**Толчина Мария Сергеевна**

Студентка факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова

**Аудиально-выразительные параметры научно-популярных подкастов в оценках потенциальной аудитории: опыт социологического исследования**

В медиаиндустрии подкастинг остается перспективной платформой для создателей контента. По данным Ассоциации развития интерактивной рекламы, каждый год число россиян, которые хотя бы раз слушали подкасты, «увеличивается на 10%» [3]. При этом стоит отметить один из трендов этой отрасли — «интенсивную интеграцию… с радио» [1], родство с которым позволяет говорить о том, что постепенно подкастинг может перенять аудиально-выразительные средства радиоиндустрии, увеличив количество иммерсивных и художественно-нарративных проектов.

Звуковой образ в аудиосреде выстраивается из трех элементов — шумов, музыки и речи. В подкасте они реализуют структурно-композиционную функцию и эмотивно-смысловую. При этом и шум, и музыка стоят на одном уровне с речью, поскольку тоже «способны уточнять, дополнять и развивать как идейную, так и эстетическую информации, <…> нести необходимые логическую и эмоциональную нагрузки» [2]. Однако не все авторы понимают, как может отреагировать слушатель на использование аудиально-выразительных средств хотя бы потому, что не все платформы предоставляют возможность получить аудиторные показатели. Однако понимание того, какую реакцию у потребителей вызывает включение экспрессивно-художественных элементов в повествование, может повлиять на изменение аудиоландшафта подкастинга. Это подчеркивает актуальность детального изучения реакции слушателей на использование аудиально-выразительных средств в подкастах.

В рамках исследования было проведено анкетирование студентов бакалавриата факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. В качестве иллюстрирующего примера использовался проект научно-популярного подкаста с иммерсивными элементами о медиаисследованиях. Изначально респондентам предлагалось выбрать не более трех вариантов отталкивающих и привлекающих характеристик, связанных с саунд-дизайном, и оценить их по 7-балльной шкале в диапазоне [-3;3]. Среди предложенных вариантов были такие элементы, как шум атмосферы, синхронные шумы, интершумы, эффекты (sfx — придуманные звуки и hfx — имитация существующих звуков), фоновая музыка, тишина (длинная пауза) и особенности речи. Кроме аудиально-выразительных средств, респондентам было предложено выбрать наиболее приемлемое соотношение формата (информационный, аналитический, документально-художественный) и количества участников в подкасте (монолог-коммуникатора/журналиста, монолог-ученого, диалог, полилог, только звуки).

Анализ промежуточных результатов показал, что респонденты старались часто не выбирать крайний положительный показатель, концентрируя свои ответы в диапазоне [-1;2] ∪ {-3}. В промежутке [-3; -1] респонденты предпочитали выбирать либо категорическое неприятие элемента (-3), либо значение, приближающееся к нулю — {-1}.

По форматно-жанровому показателю голоса распределились почти равномерно, но наиболее популярными все-таки оказались документально-художественные жанры (35%). При этом наиболее предпочтительной формой речи стал диалог (45%), который занял лидирующую позицию в аналитических форматах. Однако никакой связи с оценкой отталкивающих и привлекающих характеристик саунд-дизайна выявить не удалось. Встречались ответы, в которых респондент выбирал документально-художественный формат, но при этом оценивал все шумовые и музыкальные решения исключительно отрицательно, иногда прибегая даже к крайним значениям (3%). К такой же доле ответов относятся только положительные оценки в рассматриваемом жанре. До 9% показатель вырастает при включении нейтральных значений. Аналогичное прослеживается и в других форматах.

Получается, что при оценке предполагаемых отталкивающих и привлекающих характеристик саунд-дизайна студенты факультета журналистики МГУ чаще выбирали значения, стремящиеся к нейтральным. Большое количество негативных оценок респонденты выставили интершумам, речевым особенностям спикера и тишине (длинной паузе). При этом взаимосвязи определенного отношения к элементам саунд-дизайна респондентов и выбором формата и количества участников подкаста выявлено не было.

**Источники и литература**

1. Круглова Л.А. Использование выразительных средств радио в русскоязычных подкастах // Медиа в современном мире. 62-е Петербургские чтения. Материалы 62-го международного научного форума. СПб, 2023. Т. 1. С. 211-213.
2. Радиожурналистика / Под ред. Шереля А.А. — М.: Издательство Московского университета, 2005. — 480 с.
3. РАЭК: <https://raec.ru/live/branch/14160/>