

## Особенности формирования нового дискурса в русских медиа (на примере подкастов)

Научный руководитель – Бугакова Надежда Борисовна

*Девятова Мария Сергеевна*

*Студент (бакалавр)*

Воронежский государственный технический университет, Воронеж, Россия

*E-mail: devyatova12@gmail.com*

На просторах современных медиа все большую популярность набирает подкастинг. Это процесс создания подкастов – звуковых или видеофайлов, посвященных, как правило, определенной тематике. Отметим, что подкасты имеют определенную периодичность и могут быть прослушаны пользователем в любое удобное для него время, что является очевидным преимуществом этого жанра.

Анализируя научные работы, посвященные подкастам, можно отметить исследования, рассматривающие в целом явление подкастинга [1], а также исследования, посвященные специализированным подкастам (см., например, [2], [3] и др.).

Однако необходимо отметить, что в современной науке отсутствуют исследования подкастов, посвященных социальной тематике. По нашим наблюдениям, крайне востребованы у современных пользователей подкасты, освещающие ситуации, которые прямо или косвенно влияют на жизнь человека и, с точки зрения значительного числа членов сообщества, являются достаточно серьезными проблемами, требующими коллективных усилий для их решения. Таким образом, подкасты на социальную тематику анализируют абсолютно любые проблемы, существующие в социуме, предлагают пути их решения, и, пожалуй, самое главное – проблемы придаются огласке, становясь медиаловодом и формируя новый дискурс в современном медиапространстве. Отметим, что подкасты на социальную тематику охватывают определенный перечень проблем. Самыми популярными, по нашим наблюдениям, являются подкасты, посвященные размышлениям о бездомных, детях-сиротах, экологии, демографическом кризисе. Подобные выводы основаны на проведенном нами опросе среди студентов 1-4 курсов, обучающихся по направлению «Журналистика» в Воронежском государственном техническом университете. Этот опрос помог сформировать представление о мнении о подкастах реципиентов 18 – 21 года. Нами было опрошено 30 человек. Отметим, что 47% реципиентов сообщили, что предпочитают прослушивание чтению. Итак, 25% опрошенных сообщили, что не слушают подкасты вовсе, 56,3% слушают подкасты на социальную тематику, а 18,8% слушают, но на другую тему. Рассматривая востребованную слушателями тематику подкастов, мы выяснили, что наибольшее внимание привлекают подкасты, посвященные проблемам экологии (42% слушающих), политики (18%), сексуализированного насилия, домогательства (19%). 6% опрошенных интересуются подкастами, рассматривающими проблемы детей-сирот, остальные реципиенты выбирают другую тему.

Наша попытка выяснить у опрошиваемых, почему они выбирают подкасты на ту или иную тему, привела к следующим результатам: 63% процента студентов заявили, что выбор прослушиваемого подкаста основывается на актуальности проблем и отсутствии способов их решения; 21% опрошенных выбирает подкаст потому, что в дальнейшем хочет сделать вклад в развитие данной сферы; 16% опрошенных обосновывает свой выбор тем, что определенная тема интересна или способствует саморазвитию.

Таким образом, анализ показал, что подкастинг как одно из самых популярных направлений в современном медиапространстве оказывает большое влияние на сознание

потребителей этого медиапродукта, формируя специфическое отношение к социальным проблемам, актуальным в данное время.

### **Источники и литература**

- 1) Витвинчук В.В., Лаврищева М.С. Особенности российских подкастов // Мир науки, искусства, образования. №5 (78), 2019, С. 544 – 546.
- 2) Малышева Е.Г., Рогалева О.С. Спортивные подкасты в аспекте диалогической коммуникации // Коммуникативные исследования. 2022. Т. 9. № 4. С. 782–799. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(4).782-799.
- 3) Яшвили В.Г. Система подкастов о кино в современном медиапространстве // Слово в науке. 2022. С. 25 – 33.