

КУЛЬТУРА ПОДКАСТИНГА В РОССИИ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

Егорова Л. Г., Чиканова С. Н.

*Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова,
Симферополь, Российская Федерация
E-mail: legora@list.ru*

В условиях стремительного развития цифровых технологий и изменения медиапотребления подкасты становятся одним из наиболее востребованных форматов. Исследование подкастов как медиаформата позволяет глубже осмыслить трансформацию методов создания и дистрибуции контента в цифровую эпоху, а также эволюцию взаимоотношений между аудиторией и медиаресурсами. Данный формат предоставляет платформу для самовыражения не только профессиональным медиаспециалистам, но и представителям целевой аудитории, что приводит к жанровому и концептуальному разнообразию контента. В статье представлены особенности функционирования подкастов, их жанровое разнообразие, специфика создания и взаимодействия с аудиторией.

Ключевые слова: медиа, подкаст, целевая аудитория, аудиоконтент, интерактивная журналистика.

ВВЕДЕНИЕ

Современный подкастинг – кульминация эволюции различных медиаформатов. В начале двадцатого столетия радио стремительно превратилось в ключевой информационно-развлекательный канал для широких слоев населения. Примечательно, что миллионы граждан впервые получили доступ к контенту, созданному с учетом их интересов и потребностей. Радиопрограммы способствовали формированию особой эмоциональной связи между коммуникаторами и реципиентами. Именно этот характер взаимодействия впоследствии стал концептуальной основой для интерактивного аспекта современного подкастинга. Настоящая революция произошла с появлением кассетных магнитофонов, которые благодаря своей мобильности стали символом доступности. Аудиоблоги на кассетах, появившиеся в конце XX в., наглядно показали: любой человек может создать и поделиться своими мыслями, историями и идеями с другими людьми. Необходимо отметить, что технологии способствовали формированию уникальной среды, в которой позиция индивида как реципиента и одновременно производителя контента изменила парадигму взаимодействия с медиаресурсами. В современном контексте подкастинг эволюционировал от сугубо развлекательного формата до эффективного инструмента артикуляции социально значимых проблематик, подкасты способствуют образованию коммуникативных сообществ, объединенных общими интересами, тематическими предпочтениями и жанровыми приоритетами.

В то время как телевидение и радио всегда были ограничены временными рамками и требовали эфирной передачи сигнала, мир подкастов живёт по иным правилам – они создаются и распространяются через интернет, что формирует совершенно особую среду, в которой даже нишевое шоу способно обрести свою аудиторию вне зависимости от географии пребывания слушателей и времени выхода в эфир. Стоит также обратить внимание на финансовую сторону вопроса. Если традиционные СМИ по-прежнему во многом полагаются на рекламодателей и спонсоров, то создатели подкастов часто идут другими путями – предлагают подписки или принимают пожертвования от слушателей [13]. Итак, одной из ключевых особенностей подкастинга является возможность накапливать и организовывать аудиоконтент для удобного доступа слушателей, что, в

свою очередь, формирует новое пространство для потребления информации. **Цель** нашей статьи – выявление особенностей подкастов как формата современной журналистики, определение их влияния на медиапотребление и взаимодействие с аудиторией.

ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА ИССЛЕДОВАНИЯ

Изначально подкастинг в российском медийном пространстве воспринимался как нестандартный формат. Однако в контексте цифровой эволюции интерес к данному формату возрос. Ранние подкастинговые проекты характеризовались специфическим стилистическим своеобразием: преобладали неформальные дискурсивные практики, в рамках которых участники коммуникации демонстрировали открытость в артикуляции персональных перспектив и рефлексий относительно социальных феноменов. Репрезентативным примером одного из первых проектов может служить подкаст «Культура» радиостанции «Эхо Москвы» 2005 года [7]. Он оперативно сформировал лояльную аудиторию слушателей, ориентированных на получение актуальной информации о глобальных процессах и культурных инновациях.

С появлением подкастинга в России возникла необходимость в специализированных платформах, способствующих эффективному хостингу и распространению аудиоконтента. Традиционные методы размещения файлов – загрузка на интернет-страницы или использование общих каталогов оказались недостаточными для удовлетворения потребностей авторов и слушателей. Стали развиваться специализированные платформы для хостинга подкастов, которые предоставляли встроенные инструменты для управления контентом, мониторинга статистики и взаимодействия с аудиторией, одной из первых стала «PodFM», запущенная в 2008 году [8]. Она консолидировала усилия создателей контента, стремящихся к трансляции оригинального аудиоматериала широкой аудитории. На сегодня 60% всей российской аудитории приходится на Яндекс.Музыку и Apple Podcasts [11]. Остальные 40% распределились по другим платформам: VK Музыка, Звук, SoundStream, CastBox, Google-подкасты и др. Конкуренция между платформами привела к появлению новаторских решений – от необычных форматов до полезных возможностей для пользователей, включая детальную аналитику о слушателях, которая помогает авторам лучше понять, какой же на самом деле является их аудитория. По мере того, как интерес к подкастингу рос, специализированные платформы начали активнее встраивать рекламные инструменты, что открыло авторам новые возможности для заработка на контенте [12]. Подкастеры получили реальный шанс привлекать рекламодателей, и это стало стимулом создавать ещё более качественные и интересные выпуски. Впрочем, вместе с новыми возможностями пришли и новые сложности: необходимость соблюдать авторские права, контролировать качество размещаемой рекламы и т. д. Таким образом, появление специальных платформ для хостинга подкастов стало по-настоящему переломным моментом в развитии всего формата, предоставив русскоязычным подкастерам богатый и эффективный набор инструментов для воплощения творческих идей.

По мере совершенствования технологий записи и монтажа создатели подкастов получили инструменты для производства контента высокого качества. Музыкальное сопровождение, атмосферные звуковые эффекты и профессиональная обработка звука сделали подкасты намного приятнее для восприятия. Изменилась и структура повествования. От простых бесед подкасты эволюционировали до использования разнообразных приёмов: воспоминаний, параллельных сюжетных линий, интерактивных элементов и многого другого [5]. Слушатели в настоящее время не ограничиваются

пассивным потреблением информации, они демонстрируют активное участие в дискуссиях, формируют дискурс комментатора. Согласно данным опроса сервиса «Анкетолог»–2023, абсолютное большинство респондентов – 92% слушает подкасты на смартфонах. Чуть меньше половины – 41% предпочитает использовать ноутбук. 24% респондентов ответили, что выбирают планшеты, а 22% – «умные» колонки. Если говорить о возрастной классификации респондентов, то самый высокий интерес к этому формату медиа проявили люди от 25 до 34 лет [11]. По версии интернет-портала Forbes Life, в 2024 г. количество слушателей подкастов во всём мире превысило полмиллиарда человек [6]. И россияне составляют 10 миллионов активных слушателей.

Появление новых жанров подкастов в России стало знаковым событием на фоне стремительного роста интереса к этому формату. Заметным явлением стали развлекательные подкасты, где ведущие обсуждают актуальные события, тренды и культурные феномены. Большое количество проектов используют юмор и иронию, превращая прослушивание в увлекательное занятие. Такие подкасты находят отклик у людей самых разных возрастов, что говорит об их универсальной привлекательности. Активно развивается и документальный подкастинг, изначально нехарактерный для российского аудиального пространства, но в течение последних лет демонстрирующий активность. Программы, фокусирующиеся на социальной проблематике, исторических феноменах или знаковых персонах стали значимым компонентом медиаландшафта. Аудитория демонстрирует предпочтение нарративам с эмоциональным резонансом. Несомненную популярность приобрели образовательные подкастинговые проекты, которые транслируются в формате увлекательной дискуссии, оптимизируя образовательный процесс с позиций доступности и аттрактивности. Обсуждение литературы и музыки становится важной частью современного культурного пространства.

По содержанию подкасты можно условно разделить на три основные категории: информационные, образовательные и развлекательные [4]. Информационные подкасты обычно сфокусированы на свежих новостях, аналитике и исследовательских данных, сюда же включают интервью с экспертами и комментарии ведущих. Информационный контент представлен в лаконичной форме, сопровождается музыкальными интерлюдиями или акустическими эффектами, что способствует обогащению слушательского восприятия и созданию более насыщенного аудиального опыта [3]. Образовательные подкасты предоставляют возможность более основательного погружения в специфические тематические области. Преимущественно они разрабатываются с целью трансляции аудитории новых компетенций или распространения экспертных знаний. Тематический диапазон образовательных подкастов охватывает широкий спектр направлений – от естественнонаучных и технических до исторических и искусствоведческих. Развлекательные подкасты ориентированы на обеспечение рекреационного досуга слушательской аудитории: от уютных разговоров о повседневной жизни, до сатирических шоу или обсуждений фильмов [9]. Содержательное многообразие подкастов свидетельствует о гибкости формата и его способности подстраиваться под запросы самых разных слушателей.

Если говорить о форматах записи подкастов, то следует выделить аудиоформат, видеоподкасты и смешанные форматы [4]. Наиболее распространены аудиоподкасты. Они удобны тем, что слушатель может возвращаться к ним в любое время и в любом месте. Аудиоформат способствует более тесному взаимодействию с аудиторией, создавая эффект близости, поскольку голос ведущего, выразительность интонаций, подчеркнутые

паузы способны передать эмоции и настроение, а значит, увеличить вовлеченность. Видеоподкасты открывают дополнительное пространство для творчества. Визуальные элементы облегчают восприятие информации, предоставляя возможность респондентам лучше усваивать информацию при помощи графических материалов, видеоряда и интервью с респондентами. Гибридные форматы – интеграция аудио- и видеоэлементов для обеспечения максимального восприятия информации: подкасты могут содержать как исключительно звуковые сегменты, так и видеоматериалы.

Исходя из особенностей типологии, различают разговорные, художественные и документальные подкасты [4]. Отметим, что все они обеспечивают особое взаимодействие между ведущими и аудиторией. Разговорные подкасты, как правило, представляют собой динамичные диалоги участников [10]. Они сосредоточены на обсуждении актуальных тем, ведущие могут пригласить экспертов либо представителей аудитории, имеющих определенный опыт в обсуждаемой области. Данный формат формирует пространство для обмена взглядами, концептуальными идеями, а в некоторых случаях и для конструктивной критики. В монологических подкастах присутствует только ведущий, такие аудиопрограммы могут выполнять образовательные или развлекательные функции в зависимости от избранной предметной области [4]. Ведущий в данном контексте играет роль своеобразного проводника, направляющего аудиторию через информационные потоки и выполняющего функции нарратора. Монологический формат обеспечивает условия для углубленного анализа тематики, создавая возможности для детального изучения нюансов.

В документальных подкастах приоритетное внимание уделяется исследованию фактологического материала и событий, представляющих интерес для широкой аудитории [2]. Используется комбинация интервьюирования, задействования архивных источников, акустических эффектов и экспертных комментариев. Подобная композиция создает эффект иммерсивного присутствия, позволяя слушателю погрузиться в атмосферу анализируемых событий. Тематический спектр документальных подкастов может охватывать социальные, культурологические или исторические аспекты, при этом целевая направленность заключается не только в информационной трансляции, но и в эмоциональном и интеллектуальном стимулировании аудитории.

Нами проанализированы популярные разговорные подкасты – «Книжный чел», «Секс с Мари», художественные подкасты – «Мрачные сказки», «Тут такое дело» и документальные подкасты – «Голос культа», и «Поручик Кижее».

Отметим, что разговорные подкасты строятся на живом общении участников – будь то диалог или беседа нескольких людей. Они могут быть представлены как посиделками с обменом мнениями, так и площадкой для глубокого анализа, что привлекает самых разных слушателей. Часто такие подкасты строятся в виде интервью с ведущим и гостем, но нередко встречается и свободный формат, где все участники на равных делятся своими мыслями. Специфика разговорных подкастов – в создании эффекта присутствия. Слушатели словно оказываются за одним столом с говорящими, становясь невидимыми участниками беседы. Это усиливает связь между авторами подкаста и аудиторией, особенно при использовании формата «вопрос-ответ», где ведущий отвечает на заранее подготовленные вопросы слушателей, что помогает наладить более тесный контакт с аудиторией.

Одним из показательных примеров русскоязычных разговорных подкастов является «Книжный чел». Проект появился в 2018 г. и быстро нашел своего слушателя, став одним из первых подкастов о литературе. Ведущие обсуждают как произведения современных

авторов, так и отечественную и зарубежную классику. На запись часто приглашаются писатели и литературные критики. Благодаря этому слушатели не только узнают о новых книгах, но и слышат профессиональные точки зрения. «Книжный чел» привлекает именно разговорной манерой, создающей атмосферу дружеской беседы. Ведущие обсуждают книги в непринужденной обстановке, обмениваясь личными впечатлениями и историями из жизни, связанными с чтением. Такой подход делает подкаст понятным и увлекательным для самых разных людей – как для книжных гурманов, так и для тех, кто только начинает свой путь в мире литературы. Выпуски обычно длятся от получаса до часа – этого достаточно, чтобы погрузиться в тему, но не утомить слушателя. Такая продолжительность идеально подходит для прослушивания в пути, на прогулке или дома (<https://music.yandex.ru/album/10331760>).

«Секс с Мари» – подкаст, созданный блогером и журналисткой Мари Новосад. Этот проект стал самым популярным русскоязычным разговорным шоу на «Яндекс.Музыке» в 2021 году, транслирующемся в формате монологов и диалогов с гостями – коучами, психологами и т.д. Темы варьируются от обсуждения интимных вопросов до женского саморазвития. Например, в эпизоде «Сила женской энергии» обсуждается проявление женственности и личностного роста. Основная аудитория шоу – молодежь и взрослые, интересующиеся темами сексуальности и психологии. Особенность данного проекта – откровенность и интерактивность. Мари открыто говорит о сложных и часто табуированных темах, что привлекает аудиторию, ищущую честность в разговорах. Слушатели могут отправлять свои вопросы автору на электронную почту, и Мари отвечает на них в рубрике «Вопрос недели». Отметим, что специфика тематики и аудитории разговорных подкастов приводит к появлению контента, представляющего интерес как для самих создателей, так и для тех, кто интересуется представленными темами. В результате жанр продолжает расширять границы и привлекать новых слушателей, настраивая их на общение и диалог (<https://music.yandex.ru/album/31533649>).

Главной целью художественных подкастов является не просто передача информации, а создание эмоционального отклика у аудитории, что достигается за счет тщательно продуманной структуры и исполнения [4]. Они предлагают увлекательные истории, в основу которых могут быть положены как реальные, так и фантазийные события, таким образом устраняя временные и пространственные ограничения, позволяя слушателю и воспринимать информацию, и становиться активным участником созданной иммерсивной среды. Это достигается благодаря многоуровневому подходу к звуковому оформлению, где каждая деталь – от фонового звука до интонации ведущего создает необходимую атмосферу. Важное значение в художественных подкастах имеет звуковое оформление. Оно влияет не только на восприятие содержания, но и на эмоциональную реакцию слушателя. Звуковые эффекты, музыкальные вставки, а также фоновые звуки способны создать определенную атмосферу, привнести нужное настроение или, наоборот, элемент неожиданности. Например, характерная музыкальная заставка может создать связь с ранее транслированным контентом. Исследования показывают, что история, обогащенная разнообразным звуковым оформлением, воспринимается иначе, чем просто текст [1]. Когда подкаст сопровождается звуковыми эффектами, слушатели лучше улавливают эмоциональные нюансы. Это своего рода «звуковой перекресток», где звук и смысл сплетаются, создавая более глубокое восприятие. Интересно, что многие подкастеры используют звук как часть повествовательного арсенала, где неожиданные звуковые эффекты погружают слушателя в тему. Это позволяет не только рассказать историю, но и «показать» её через звуковые детали.

Одним из самых ярких русскоязычных художественных подкастов являются «Мрачные сказки» от студии Терменвокс. Проект появился в 2021 г., он погружает слушателей в мир славянского фольклора, мифов и обрядов. Шоу сочетает в себе элементы аудиоспектакля, научно-популярного рассказа и театра одного актера. Подкаст создан журналистом и актером Дмитрием Лебедевым, который выступает в роли сказителя, и фольклористом-антропологом Надеждой Рычковой, комментирующей культурно-исторический контекст сказок. Каждый выпуск посвящен определенной теме или персонажу из славянской мифологии: ведьмам, змеям, домовым и т.д. Подкаст исследует, как эти образы связаны с обрядами, верованиями и коллективной памятью. Особое внимание уделяется региональному разнообразию фольклора России и других стран. «Мрачные сказки» – самобытное сочетание художественного повествования и научного анализа (<https://music.yandex.ru/album/17729548>).

Еще один художественный подкаст, который заслуживает внимания, – «Тут такое дело». Реализован в жанре тру-крайм, рассказывает о преступлениях. Подкаст выходит еженедельно, с 2021 года выпущено 160 эпизодов, каждый из которых посвящен конкретному преступлению или серии преступлений. Ведущие Дарья Сабурова и Мария Сопкина рассказывают о событиях, анализируют мотивы преступников и обсуждают детали расследования. Отличительной чертой подкаста является повествование от первого лица, благодаря чему аудитория сопереживает событиям вместе с автором. Применяя разнообразные художественные методы, создатели контента вызывают у слушателей эмпатический отклик, побуждая их идентифицировать себя с главным действующим лицом, испытывать спектр эмоций от тревожности и страха до изумления. Отмеченные приемы демонстрируют особую эффективность именно в жанре тру-крайм, где психологический накал имеет не меньшую значимость, чем фактологическая точность. Именно эта особенность выделяет подкаст «Тут такое дело» среди многочисленных аналогичных проектов, где информация преподносится в более отстраненной манере, имитирующей стиль документальной хроники (<https://music.yandex.ru/album/13818642>).

Одной из ключевых характеристик документальных подкастов является структурированность [14]. Они обычно разбиваются на серии, каждая из которых фокусируется на определенной теме. При этом важно, что каждая серия содержит тщательно подобранные факты, интервью с экспертами, а также различные аудиоматериалы, которые поддерживают основную нить повествования. Таким образом слушатель получает возможность глубже понять обсуждаемую тему, создается своеобразная многогранность восприятия.

Российский документальный аудиопроjekt, посвященный исследованию религиозных и эзотерических культов, – «Голос Культа». Это глубокое погружение в структуру и психологию закрытых сообществ, освещающее реальные истории людей, оказавшихся вовлеченными в различные культы. Каждый эпизод фокусируется на конкретной организации или движении, рассказывая о возникновении, методах вовлечения и удержания последователей, психологические и социальные механизмы влияния, а также последствия участия в таких сообществах для личности и общества. Повествование строится на интервью с бывшими участниками культов, экспертами в области религиоведения и психологии, а также на анализе документальных источников. Проект не только рассказывает истории, но и анализирует их, помогая слушателям вникнуть в сложные психологические и социальные проблемы (<https://music.yandex.ru/album/25263128>).

«Поручик Киж» – исторический подкаст, созданный журналистом, кандидатом исторических наук Георгием Манаевым совместно с медиаплатформой Disgusting Men. С 2019 года вышло более 40 эпизодов, охватывающих разные периоды российской истории. Аудиопроект предлагает собственную интерпретацию российской исторической парадигмы, акцентируя внимание аудитории на малоисследованных аспектах отечественного прошлого. Тематический спектр составляют такие культурно-исторические феномены, как, например, традиция кулачных состязаний в древнерусском обществе, история чайной церемонии в России, практики народной магии и колдовства в допетровский период. Каждый эпизод – увлекательное повествование, в котором академическая достоверность сочетается с эмоциональной нарративной подачей. Георгий Манаев не только выступает в роли ведущего проекта, но и является автором сценария и создателем оригинального музыкального сопровождения. Подкаст характеризуется высоким качеством аудиопроизводства и тщательно проработанной композиционной структурой. Он ориентирован на аудиторию, проявляющую интерес к российской истории и стремящуюся расширить познания о национальном прошлом с помощью доступных форм информационного контента (<https://music.yandex.ru/album/8780865>).

ВЫВОДЫ

Подкасты – востребованный формат современных медиа, который функционирует и как канал информационной трансляции, и как коммуникативная платформа, отражающая динамику социальных преобразований. Ключевым преимуществом подкаста является интерактивность: слушатели имеют возможность комментировать, обсуждать и распространять выпуски через социальные сети, формируя вокруг каждого эпизода активное сообщество. Это трансформирует подкастинг из одностороннего вещания в полноценный диалог автора и аудитории. В дальнейшем, полагаем, следует ожидать увеличения количества подкастов, что связано с доступностью технологий для создания и распространения аудиоконтента. Отметим, что все большее внимание аудитории привлекают нишевые подкасты: люди, интересующиеся узкоспециализированными темами, находят качественный контент, который соответствует их запросам.

В долгосрочной перспективе подкасты способны не только закрепить за собой статус значимого элемента медиаландшафта, но и эволюционировать в один из значимых форматов аудиовизуального контента, интегрируясь в повседневные практики многочисленной целевой аудитории.

Список литературы

1. *Агеева Г. М.* Литблоги и подкасты как форматы книжного медиабытия // Библиосфера. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/litblogi-i-podkasty-kak-formaty-knizhnogo-mediabytiya>. – (Дата обращения: 15.03.2024)
2. *Анюхина А. М.* Феномен мультимедийного лонгрида и digitalstorytelling в сетевых медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2020. – № 2 (24). – С. 146–150.
3. *Барашкина Е. А.* Коммуникативные стратегии подкастинга // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2021. – Вып. 4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-strategii-podkastinga>. – (Дата обращения: 13.05.2025).
4. *Воинова Е. А., Сивякова Е. В.* Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды // Социально-гуманитарные знания. – 2018. – № 12. – С. 104–119.
5. *Землянский А. В.* Журналистика в 2020-2021 годах: тенденции // Наука и школа. – 2020. – Вып. 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistika-v-2020-2021-godah-tendentsii>. – (Дата обращения: 22.08.2024).

6. *Ибраимов А. Г.* Развитие и классификация подкастов // Информационно-компьютерные технологии в экономике, образовании и социальной сфере. – 2021. – № 1 (31). – С. 140–147.
7. *Конкин А. А.* Феномен подкаста в системе репрезентации межкультурных и социально-политических явлений // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2021 – Вып. 6. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-podkasta-v-sisteme-reprezentatsii-mezhkulturnyh-i-sotsialno-politicheskikh-yavleniy>. – (Дата обращения: 13.04.2025).
8. *Круглова Л. А.* Культурологические аспекты трансформации термина «подкастинг» // Гуманитарный вектор. – 2024. – Вып. 3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturologicheskie-aspekty-transformatsii-termi-na-podkasting>. – (Дата обращения: 21.08.2024).
9. *Куницына Н. В.* Интервью – ток-шоу – подкастинг: классика жанра в контексте медийных трансформаций // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2021. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/intervyu-tok-shou-podkasting-klassika-zhanra-v-kontekste-mediynykh-transformatsiy>. – (Дата обращения: 10.08.2024).
10. Подкасты могут помочь медиа построить комьюнити. Какие подкасты делают медиа сегодня и что происходит на рынке. – Режим доступа: <https://jmlst.ru/2021/11/12/2145/> – (Дата обращения: 25.04.2024).
11. Сколько людей слушают подкасты? – 2025. – Режим доступа: <https://inclient.ru/podcast-stats/#lwptoc12>. – (Дата обращения: 17.08.2024).
12. *Сметанина Д. А.* Специфика функционирования просветительского подкастинга в Рунете // Молодежный вестник ИрГТУ. – 2022. – Вып. 1. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=qickfr>. – (Дата обращения: 22.08.2024).
13. *Тесленко Л. А.* Подкастинг в интерактивной журналистике // Student. – 2022. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/podkasting-v-interaktivnoy-zhurnalistike>. – (Дата обращения: 09.03.2025).
14. *Хакимова Е. М.* Русскоязычные подкасты как современная дискурсивная практика и предмет исследования // Вестник Томского Государственного университета. – 2023. – Вып. 84. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/russko-yazychnye-podkasty-kak-sovremennaya-diskursivnaya-praktika-i-predmet-issledovaniya>. – (Дата обращения: 13.04.2025).

References

1. Ageeva G. M. *Litblogi i podkasty kak formaty knizhnogo mediabytiya* [Litblogs and podcasts as formats of book media]. *Bibliosfera*. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/litblogi-i-podkasty-kak-formaty-knizhnogo-mediabytiya> (accessed 15 March 2024).
2. Anyukhina A. M. *Fenomen multimedijnogo longrida i digitalstorytelling v setevykh media* [The phenomenon of multimedia longrid and digitalstorytelling in online media]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2020, no. 2 (24), pp. 146–150.
3. Barashkina E. A. *Kommunikativnye strategii podkastinga* [Communicative podcasting strategies]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 2021, no. 4. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-strategii-podkastinga> (accessed 13 May 2025).
4. Voinova E. A., Sivyakova E. V. *Podkast kak novyj format publichnoj kommunikacii v usloviyah cifrovoj mediasredy* [Podcast as a new format of public communication in a digital media environment]. *Social'no-gumanitarnye znaniya*, 2018, no. 12, pp. 104–119.
5. Zemlyansky A. V. *Zhurnalistika v 2020–2021 godah: tendencii* [Journalism in 2020–2021: trends]. *Nauka i shkola*, 2020, no. 3. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistika-v-2020-2021-godah-tendentsii> (accessed 22 August 2024).
6. *Ibraimov A. G. Razvitie i klassifikaciya podkastov* [Development and classification of podcasts]. *Informacionno-komp'yuternye tehnologii v jekonomike, obrazovanii i social'noj sfere*, 2021, no. 1 (31), pp. 140–147.
7. *Konkin A. A. Fenomen podkasta v sisteme reprezentacii mezhkul'turnyh i social'no-politicheskikh yavlenij* [The phenomenon of podcast in the system of representation of intercultural and socio-political phenomena]. *Vestnik Zabajkal'skogo gosudarstvennogo universiteta*, 2021, no. 6. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-podkasta-v-sisteme-reprezentatsii-mezhkulturnyh-i-sotsialno-politicheskikh-yavleniy> (accessed 13 April 2025).

8. Kruglova L. A. *Kul'turologicheskie aspekty transformacii termina «podkasting»* [Cultural aspects of the transformation of the term «podcasting»]. *Gumanitarnyj vektor*, 2024, no. 3. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturologicheskie-aspekty-transformatsii-termi-na-podkasting> (accessed 21 August 2024).
9. Kunitsyna N. V. *Interv'yu – tok-shou – podkasting: klassika zhanra v kontekste medijnyh transformacij* [Interview – talk show – podcasting: classics of the genre in the context of media transformations]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatishheva*, 2021. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/intervyu-tok-shou-podkasting-klassika-zhanra-v-kontekste-medijnyh-transformatsiy> (accessed 10 August 2024).
10. *Podkasty mogut pomoch' media postroit' kom'yuniti. Kakie podkasty delayut media segodnya i chto proiskhodit na rynke* [Podcasts can help media build a community. What podcasts are being made by the media today and what is happening on the market]. Available from: <https://jrnlst.ru/2021/11/12/2145/> (accessed 25 April 2024)
11. *Skol'ko lyudej slushayut podkasty?* [How many people listen to podcasts?]. 2025. Available from: <https://inclient.ru/podcast-stats/#lwptoc12> (accessed 17 August 2024)
12. Smetanina D. A. *Specifika funkcionirovaniya prosvetitel'skogo podkastinga v Runete* [Specifics of the functioning of educational podcasting on the Runet]. *Molodezhnyj vestnik IrGTU*, 2022, no. 1. Available from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=qickfr> (accessed 22 August 2024)
13. Teslenko L. A. *Podkasting v interaktivnoj zhurnalistike* [Podcasting in interactive journalism]. *Studnet*, 2022. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/podkasting-v-interaktivnoy-zhurnalistike> (accessed 03 September 2025)
14. Khakimova E. M. *Russkoyazychnye podkasty kak sovremennaya diskursivnaya praktika i predmet issledovaniya* [Russian-language podcasts as a modern discursive practice and subject of research]. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo universiteta*, 2023, no. 84. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/russkoyazychnye-podkasty-kak-sovremennaya-diskursivnaya-praktika-i-predmet-issledovaniya> (accessed 13 April 2025).

PODCASTING CULTURE IN RUSSIA: TO STATING THE PROBLEM

L. G. Egorova, S. N. Chikanova

With the rapid development of digital technologies and changing media consumption, podcasts are becoming one of the most sought-after media formats. The study of podcasts as a media format allows for a deeper understanding of the transformation of content creation and distribution methods in the digital age, as well as the evolution of the relationship between the audience and media resources. This format provides a platform for self-expression not only for professional media professionals, but also for representatives of the target audience, which leads to a variety of genres and conceptual content. The article presents the features of podcast functioning, their genre diversity, the specifics of creation and interaction with the audience.

Keywords: media, podcast, target audience, audio content, interactive journalism.