Барашкина, Л. А. Горшкова, В. В. Лабутина // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2021. – № 4 (42). – С. 113-121.
- 7 Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / Е. Л. Вартанова, М. И. Макеенко. – М. : Аспект пресс, 2015. – 384 с.
- 8 Витвинчук, В. В. Особенности российских подкастов (по материалам издания «Meduza») / В. В. Витвинчук, М. С. Лаврищева // Мир науки, культуры, образования. – 2019. – № 5 (78). – С. 544-546.
- 9 Воинова, Е. А. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды / Е. А. Воинова, Е. В. Сивякова // Социально-гуманитарные знания. – 2018. – № 12. – С. 104-120.

10 ВЦИОМ. Новости: Радио: любим, но не слушаем? [Электронный ресурс] // wciom.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/radio-lyubim-no-ne-slushaem>. – 14.12.2022.

11 Горохова, А. В. Возникновение радиовещания как средства массовой информации: первые теории развития радиовещания и его влияния на общество / А. В. Горохова // Культурология. – 2011. – № 1 (56). – С. 104-122.

12 Доля рынка, анализ доходов и трафика [Электронный ресурс] // similarweb.com : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.similarweb.com/website/ria.ru/#overview>. – 09.05.2023.

13 Доржиева, Д. Ц. К вопросу о типе текста «аналитическая статья» / Д. Ц. Доржиева // Научный диалог. – 2017. – № 2. – С. 32-43.

14 Егошкина, В. А. Формат радиостанций и форматообразующие признаки радиопрограмм / В. А. Егошкина // Коммуникативные исследования. – 2017. – № 2 (12). – С. 61-68.

15 История «РИА Новости» [Электронный ресурс] // www.kommersant.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.kommersant.ru/doc/2364087>. – 22.05.2023.

16 Ключев, Ю. В. Радиожурналистика в социуме: ее современное состояние и прогноз / Ю. В. Ключев // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2007. – № 1-1. – С. 109-114.

17 Комсомольская правда [Электронный ресурс] // ru.wikipedia.org : офиц. сайт. – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Комсомольская_правда#История. – 20.05.2023.

18 Медиа-кит радио «Комсомольская правда» [Электронный ресурс] // www.kp.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.kp.ru/share/i/13/3997663.pdf>. – 20.05.2023.

19 Мурзина, О. В. Радиожурналистика : учеб пособие / О. В. Мурзина, Э. С. Карпов. – Москва : РГУ им. А.Н. Косыгина, 2021. – 25 с.

20 Опрос ВЦИОМ показал, что более одного автомобиля в семье имеет 18% россиян [Электронный ресурс] // ria.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://ria.ru/20190919/1558832347.html>. – 09.05.2023.

21 Подкасты ВКонтакте: как создать и добавить свой подкаст [Электронный ресурс] // vk.com : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://vk.com/podcasting/creators>. – 09.05.2023.

22 Подкасты ВКонтакте: слушать онлайн бесплатно. Что такое подкасты ВКонтакте? [Электронный ресурс] // vk.com : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://vk.com/podcasting>. – 09.05.2023.

23 Протопопова, О. В. Боевые сводки и военная публицистика 1941-1945 годов как сверхтексты / О. В. Протопопова // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. – 2012. – № 6. – С. 96-105.

24 Радио «Комсомольская правда»: факты и информация [Электронный ресурс] // radiokp.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://radiokp.ru/about>. – 20.05.2023.

25 Раскатова, Е. Р. Типологический анализ современного радиовещания : учеб. пособие / Е. Р. Раскатова. – Тольятти : Изд-во ТГУ, 2012. – 108 с.

26 Распопова, С. С. Подкастинг : учеб. пособие для вузов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. – М. : Общество с ограниченной ответственностью Изд-во: «Аспект Пресс», 2018. – 112 с.

27 Реестр лицензий на деятельность по телерадиовещанию [Электронный ресурс] // rkn.gov.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://rkn.gov.ru/mass-communications/reestr/teleradio/>. – 09.05.2023.

28 Результаты исследования рекламной активности на радио [Электронный ресурс] // www.akarussia.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : https://www.akarussia.ru/files/docs/AKAR21_Radiometer.pdf. – 09.05.2023.

- 29 РИА Новости [Электронный ресурс] // ru.wikipedia.org : офиц.сайт.
– Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/РИА_Новости. – 09.05.2023.
- 30 РИА Новости запускает линейку подкастов [Электронный ресурс] // ria.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://ria.ru/20181015/1530556293.html>. – 09.05.2023.
- 31 Российская аудитория подкастов: исследование [Электронный ресурс] // www.cossa.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.cossa.ru/news/305686/>. – 20.05.2023.
- 32 Рябина, Е. В. Особенности подкастинга как способ представления информации / Е. В. Рябина, Л. В. Чередниченко // Межкультурный диалог в пространстве стран Азиатско-Тихоокеанского региона : материалы III Международной студенческой научно-практической конференции, Хабаровск, 10 декабря 2019 года. – Хабаровск: Тихоокеанский государственный университет, 2020. – С. 238-245.
- 33 Сервис «Смотрим»: что это было и почему госканал не мог нормально показывать футбол в интернете [Электронный ресурс] // sports.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/urbanhymns/2943892.html>. – 7.05.2023.
- 34 Смотрим главное, вести, фильмы, сериалы, шоу и эфир российских каналов [Электронный ресурс] // smotrim.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://smotrim.ru/>. – 7.05.2023
- 35 Спиридонова, Г. В. Радио в глобальной медиаконкуренции / Г. В. Спиридонова // Всероссийский журнал научных публикаций. – 2013. – № 2 (17). – С. 25-27.
- 36 Сысоев, П. В. Подкасты в обучении иностранному языку / П. В. Сысоев // Язык и культура. – 2014. – № 2 (26). – С. 189-201.
- 37 Федеральные СМИ – январь 2023 [Электронный ресурс] // mlg.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/11932/>. – 20.05.2023.

38 Что такое радио «Комсомольская правда»? [Электронный ресурс] // kp.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.kp.ru/daily/26508/3377815/>. – 20.05.2023.

39 Шариков А. В. Государственное радиовещание в России: тренд на потерю влияния // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2019. № 2. – 443 с.

40 Шелопаева, А. М. Сравнительный анализ вещания традиционных средств радиовещания и современных онлайн-платформ / А. М. Шелопаева // Социология. – 2021. – № 1. – С. 56-60.

41 Шерель А. А. Радиожурналистика / А. А. Шерель. – М. : Изд-во Моск. ун-та. – 2000. – С. 370.

42 Эксперт рассказал, что россияне стали больше слушать радио в 2022 году [Электронный ресурс] // tass.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://tass.ru/obschestvo/16492001>. – 09.05.2023.

43 Deal A. A. Teaching with Technology White Paper. Podcasting. [Электронный ресурс] // www.cmu.edu : офиц. сайт. – Режим доступа : http://www.cmu.edu/-teaching/technology/whitepapers/Podcasting_Jun07.pdf. – 09.05.2023.

44 Mediascope на Международной конференции «Радио в глобальной медиаконкуренции [Электронный ресурс] // mediascope.net : офиц. сайт. – Режим доступа : https://mediascope.net/news/1531250/?sphrase_id=250188 – 09.05.2023.

45 Youtube удалил канал радио «Комсомольская правда» [Электронный ресурс] // kp.ru : офиц. сайт. – Режим доступа : <https://www.kp.ru/online/news/5272087/>. – 20.05.2023.