

А.В. Куприянова



тольяттинский
государственный
университет

ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ ПОДКАСТА



Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Тольяттинский государственный университет

А.В. Куприянова

ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ ПОДКАСТА

Учебно-методическое пособие

Тольятти
Издательство ТГУ
2025

УДК 070:004.773:654.198(075.8)

ББК 76.031.08:16.263.3я73

К 924

Рецензенты:

канд. филол. наук, доцент кафедры литературы, журналистики
и методики обучения Самарского государственного социально-
педагогического университета *Н.Н. Борщева*;

канд. филол. наук, доцент, доцент кафедры «Журналистика»
Тольяттинского государственного университета *М.В. Орлова*.

К 924 Куприянова, А.В. Технология создания подкаста : учебно-методическое пособие / А.В. Куприянова. — Тольятти : Издательство ТГУ, 2025. — 78 с. — ISBN 978-5-8259-1745-0.

В учебно-методическом пособии обозначены цели и задачи курса, представлены краткие теоретические сведения, методические материалы, необходимые студентам для подготовки к практическим занятиям, рекомендации по организации самостоятельной работы, списки рекомендуемой литературы, вопросы итогового контроля.

Предназначено для освоения дисциплины «Технология создания подкаста» студентами направления подготовки 42.03.02 «Журналистика» очной формы обучения.

УДК 070:004.773:654.198(075.8)

ББК 76.031.08:16.263.3я73

Рекомендовано к изданию научно-методическим советом
Тольяттинского государственного университета.

© Куприянова А.В., 2025

ISBN 978-5-8259-1745-0

© ФГБОУ ВО «Тольяттинский

государственный университет», 2025

ВВЕДЕНИЕ

Учебно-методическое пособие «Технология создания подкаста» предназначено студентам очной формы обучения по направлению подготовки бакалавров 42.03.02 «Журналистика» для изучения дисциплины «Технология создания подкаста». Цель дисциплины — освоение компетенций, связанных с подготовкой подкаста и работой с аудиоматериалами.

Задачи:

- помочь студентам разобраться в особенностях подкаста как медиаформата;
- формировать умения и навыки по созданию и публикации подкаста;
- развивать умения по созданию аудиоподкаста от идеи до ее воплощения в регулярных выпусках.

В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:

- знать тенденции развития современных медиапроектов в аудиоформате;
- уметь разрабатывать и реализовывать концепцию подкаста;
- владеть навыками работы в современных аудиоформатах, использования технических средств аудиозаписи и монтажа.

Основная часть учебно-методического пособия «Технология создания подкаста» направлена на организацию процесса подготовки студентов к практическим занятиям. В соответствии с рабочей программой дисциплины темы пособия группируются в следующие модули:

1. Жанрово-форматные характеристики подкаста.
2. Концепция подкаста.
3. Основные этапы создания подкаста.

Модули дисциплины включают тематику занятий, теоретический материал по теме, разноуровневые задачи и задания, методические рекомендации по контактной работе, по выполнению самостоятельной работы. Для расширения кругозора студентов и знакомства с современным состоянием российской подкаст-индустрии в пособии представлены списки научной, учебной и практической литературы, глоссарий.

В ходе практических занятий студентам предлагается выполнить следующие виды разноуровневых задач и заданий: практические задания, творческие задания, кейс-задачи, презентация проекта.

Согласно учебному плану, изучение дисциплины проходит на четвертом курсе. Используется традиционная система оценивания знаний, умений и навыков студентов. Оценивание проводится по итогам каждого практического занятия.

Критерии оценки ответов на вопросы по теоретической части занятия:

— *«отлично»* ставится, если студент освоил теоретический материал по рекомендованной литературе и источникам, подготовил на его основе логически структурированный ответ, продемонстрировал умение отвечать на проблемные вопросы, использовал примеры, иллюстрирующие основные положения ответа;

— *«хорошо»* ставится, если студент освоил теоретический материал по основной литературе и подготовил на его основе логически структурированный ответ, продемонстрировал умение отвечать на проблемные вопросы;

— *«удовлетворительно»* ставится, если студент освоил минимум теоретического материала по рекомендованной литературе и подготовил на его основе сжатый, но структурированный ответ; не продемонстрировал умения отвечать на проблемные вопросы;

— *«неудовлетворительно»* ставится, если студент не подготовился к ответу на вопросы, не ознакомился со списком рекомендованной литературы либо подготовил сжатый и плохо структурированный ответ; не продемонстрировал умения отвечать на вопросы.

Каждое выполненное студентом практическое задание, творческое задание, кейс-задача и презентация проекта оценивается также по традиционной системе оценивания знаний. Критерии оценки разработаны для каждого конкретного задания и указаны в описании хода занятия.

Методические рекомендации по организации и видам представления результатов самостоятельной работы студентов. Видами самостоятельной работы студентов являются:

— изучение рекомендованной литературы и подготовка устного выступления по теме занятия;

- выполнение практических и творческих заданий;
- подготовка и публикация подкаста.

Первые два вида самостоятельной работы оцениваются по результатам работы студентов на практических занятиях и выполнении творческих заданий.

Изучение рекомендованной литературы включает чтение и фиксирование основных положений учебников, учебных пособий и, обязательно, статей из современных профессиональных изданий, посвященных теории и практике подкастинга. Результатом изучения рекомендованных источников должно стать подготовленное студентом устное выступление по теме. Оно может представлять собой реферативное изложение концептуальных положений в форме обзорного реферата, предполагающего компиляцию сведений по заданной теме, или аналитический реферат, в который добавлены авторские оценки, мысли, выводы, то есть интерпретирующая информация. Качество и результаты изучения студентом рекомендованной литературы оцениваются преподавателем на практических занятиях по итогам обсуждения вопросов по теме.

Задания для самостоятельной работы должны выполняться вне аудиторных занятий, индивидуально, в соответствии с методическими указаниями. Проверка и оценивание происходят на практических занятиях. Студенты, не успевшие выступить по результатам практической деятельности на занятии, сдают материалы преподавателю в письменном виде.

Требования к оформлению: текст должен быть набран на компьютере в программе Word, шрифт — Times New Roman, 14 кегль, интервал — 1,5, выравнивание по ширине. Аудиофайл сдается в цифровом виде, в формате mp3.

Модуль 1. ЖАНРОВО-ФОРМАТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОДКАСТА

Тема 1.1. Подкаст как медиаформат

Форма проведения занятия — индивидуальная и коллективная практическая работа.

Вопросы для обсуждения

1. Подкастинг как явление медиаиндустрии.
2. Понятие «подкаст» в теории и практике.
3. Типология производителей подкастов.

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие проходит в три этапа, каждый из которых направлен на проверку определенных компетенций студентов:

- на проверку знаний теории подкастинга;
- на проверку умения определять тип производителей подкастов.

Теоретические вопросы по теме обсуждаются на первом этапе занятия. На втором этапе студенты отвечают устно о результатах сравнительного анализа производителей подкастов, выполненного в рамках самостоятельной подготовки к занятию. Задание оценивается преподавателем.

Успешность освоения темы занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы.

Краткие теоретические материалы

Подкаст как медиаформат появился в начале 2000-х годов и с развитием возможностей сети Интернет, интенсивной цифровизацией в 2020-е годы занял уверенную нишу среди популярных медиаформатов. Авторы учебного пособия «Подкастинг» С.С. Распопова и Т.А. Саблина отмечают, что «подкастинг — это формат создания и распространения звуковой информации в сети Интернет через внедрение мультимедиаконтента (аудио или видео) в RSS-канал» [6, с. 5]. Благодаря технологии RSS-канала появилась возможность

подписки на подкасты и оповещения об обновлениях. Подкасты получили свойство периодичности, что повлияло на формирование привычки потребления аудиторией данного типа медиапродукта. Как пишут авторы учебно-методического пособия «Журналистика: профессиональные компетенции в медиасфере», RSS-технология сделала подкастинг самостоятельной формой вещания: «Скачивать аудиофайлы различного (в т. ч. и информационного) содержания можно было и раньше. Но автоматизация этого процесса, во-первых, существенно упростила использование технологии, а во-вторых, позволила с легкостью добиться регулярности в получении новых подкастов» [1, с. 90]. Производить подкасты стали как любители, блогеры, так и профессиональные радиийщики. Изначально подкасты родились как аудиоформат. Простота производства и публикации, распространения на массовую аудиторию сделала их популярными как у авторов, так и у слушателей. Авторы учебного пособия «Мультимедийные технологии СМИ» определяют подкаст как «регулярно обновляемый цикл аудиозаписей, публикуемый на определенной интернет-платформе» [5, с. 77]. Однако с развитием видеохостингов и ростом популярности видеоблогов подкасты стали производиться и в видеоформате и выкладываться на видеоплатформах. Авторы учебного пособия «Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа» так определяют подкастинг как медиаявление и подкаст как часть блогосферы: «Podcasting — это распространение цифровых аудио- и видеофайлов с помощью интернета на персональные компьютеры и портативные медиапроигрыватели. Podcasts — это звуковые файлы, доступные для прослушивания на вашем компьютере или портативном устройстве» [2, с. 24].

В рамках данного учебно-методического пособия подкаст понимается как аудиопроект на определенную тему, состоящий из серии периодических выпусков («эпизодов»), доступных для прослушивания (или скачивания) на подкастинговых платформах. К подкастинговым платформам на сегодня можно отнести:

- специальные платформы для публикации аудиоматериалов;
- мультимедийные порталы, имеющие разделы с аудиоматериалами;

- приложения для смартфонов;
- паблики или группы в социальных сетях с обновляемыми аудиоматериалами и специальные подкаст-сервисы, например подкасты ВКонтакте, подкасты на «Яндекс Музыка».

На данном этапе подкастинг как часть медиаиндустрии развивается в четырех направлениях:

- официальные подкасты эфирных радиостанций, сетевых изданий, телерадиовещательных компаний, журналов, газет и других медиа как способ переупаковки основного контента;
- аудиоблоги, создаваемые пользователями социальных сетей, блогерами, независимыми продюсерами;
- подкасты отдельных компаний как медиапродукт для продвижения своего бренда;
- подкасты как медиабизнес студий, специализирующихся на производстве подкастов (студии подкастов, продакшн).

Подкаст как медиаформат привлекателен для блогеров, журналистов, бизнесменов и других производителей медиаконтента за счет свободы в тематике и возможности рассказывать истории, не ограничивая себя форматом конкретного СМИ. Подробнее о типах производителей подкастов и российском рынке подкастинга прочитайте в статьях Л.А. Кругловой и Д.З. Мамедова «Проблемы подкастинга в России» [4], В.О. Карасс «Аналитика рынка подкастов в России: новый формат медиарынка и новые возможности» [3].

Вопросы для самоконтроля по теоретическому материалу

1. Появление термина «подкастинг».
2. Трактовка термина «подкаст» в теории и практике.
3. Трансформация традиционного радиовещания в интернет-среде.
4. Отличие подкастов от радиопрограмм.
5. Особенности российского рынка подкастов.
6. Типология производителей подкастов.
7. Проблемы подкастинга в России на данном этапе его развития.

Практические задания для самостоятельной работы

1. Определить, подкасты каких производителей наиболее востребованы у аудитории.

Чтобы определить, подкасты каких производителей наиболее востребованы у аудитории, выберите одну из подкастинговых платформ, например подкасты ВКонтакте, подкасты на «Яндекс Музыка», GoogleПодкасты. Зайдите во вкладку «Популярное» или «Чарт подкастов», посмотрите топ-10 популярных подкастов на платформе. Охарактеризуйте каждый подкаст по схеме: название — автор — производитель — тематическая направленность. Заполните таблицу.

Образец заполнения таблицы

Подкастинговая платформа (название)	Название подкаста	Место в рейтинге	Автор	Производитель подкаста	Тематическая направленность
1. Подкасты на «Яндекс Музыка»	«Дочь разбойника»	1	Настя Крайникова	Студия «Либо/Либо»	Права женщин
2.					
3.					
4.					

2. Опираясь на материал таблицы, ответьте на вопросы:

1. Подкасты каких производителей преобладают в рейтинге топ-10?
2. Какие темы наиболее востребованы у аудитории?
3. Кто авторы наиболее популярных подкастов?
4. Информационные программы какого типа характерны для университетского радио?
5. Каково участие аудитории в информационных радиопрограммах?

Критерии оценки практических заданий

«Отлично»: в таблице отмечено 10 подкастов, ответы по анализу материала, представленного в таблице, верные, аргументированные, основаны как на знании теоретического материала, так и на практическом материале, полученном в ходе заполнения таблицы.

«Хорошо»: в таблице отмечено 7–9 подкастов, ответы по анализу материала, представленного в таблице, верные, аргументированные, основаны как на знании теоретического материала, так и на практическом материале, полученном в ходе заполнения таблицы.

«Удовлетворительно»: в таблице отмечено 4–6 подкастов, ответы по анализу материала, представленного в таблице, верные, основаны на базовом знании теоретического материала.

«Неудовлетворительно»: студент не подготовился к ответу на вопросы по результатам заполненной таблицы, в таблице представлено менее четырех подкастов.

Рекомендуемая литература

1. Радио в Интернете / О. Е. Видная, А. И. Иванов, Е. П. Семишова, С. А. Серова // Журналистика: профессиональные компетенции в медиасфере : учеб.-метод. пособие / О. Е. Видная, А. И. Иванов, Е. П. Семишова, С. А. Серова. — Тамбов, 2021. — С. 89–94. — URL: e.lanbook.com/book/254939 (дата обращения: 14.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
2. Зверева, Е. А. Актуальные термины и модели новых медиа. Конкретизация термина «новые медиа» // Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа : учеб.-метод. пособие / Е. А. Зверева, А. М. Шестерина, М. А. Мирошник. — Тамбов, 2020. — Раздел 1, тема 2. — С. 19–27. — URL: e.lanbook.com/book/177104 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
3. Карасс, В. О. Аналитика рынка подкастов в России: новый формат медиарынка и новые возможности // Мир и пандемии: трансформации, коммуникации, стратегии : Материалы Всероссийской научной конференции студентов-стипендиатов Оксфордского Российского фонда (Екатеринбург, 25 ноября 2020 г.) / Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина ; редкол.: В. В. Авдеева [и др.]. — Екатеринбург, 2021. — С. 101–104. — URL: elar.urfu.ru/handle/10995/99045 (дата обращения: 10.10.2022).

4. Круглова, Л. А. Проблемы подкастинга в России / Л. А. Круглова, Д. З. Мамедов // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. — 2021. — Т. 20, № 6. — С. 156—167. — URL: vestnik.nsu.ru/historyphilology/files/db134ad5816a9740818b0689d65d7d21.pdf (дата обращения: 10.10.2022).
5. Подкаст / Н. О. Автаева, В. А. Бейненсон, К. А. Болдина [и др.] // Мультимедийные технологии СМИ : учеб. пособие / Н. О. Автаева, В. А. Бейненсон, К. А. Болдина [и др.]. — Нижний Новгород, 2020. — С. 77—79. — URL: e.lanbook.com/book/191744 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
6. Распопова, С. С. История происхождения подкастинга / С. С. Распопова, Т. А. Саблина // Подкастинг : учеб. пособие для вузов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. — Москва, 2018. — Глава 1. — С. 5—14. — URL: e.lanbook.com/book/115632 (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
7. Распопова, С. С. Подкастинг как радио в Интернете / С. С. Распопова, Т. А. Саблина // Подкастинг : учеб. пособие для вузов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. — Москва, 2018. — Глава 2. — С. 27—40. — URL: e.lanbook.com/book/115632 (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: по подписке.

Тема 1.2. Жанрово-тематические характеристики подкастов

Форма проведения занятия — индивидуальная и коллективная практическая работа.

Вопросы для обсуждения

1. Типы и форматы русскоязычных подкастов.
2. Тематическая направленность подкастов.
3. Жанровое своеобразие подкастов.

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие проходит в два этапа, каждый из которых направлен на проверку определенных компетенций студентов:

- проверку знаний о жанрово-форматных характеристиках российских подкастов;
- проверку умения определять тип и жанр подкаста и анализировать его тематику.

На первом этапе занятия обсуждаются вопросы, подготовленные студентами в рамках самостоятельной работы. На втором этапе студенты устно представляют результаты жанрово-тематического анализа подкастов, выполненного в рамках самостоятельной подготовки к занятию. Задание оценивается преподавателем.

Успешность освоения темы занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы и активной работы по анализу тематики подкастов в ходе занятия.

Используемое оборудование: монтажный класс с подготовленным оборудованием для прослушивания аудиоконтента.

Краткие теоретические материалы

Подкаст как новый медиаформат предоставил новые формы и упаковки контента. Однако традиционные жанры радиовещания, такие как интервью, беседа, репортаж, радиорецензия, ток-шоу, радиорассказ, радиоспектакль и другие, стали актуальны и для подкастов. Если говорить о жанрово-форматном разнообразии, то многие исследователи сходятся на выделении четырех основных разновидностей, характерных для российского подкастинга:

- разговорные подкасты (информационные, аналитические, развлекательные);
- нарративные подкасты (документалистика, расследование, аудиодневник);
- художественные подкасты (аудиоспектакль, документальная драма);
- образовательные (аудиолекции) и прикладные подкасты («лайф-хак»-подкасты).

Для разговорных подкастов характерна диалогическая организация, когда ведущие обсуждают у микрофона какую-то тему (возможно, один ведущий беседует с аудиторией). Авторы учебного пособия «Подкастинг» отмечают: «Для этого вида подкастов характерно неформальное повествование, отсутствие у автора установки на сообщение, которое носило бы официальный характер. Разговорный подкаст не может быть использован для научного или делового высказывания. Основные стили речи разговорного подкаста — монолог, диалог, полилог» [5, с. 53]. В зависимости от характера обсуждаемой информации разговорные подкасты можно разделить на информационные, аналитические и развлекательные.

Нарративные подкасты создаются, как правило, профессиональными журналистами, так как в их основе — документальная история, поданная максимально субъективно, обычно от первого лица, за которой слушатели следят на протяжении нескольких эпизодов. Основной прием, который используют авторы нарративных подкастов, — это сторителлинг. Авторы статьи «Коммуникативные стратегии подкастинга» считают, что благодаря сторителлингу «история, изложенная через призму личностного восприятия, привлекает и удерживает внимание, погружает в повествование, визуально воссоздает картину событий, заставляет аудиторию сочувствовать герою и отождествлять себя с ним, напряженно ожидать разрешения ситуации» [1].

Художественные подкасты продолжают лучшие традиции отечественного радиотеатра. Их основу могут составлять как реальные, так и вымышленные истории, а также художественные произведения в аудиоформате. Художественные подкасты дали новую жизнь таким мало востребованным в современном радиовещании жанрам, как радиокomпозиция, радиоспектакль, документальная драма. В художественных и нарративных подкастах могут использоваться все формообразующие средства радиовещания: голос, музыка, шумы, документальные записи.

Наиболее популярными у аудитории российского подкастинга в первую очередь стали образовательные подкасты, так как данный формат предполагает осознанный выбор и заинтересованное слушание. Лекции проекта «Арзамас» и выступления TED уже не-

сколько лет являются топовыми среди всех русскоязычных подкастов. На рис. 1 представлена обложка подкаста «TED Лучшее» на платформе «Яндекс Музыка».

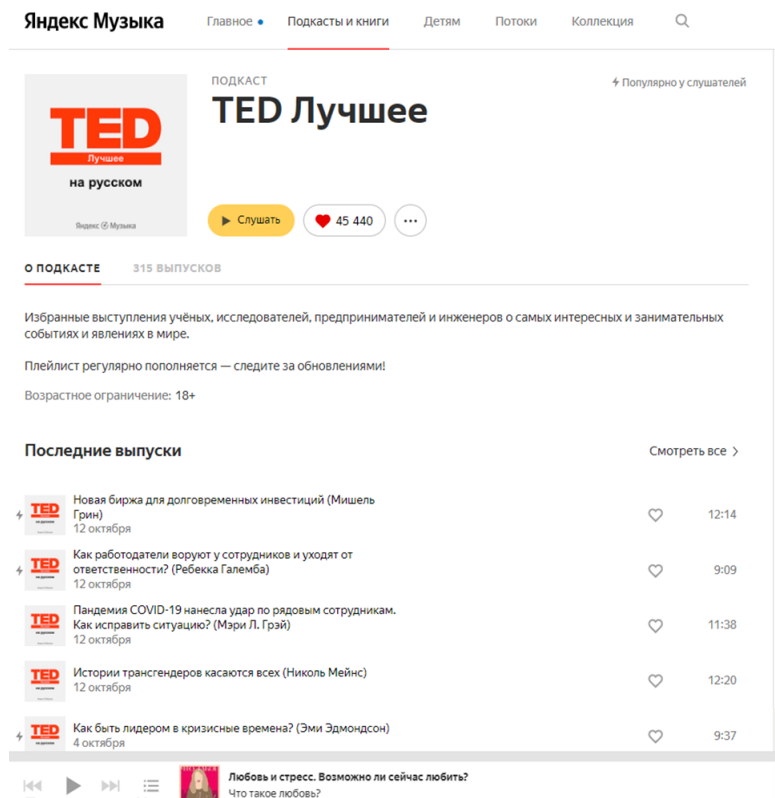


Рис. 1. Скриншот странички подкаста «TED Лучшее» на платформе «Яндекс Музыка»

Отдельным блоком среди образовательных или просветительских подкастов можно выделить подкасты о современных технологиях, в которых говорится о программном обеспечении, искусственном интеллекте и пр. Прикладные подкасты помогают разобраться в какой-то определенной теме. Яркий пример прикладного подкаста — «Подкаст Лайфхакера» (рис. 2), который удерживает лидирующие позиции среди всех подкастов на протяжении нескольких лет.

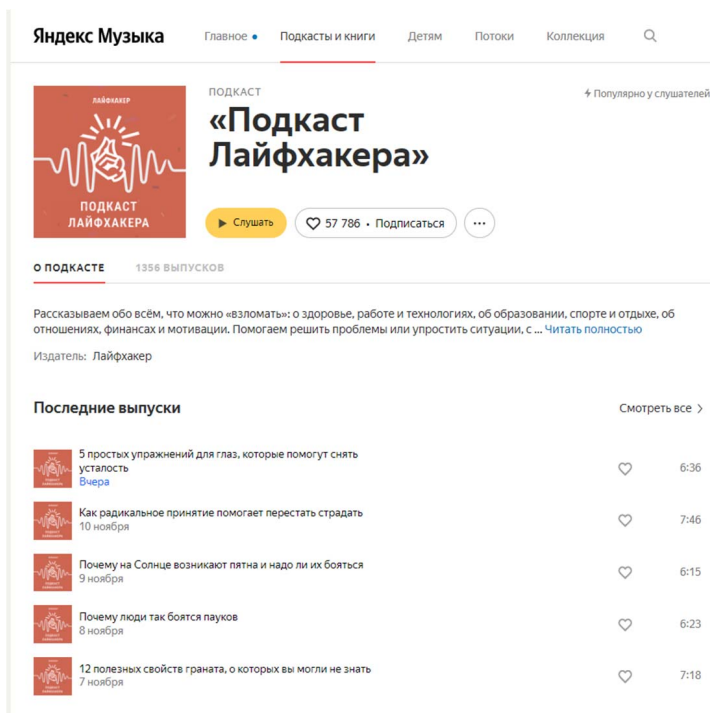


Рис. 2. Скриншот странички «Подкаст Лайфхакера» на платформе «Яндекс Музыка»

Исследователи Е.А. Воинова и Е.В. Сивякова предлагают в статье «Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды» [3] еще некоторые основания для классификации подкастов. Это информационность, формат и сюжет. По информационности предлагают выделить событийные и вневременные подкасты. По формату воздействия на аудиторию — повествовательные и дискуссионные подкасты. По такому признаку, как наличие сюжета, — сюжетные и внесюжетные.

В практическом пособии по созданию подкастов «Подкаст за две недели: от идеи до монетизации» от подкастерки Крис Вазовски выделяются следующие типы подкастов [2, с. 34–39]:

- подкаст-интервью;
- подкаст-дискуссия с приглашенными гостями;
- разговорное шоу;

- подкаст-монолог (соло-подкаст);
- нарративные нон-фикшн-подкасты;
- подкасты-расследования;
- фикшн-подкасты;
- смешанный тип.

Исследователь современного радиовещания А.А. Журавлева справедливо отмечает, что «подкасты, как и любая радиопрограмма, выполняют информационную, образовательную, развлекательную и другие функции. Это относится как к „классическим“ просветительским подкастам, так и молодежным подкастам-лайфхакам» [4, с. 114]. Соответственно, жанры радиожурналистики, реализующие данные функции, могут быть востребованы и в подкастинге. Таким образом, в подкастах используется широкий спектр жанров, которые возможно разделить на следующие группы:

- *документалистика*: новостные, информационные жанры, аудиодневники и прочее;
- *развлекательные жанры*: всё, связанное с юмором, от стендапов до смешных случаев из жизни;
- *аналитика*: журналистские расследования, беседы, ток-шоу, аналитические интервью;
- *художественные жанры*: аудиорассказ, аудиоспектакль, документальная драма.

Выбор тематического направления подкаста связан с личными интересами автора, с профессиональной деятельностью автора, с интересами заказчика (спонсора подкаста).

Тематика русскоязычных подкастов весьма обширна. Например, подкасты сервиса «Яндекс Музыка» подразделяются на следующие тематические группы [6]:

- бизнес и работа;
- документальное;
- для всей семьи;
- здоровье и лайфстайл;
- искусство и литература;
- история;
- кино и сериалы;
- музыка;

- наука и образование;
- новости;
- общество и культура;
- про подкасты;
- религия и мистика;
- спорт;
- технологии;
- тру-крайм;
- фикшн и аудиосериалы;
- хобби и творчество;
- юмор.

Вопросы для самоконтроля по теоретическому материалу

1. Специфика подкаста как формата публичной коммуникации.
2. Типология подкастов, характеризующая современный российский подкастинг.
3. Типология подкастов в зарубежных исследованиях.
4. Структура российского подкастингового вещания.
5. Специфика разговорных подкастов.
6. Особенности нарративных подкастов.
7. Использование приема сторителлинга в подкастах.
8. Отличие художественных подкастов от художественных радио-программ.
9. Специфика образовательных и прикладных подкастов.
10. Жанрово-тематическое своеобразие российских подкастов.

Практические задания для самостоятельной работы

1. Дайте типологическую характеристику десяти подкастам на выбор.

Чтобы дать типологическую характеристику, выберите одну из подкастинговых платформ, например подкасты ВКонтакте, подкасты на «Яндекс Музыка», GoogleПодкасты. Можно выбрать десять подкастов из вкладки «Популярное» или «Чарт подкастов» или зайти во вкладку конкретной тематической категории. Заполните таблицу.

Образец заполнения таблицы

Подкастинговая платформа (название)	Название подкаста	Цель	Целевая аудитория	Производитель подкаста	Автор	Тематика	Структура	Жанровое направление	Периодичность	Длительность
1. Подкасты на «Яндекс Музыка»	«Психология с Александрой Яковлевой»	Поделиться со слушателями полезной информацией из сферы психологии	Мужчины и женщины от 20 до 50, интересующиеся психологией	Авторский проект	Александра Яковлева	Психология личности, отношения (как победить тревожность, как патриархат влияет на семью, как поверить в себя, как бороться с зависимостью, прочее)	Введение в тему Представление гостя Беседа Заключение	Беседа	1 раз в неделю	От 24 до 55 минут
2.										
3.										
4.										
5.										

2. Опираясь на материал таблицы, ответьте на вопросы:

1. На какую аудиторию ориентированы подкасты, которые вы выбрали для типологической характеристики?
2. Какие цели ставит автор подкаста, удастся ли их достичь?
3. Какая тематика преобладает в рассмотренных вами подкастах и почему?
4. К какому типу относятся данные подкасты?
5. Какие жанры преобладают в проанализированных вами подкастах?
6. Какова роль автора подкаста?
7. Какова структура подкаста, постоянна ли она от выпуска к выпуску?
8. Как автор взаимодействует с аудиторией?
9. Какова продолжительность и периодичность выпусков и от чего это зависит?

Критерии оценки практических заданий

«Отлично»: в таблице дана характеристика 9–10 подкастов, ответы по анализу материала, представленного в таблице, верные, аргументированные, основаны как на знании теоретического материала, так и на практическом материале, полученном в ходе заполнения таблицы.

«Хорошо»: в таблице дана типологическая характеристика 7–8 подкастов, ответы по анализу материала, представленного в таблице, верные, аргументированные, основаны как на знании теоретического материала, так и на практическом материале, полученном в ходе заполнения таблицы.

«Удовлетворительно»: в таблице дана типологическая характеристика 4–6 подкастов, ответы по анализу материала, представленного в таблице, верные, основаны на базовом знании теоретического материала.

«Неудовлетворительно»: студент не подготовился к ответу на вопросы по результатам заполненной таблицы, в таблице дана типологическая характеристика трех подкастов и менее, либо таблица отсутствует.

Рекомендуемая литература

1. Барашкина, Е. А. Коммуникативные стратегии подкастинга / Е. А. Барашкина, Л. А. Горшкова, В. В. Лабутина // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2021. — № 4. — С. 113–121. — URL: cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-strategii-podkastinga (дата обращения: 10.10.2022).
2. Вазовски, К. Какие могут быть подкасты? : Типы и форматы // Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва, 2021. — С. 34–39. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
3. Воинова, Е. А. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды / А. Е. Воинова, Е. В. Сивякова // Социально-гуманитарные знания. — 2018. — № 12. — С. 104–120. — URL: cyberleninka.ru/article/n/podkast-kak-novyy-format-publichnoy-kommunikatsii-v-usloviyah-tsifrovoy-mediasedry (дата обращения: 10.10.2022).
4. Журавлева, А. А. Подкастинговое вещание: структура, жанрово-тематическое разнообразие, особенности развития в социальной сети ВКонтакте // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2020. — № 1. — С. 112–119. — URL: cyberleninka.ru/article/n/podkastingovoe-veschaniye-struktura-zhanrovo-tematicheskoe-raznoolbrazie-osobennosti-razvitiya-v-sotsialnoy-seti-vkontakte (дата обращения: 10.10.2022).
5. Распопова, С. С. Жанровые и тематические особенности подписки / С. С. Распопова, Т. А. Саблина // Подкастинг : учеб. пособие для вузов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. — Москва, 2018. — Глава 3. — С. 51–66. — URL: e.lanbook.com/book/115632 (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
6. Яндекс Музыка : [музыкальный стриминговый сервис]. — URL: music.yandex.ru/non-music (дата обращения: 10.10.2022).

Модуль 2. КОНЦЕПЦИЯ ПОДКАСТА

Тема 2.1. Идея подкаста

Форма проведения занятия — индивидуальная и коллективная практическая работа, выполнение кейс-задачи.

Вопросы для обсуждения

1. Выбор тематического направления подкаста.
2. Выбор вида подкаста.
3. Формулирование идеи подкаста.

Кейс-задача: описать идею подкаста, используя максимум 10 слов.

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие проходит в два этапа, каждый из которых направлен на проверку следующих компетенций:

- умения выбрать тематику будущего подкаста;
- умения определять тип подкаста;
- умения формулировать идею подкаста.

На первом этапе занятия проходит обсуждение теоретических вопросов, рекомендованных к изучению в рамках самостоятельной работы, определяются наиболее популярные тематические направления российского подкастинга и виды подкастов. Ответы оцениваются преподавателем. На втором этапе занятия проходит обсуждение в группе совместно с преподавателем решения кейс-задачи и утверждение идей будущих подкастов. Успешность занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы и активной работы по определению тематики и типа подкаста и решению кейс-задачи.

Используемое оборудование: монтажный класс с подготовленными средствами для прослушивания аудиоконтента.

Краткие теоретические материалы

Прежде чем выбрать тематическое направление подкаста, необходимо понять, какие темы популярны у слушателей, какие ниши заняты, какие свободны, о чем не говорится, какие типы подкастов наиболее популярны, какие менее. Для того чтобы разобраться в этой информации, можно обратиться к медиаметрическим исследованиям, которые проводят как исследовательские агентства, так и сами платформы. Ознакомьтесь с исследованием компании TIBURON Research «Подкасты: аудитория, рейтинги подкастов и подкастеров» [4], из которого следует, что в 2020 году наиболее востребованы были следующие темы подкастов:

- юмор;
- кино и сериалы;
- психология;
- новости;
- наука;
- IT и компьютерные технологии;
- литература;
- искусство;
- политика;
- экономика.

Интересно также исследование платформы «Яндекс Музыка» о российской индустрии подкастов за 2021 год, в котором анализируется, как изменился рынок подкастов с 2017 по 2021 год, каково их количество, когда и как их слушают, какие темы наиболее популярны у аудитории. Для исследования был использован каталог подкастов на «Яндекс Музыка» и статистика прослушиваний. Вот какие данные приводятся по тематическим категориям: «Самая крупная категория подкастов — „Общество и культура“, к ней относится примерно каждое четвёртое шоу. На втором месте — „Наука и образование“, на третьем — „Бизнес и работа“. В топе по общей длительности всех выпусков тройка лидеров выглядит немного иначе: на второе место поднимаются „Новости“ (новостные подкасты самые плодотворные: их новые эпизоды выходят чаще, чем у подкастов из других категорий)» [3]. Из самых популярных тем подка-

стов пользователи «Яндекс Музыка» выделяют следующие (данные за 2021 год):

- общество и культура;
- наука и образование;
- бизнес и работа;
- искусство и литература;
- досуг и творчество;
- новости;
- здоровье и лайфстайл;
- технологии;
- юмор;
- для всей семьи.

О студенческих проектах на платформе ВКонтакте прочитайте в статье А.А. Журавлевой «Подкастинговое вещание: структура, жанрово-тематическое разнообразие, особенности развития в социальной сети ВКонтакте» [2, с. 115–117].

Для того чтобы понять, какие подкасты востребованы сегодня, как меняются предпочтения аудитории, нужно установить подкаст-приложение и следить за ротациями подкастов в топе, появлением новых подкастов, смежных подкастов по выбранной вами тематике. Автор практического руководства по подкастингу Крис Вазовски советует изучить разделы «Категории», «Издатели» в подкастинговых приложениях, посмотреть, какие студии производят подкасты в разных категориях, посмотреть личные рекомендации и подборки на сайтах профессиональных изданий: «Как только вы уделите достаточно времени просмотру наполнения подкаст-приложений, вы увидите устройство русскоязычного подкастинга в целом: какие подкасты попадают и держатся в топе, кто делает подкасты, какие бренды покупают рекламу, что популярно у слушателей и т. д. Анализируя наполнение подкаст-приложений, следует быть осторожнее с выводами. Одновременное появление 10 подкаст-интервью не обязательно говорит о том, что только этот формат популярен у слушателей и отвечает их запросам. Возможно, слушатели еще не знают, что есть более интересная альтернатива, ведь пока нет достаточного количества подкастов в других форматах» [1, с. 42].

После выбора тематического направления подкаста необходимо определиться с жанром и видом подкаста, так как от этого зависит процесс его подготовки к записи и размещению. При выборе тематики подкаста авторы учебного пособия «Подкастинг» рекомендуют определить, как и где будет осуществляться поиск материала для вашего подкаста, так как это «предполагает формирование своеобразной рамки, обозначение границ отображения проблем, жизненных событий, социальных или культурных явлений» [5, с. 74]. Популярность подкаста можно обеспечить только донесением до аудитории уникальной, понятной и интересной информации. Поэтому, выбирая тематическое направление своего подкаста, подумайте, в какой сфере вы являетесь наиболее компетентными, в каком направлении у вас есть уникальные знания или возможности получения уникальной информации.

Вопросы для самоконтроля по теоретическому материалу

1. Наиболее популярные темы подкастов.
2. Виды подкастов, востребованные у авторов.
3. Изменения в индустрии подкастов за последние пять лет.
4. Характеристики авторов подкастов.
5. Формулирование идеи подкаста.
6. Понятие «нишевый подкаст».

Методические указания по выполнению кейс-задачи

Исходя из материалов рекомендованной литературы и других источников, из тематики подкастов на наиболее популярных платформах российского подкастинга «Яндекс Музыка» и ВКонтакте, придумайте идею собственного подкаста. Сформулируйте ее, используя не более 10 слов. Пример сформулированных идей подкаста из чарта подкастов на «Яндекс Музыка» [6]:

- «О правах женщин и о том, как они добиваются справедливости»;
- «Образовательный проект, где гости выпусков делятся своими знаниями»;
- «Подкаст о главных сериальных новинках и старых культовых проектах»;

- «Подкаст о сложной и удивительной работе нашего мозга»;
- «Выступления от лучших стендап-комиков России»;
- «Подкаст о медицинских открытиях, которые изменили мир»;
- «Для тех, кому интересен блогинг, продажи и саморазвитие»;
- «Подкаст о тех, кто уехал из России»;
- «Четыре подруги рассказывают друг другу стыдные истории».

Подготовьтесь к обсуждению своей идеи в группе, обоснуйте ее актуальность и востребованность у аудитории.

Критерии оценки кейс-задачи

«Отлично»: идея сформулирована понятно и точно, содержит не более десяти слов, студенту удалось обосновать актуальность своей идеи и востребованность на современном медиарынке, продемонстрировать знание материала литературы и других источников, рекомендованных к занятию.

«Хорошо»: формулировка идеи подкаста содержит не более десяти слов, точна и понятна, студент попытался обосновать актуальность своей идеи и востребованность на современном медиарынке, продемонстрировал знание материала литературы и других источников, рекомендованных к занятию.

«Удовлетворительно»: формулировка идеи подкаста содержит более десяти слов, но точна и понятна, студент не смог обосновать актуальность своей идеи и востребованность на современном медиарынке, продемонстрировал базовое знание материала литературы и других источников, рекомендованных к занятию.

«Неудовлетворительно»: студент не выполнил кейс-задачу, либо формулировка идеи подкаста не соответствует указанным критериям, непонятна и неактуальна, не продемонстрированы даже базовые знания материала из литературы и других источников, рекомендованных к занятию.

Рекомендуемая литература

1. Вазовски, К. Какие могут быть подкасты? : Типы и форматы // Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва, 2021. — С. 34–42. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.

2. Журавлева, А. А. Подкастинговое вещание: структура, жанрово-тематическое разнообразие, особенности развития в социальной сети ВКонтакте // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2020. — № 1. — С. 112–119. — URL: cyberleninka.ru/article/n/podkastingovoe-veschanie-struktura-zhanrovo-tematicheskoe-raznoobrazie-osobennosti-razvitiya-v-sotsialnoy-seti-vkontakte (дата обращения: 10.10.2022).
3. Подкасты России : По данным Яндекс Музыки и поиска Яндекса // Яндекс : [поисковая система]. — URL: yandex.ru/company/researches/2021/podcasts (дата обращения: 10.10.2022).
4. Подкасты: аудитория, рейтинги подкастов и подкастеров // TIBURON Research : [сайт]. — URL: tiburon-research.ru/cases/issledovanie-podkasty-auditoriya-reytingi-podkastov-i-podkasterov (дата обращения: 10.10.2022).
5. Распопова, С. С. Жанровые и тематические особенности подписки / С. С. Распопова, Т. А. Саблина // Подкастинг : учеб. пособие для вузов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. — Москва, 2018. — Глава 3. — С. 51–74. — URL: e.lanbook.com/book/115632 (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
6. Чарт подкастов : Самое популярное в Яндекс Музыка прямо сейчас // Яндекс Музыка : [музыкальный стриминговый сервис]. — URL: music.yandex.ru/chart/podcasts (дата обращения: 10.10.2022).

Тема 2.2. Аудитория подкаста

Форма проведения занятия — индивидуальная и коллективная практическая работа, выполнение кейс-задачи.

Вопросы для обсуждения

1. Подкаст как медиа осознанного слушания.
2. Основные характеристики аудитории российского подкастинга.
3. Портрет слушателя.

Кейс-задача 1

Подготовить презентацию с описанием портрета слушателя вашего подкаста.

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие проходит в два этапа, каждый из которых направлен на проверку следующих компетенций студентов:

- умения определять целевую аудиторию подкаста;
- умения давать характеристику целевой аудитории подкаста.

На первом этапе занятия проходит обсуждение теоретических вопросов, рекомендованных к изучению в рамках самостоятельной работы, определяются основные характеристики целевой аудитории подкастов и ее отличия от аудитории радиовещания. Ответы оцениваются преподавателем. На втором этапе занятия обсуждаются подготовленные студентами решения кейс-задачи – презентации портретов слушателей подкастов. Портрет слушателя корректируется в соответствии с идеей подкаста, утвержденной на предыдущем занятии. Успешность освоения темы занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы, активной работы по характеристике аудитории подкаста и определению портрета слушателя.

Используемое оборудование: учебная аудитория с подготовленными средствами для презентаций.

Краткие теоретические материалы

При создании подкаста и запуске его как медиапроекта на подкастинговой платформе одним из наиболее важных этапов является определение целевой аудитории подкаста. При создании радиопрограммы важно учитывать формат радиостанции и требования, предъявляемые редакцией конкретной радиостанции к аудиоконтенту, который они выпускают в эфир. Следовательно, и аудитория радиопрограммы будет та, которая уже сложилась у данной радиостанции. Когда вы с нуля запускаете подкаст как медиапроект, аудиторию к нему необходимо привлекать, искать своего слушателя. Сегодня выбор аудиоконтента велик, и нужно уметь сделать

такой подкаст, что человеку будет интересно его слушать, он что-то получит от этого слушания (новые знания, полезную информацию, позитивные эмоции, руководство для действия в той или иной ситуации и прочее).

Особенностью аудитории подкастов является то, что она осознанно выбирает тот или иной аудиоконтент для прослушивания. Как отмечают авторы статьи «Подкастинг как инструмент бренд-интеграции для взаимодействия с аудиторией», главной отличительной чертой подкаста является возможность его отложенного прослушивания: «Потребитель сам может управлять возобновлением информационных потоков. Аудитория теперь имеет возможность знакомиться с контентом в удобное для себя время, а не по расписанию, как это было раньше. Помимо этого, подкаст делает возможным параллельное медиапотребление. То есть пользователь теперь может слушать аудиоконтент и пролистывать ленту социальных сетей одновременно» [2, с. 72]. Возможность фонового прослушивания делает подкаст наиболее удобным для аудитории медиапродуктом, который можно слушать одновременно с занятием спортом или в дороге, или во время уборки. Подкаст становится для слушателя своеобразным «медиакомпаньоном», делающим обыденные дела менее обыденными. Поэтому если ваш подкаст будет некомфортен конкретному слушателю, то он не будет востребован.

По данным исследования компании TIBURON Research «Подкасты: аудитория, рейтинги подкастов и подкастеров» (данные за 2020 год): «Каждый четвертый пользователь интернета в России слушает подкасты раз в месяц и чаще. В Москве эта доля выше, чем в регионах — 42 % против 23–27 %. По полу аудитория немного смещена в сторону мужчин. По возрасту преимущественно это молодежь и представители среднего возраста, до 44 лет. После 45 лет аудитория подкастов снижается. Подкасты слушают в основном люди со средним доходом и выше среднего» [4]. Подкасты легко подстраиваются под запросы слушателей и откликаются на актуальную повестку, так как данный формат остается наиболее демократичным для высказывания и обсуждения волнующих аудиторию тем.

Доля слушающих подкасты людей растет с каждым годом. Д. Масленко в материале «Кто, где и как слушает подкасты на

русском языке: инфографика» (данные за 2021 год) приводит следующую статистику: «Самая слушающая аудитория, по данным Podcasts.ru и „Яндекс Музыка“, — это люди в возрасте от 24 до 34 лет. По разным оценкам, их доля в общем количестве пользователей составляет от 29 до 42 %. Второе место делят сразу две возрастные категории. У сервиса Podcasts.ru 18 % пользователей — люди от 35 до 44 лет, в то время как на „Яндекс Музыка“ почти такой же процент (17 %) составляют слушатели в возрасте от 18 до 24. Данные сервиса Statista также подтверждают популярность подкастов преимущественно у молодой аудитории: самый высокий интерес к такому виду контента проявили люди в возрасте от 25 до 34 лет. Причем 13 % из этого числа заметили, что слушали подкасты еще пять-семь лет назад. В то время как люди старшего поколения (от 45 до 59) уточнили, что вообще не знали про такой медиаконтент» [3]. Таким образом, при разработке концепции подкаста необходимо учитывать, что наиболее активная категория слушателей — это молодые люди от 25 до 34 лет, это наиболее активная, платежеспособная аудитория, с активной жизненной позицией, что делает привлекательным подкасты не только для творческой реализации, но и для рекламных интеграций. Помимо этого, подкасты востребованы у аудитории, которая слушает их с целью образования и просвещения, поэтому контент в данном направлении также будет востребован.

Вопросы для самоконтроля по теоретическому материалу

1. Отличие аудитории подкастов от аудитории радиопрограмм.
2. Подкаст как наиболее комфортный для аудитории медиапродукт.
3. Специфика слушания аудиоконтента в фоновом режиме.
4. Критерии выбора подкаста слушателями.
5. Влияние пандемии на рост интереса аудитории к подкастам.
6. Качественные характеристики аудитории российских подкастов.

Кейс-задача 2

Подготовить мультимедийную презентацию в формате PowerPoint с описанием портрета слушателя вашего подкаста.

Методические указания по выполнению кейс-задачи

Исходя из материалов рекомендованной литературы и других источников, с учетом основных характеристик аудитории подкастов опишите человека, который олицетворяет слушателя вашего подкаста. Подберите на бесплатных фотостоках (например, freepik.com) фотопортрет конкретного человека, который, как вам кажется, стал бы слушать ваш подкаст, то есть портрет, соответствующий описанию вашего слушателя. Подготовьте презентацию, обоснуйте выбор портрета слушателя, соотнесите его с идеей вашего подкаста. Для описания портрета слушателя ответьте на вопросы:

1. Кто тот конкретный человек, который будет слушать ваш подкаст?
2. Каковы его интересы и потребности?
3. Каков его (её) возраст, пол, образование, социальное положение?

Чем подробнее и конкретнее вы опишете слушателя вашего подкаста, тем лучше вы поймете, к кому обращаетесь и что хотите сказать.

Пример. Название подкаста «Ищу работу, которая ищет меня». Портрет слушателя: молодая девушка, студентка выпускного курса, отличница, без опыта работы, переживающая за возможное трудоустройство; живет с родителями, встречается с молодым человеком, тоже студентом. На рис. 3 представлен портрет слушательницы подкаста, соответствующий данному описанию.



Рис. 3. Пример портрета слушателя подкаста (изображение: Freepik.com)

Критерии оценки кейс-задачи

«Отлично»: портрет слушателя описан подробно и точно, найдена фотография, олицетворяющая аудиторию подкаста, подготовлена презентация, иллюстрирующая все черты портрета слушателя.

«Хорошо»: портрет слушателя описан точно, найдена фотография, олицетворяющая аудиторию подкаста, подготовлена презентация, иллюстрирующая основные черты портрета слушателя.

«Удовлетворительно»: портрет слушателя описан в общих чертах, найденная фотография не совсем соответствует идее подкаста, подготовлена презентация.

«Неудовлетворительно»: студент не выполнил кейс-задачу, либо описание портрета слушателя поверхностно, не соответствует идее подкаста, не найдено фото, иллюстрирующее портрет слушателя, не подготовлена презентация.

Рекомендуемая литература

1. Вазовски, К. Изучаем индустрию // Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва, 2021. — Глава 2. — С. 29–45. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
2. Казанцева, М. С. Подкастинг как инструмент бренд-интеграции для взаимодействия с аудиторией / М. С. Казанцева, Н. А. Латоркина // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2022. — № 2. — С. 71–74. — URL: cyberleninka.ru/article/n/podkasting-kak-instrument-brend-integratsii-dlya-vzaimodeystviya-s-auditoriei (дата обращения: 10.10.2022).
3. Масленко, Д. Кто, где и как слушает подкасты на русском языке: инфографика // РБК Тренды : [кроссплатформенный проект]. — URL: trends.rbc.ru/trends/social/60e5639e9a7947713a6f6621 (дата обращения: 10.10.2022).
4. Подкасты: аудитория, рейтинги подкастов и подкастеров // TIBURON Research : [сайт]. — URL: tiburon-research.ru/cases/issledovanie-podkasty-auditoriya-reytingi-podkastov-i-podkasterov (дата обращения: 10.10.2022).
5. Распопова, С. С. Жанровые и тематические особенности подкастов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина // Подкастинг : учеб. пособие для вузов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. — Москва, 2018. — Глава 3. — С. 51–72. — URL: e.lanbook.com/book/115632 (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: по подписке.

Тема 2.3. Разработка концепции подкаста

Форма проведения занятия — индивидуальная и коллективная практическая работа, выполнение творческого задания.

Вопросы для обсуждения

1. Формулирование цели подкаста.
2. Анализ аналогов по выбранной теме подкаста.
3. Содержательные и формальные характеристики концепции подкаста.

Творческое задание

Разработать концепцию подкаста для дальнейшей ее реализации и публикации подкаста на платформе «Яндекс Музыка» либо ВКонтакте.

Методические указания по проведению занятия

Практическое занятие проходит в два этапа, каждый из которых направлен на проверку определенных компетенций студентов:

- знания основных составляющих концепции подкаста и ее содержательных характеристик;
- умения создавать концепции авторского медиапродукта в аудиоформате для дальнейшей реализации и продвижения.

В ходе занятия необходимо презентовать концепцию подкаста, основанную на утвержденной ранее идее, ориентированную на слушателя, портрет которого был разработан в рамках предыдущего практического занятия. Успешность освоения темы занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы.

Краткие теоретические материалы

При формулировании концепции подкаста в первую очередь нужно определить его цель. Какая информация будет в вашем подкасте? О чем вы хотите рассказывать? Кому вы будете это рассказывать и какого эффекта хотите добиться? Формулировать цель необходимо в соответствии с выбранным тематическим направлением вашего подкаста, его идеей и портретом слушателя, которые были

разработаны на предыдущих занятиях. Вернемся к примеру подкаста о трудоустройстве «Ищу работу, которая ищет меня». Цель такого проекта можно сформулировать так: создание цикла интервью с работодателями и самозанятыми нашего города для информирования студентов, не имеющих опыта работы, о различных вариантах трудоустройства после выпуска из университета, чтобы помочь им в определении своего дальнейшего жизненного пути. После определения цели и темы подкаста необходимо проанализировать имеющиеся аналоги. Это поможет подчеркнуть уникальность вашего подкаста, выделиться среди других. К. Вазовски так обосновывает необходимость анализа конкурентов: «Это те знания, которые помогут избежать случайных повторений и увидеть, в какую сторону вы могли бы развивать свой подкаст» [2, с. 52]. После того, как найдены конкуренты и сделаны основные выводы, разрабатывается содержательная часть концепции, определяется формат подкаста. Это может быть разговорный подкаст, где в каждом эпизоде автор беседует с гостем или гостями, или нарративный подкаст, где рассказывается история и есть сюжет, развивающийся от эпизода к эпизоду, или образовательный подкаст, представляющий собой цикл аудиолекций на определенную тему. Далее определяются жанры, которые необходимы для достижения цели. Например, если это разговорный подкаст, то для него будут актуальны жанры интервью, беседы, дискуссии. После определения формата и жанра необходимо подумать, откуда получать необходимую информацию, и наметить темы первых трех выпусков, чтобы понять, сколько времени нужно на их подготовку и кого нужно пригласить к участию в подкасте. Далее необходимо прописать структуру выпуска. Все это поможет определить формальные характеристики концепции подкаста: хронометраж (длительность) и периодичность. Эти показатели зависят от того, сколько времени потребуется на запись и монтаж одного выпуска подкаста и какая продолжительность эпизода позволит раскрыть тему. Оптимальной длительностью эпизодов считается 20–30 минут. Периодичность — раз в неделю.

Заключительный шаг в написании концепции подкаста — выбор названия. Нужно помнить, что ваш подкаст является самостоятельным медиапродуктом и название должно быть максимально емким

и привлекательным. С одной стороны, оно должно дать понять, о чем ваш подкаст, с другой – выделяться среди множества других подкастов. Примеры названий топовых подкастов на платформе «Яндекс Музыка» [5]:

- «Самые честные новости»;
- «Как-нибудь»;
- «Медитация»;
- «Дневники Лоры Палны»;
- «В предыдущих сериях»;
- «Душевный подкаст»;
- «Закат империи»;
- «Хакни мозг».

Вопросы для самоконтроля по теоретическому материалу

1. Основные составляющие концепции подкаста.
2. Формулирование цели подкаста.
3. Определение тематики подкаста.
4. Определение образа ведущего подкаста.
5. Определение жанра и формата подкаста.
6. Определение структуры подкаста.
7. Выбор названия подкаста.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. Подготовьте презентацию концепции подкаста для платформы «Яндекс Музыка» или ВКонтакте. Презентация должна быть подготовлена в программе Microsoft PowerPoint и состоять из десяти слайдов, на которых прописаны составляющие концепции подкаста:

- цель подкаста;
- целевая аудитория;
- анализ аналогов;
- формат;
- жанр (жанры);
- форма предъявления информации;
- структура;

- роль ведущего;
- хронометраж (количество минут);
- периодичность.

2. Подготовьтесь к презентации концепции подкаста на занятии.

Критерии оценки творческого задания

«Отлично»: концепция подкаста описана подробно и точно, соответствует обозначенной идее и цели, подготовлена презентация, иллюстрирующая все составляющие концепции, придумано название подкаста.

«Хорошо»: разработана концепция подкаста, которая соответствует обозначенной идее и цели, подготовлена презентация, иллюстрирующая все составляющие концепции, придумано рабочее название подкаста.

«Удовлетворительно»: разработана большая часть концепции подкаста и сделана презентация.

«Неудовлетворительно»: студент не выполнил творческое задание, не разработал концепцию, не подготовил презентацию, не придумал название подкаста.

Рекомендуемая литература

1. Барашкина, Е. А. Коммуникативные стратегии подкастинга / Е. А. Барашкина, Л. А. Горшкова, В. В. Лабутина // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2021. — № 4. — С. 113–121. — URL: cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-strategii-podkastinga (дата обращения: 10.10.2022).
2. Вазовски, К. Придумываем // Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва, 2021. — Глава 3. — С. 45–62. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
3. Пикалев, Л. Пошаговое руководство по созданию подкаста // Tilda Education : Образовательный журнал платформы для создания сайтов Tilda Publishing : Практические руководства по дизайну и маркетингу для цифровых проектов / Н. В. Обухов. — URL: tilda.education/articles-podcast?fbclid=IwAR1ZszJjd8OnAx1kzZ4f

nwloglkv2QSgvSyTQo6pKMpYtFDWAEu20gRtmAk#rec248645258
(дата обращения: 10.10.2022).

4. Распопова, С. С. Технология создания подкастов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина // Подкастинг : учеб. пособие для вузов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. — Москва, 2018. — Глава 4. — С. 73–85. — URL: e.lanbook.com/book/115632 (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
5. Чарт подкастов : Самое популярное в Яндекс Музыке прямо сейчас // Яндекс Музыка : [музыкальный стриминговый сервис]. — URL: music.yandex.ru/chart/podcasts (дата обращения: 10.10.2022).

Модуль 3. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПОДКАСТА

Тема 3.1. Работа над сценарием подкаста

Форма проведения занятия — индивидуальная и коллективная практическая работа.

Вопросы для обсуждения

1. Подготовительный этап работы над сценарием. Сбор информации.
2. Специфика сценария подкаста. Образ и роль ведущего.
3. Подготовка краткого описания подкаста.
4. Написание сценария подкаста.

Методические указания по проведению занятия

- Занятие проводится в два этапа, в ходе которых проверяются:
- умения и навыки сбора фактической информации и работы с источниками информации;
 - умения по подготовке сценария медиапроекта в аудиоформате.

Качество выполненной самостоятельной работы влияет на успешность освоения темы занятия. В ходе занятия необходимо предоставить краткое описание подкаста, фактическую информацию, подготовленную для сценария подкаста, вопросы для гостя, подробный сценарный план первого выпуска (эпизода).

Краткие теоретические материалы

Подкаст — разговорный формат, слушателей привлекает доверительный и свободный характер подачи информации. Поэтому приветствуется максимально естественное поведение ведущего у микрофона. Это надо учитывать при разработке своего образа. Любая наигранная интонация будет негативно воспринята слушателями. В связи с этим необходима тщательная подготовка к каждому выпуску. Даже если в подкасте присутствует эксперт, ведущий должен владеть темой на достаточно высоком уровне. В сценарии

разговорного подкаста необязательно прописывать все свои слова, но необходимо обозначить основные тезисы, на которые вы будете опираться в ходе беседы с гостем. Если это нарративный подкаст, то сценарий прописывается полностью, так как в его основе лежит продолжающийся сюжет, который требует четкого следования сценарию. Плюс подкаста в том, что это записанный аудиоконтент, и у вас есть множество дублей, чтобы добиться нужной интонации и подачи. Но если у вас в подкасте запланировано участие гостей, тогда возможности перезаписи сокращаются. Лучше, чтобы беседа получилась с первого дубля, иначе потом трудно будет скрыть натянутость, неискренность.

Подробнее о том, как рассказывать интересные истории в аудиоформате и использовать прием сторителлинга в подкасте, прочитайте в практическом руководстве К. Вазовски [2, с. 131–138]. При написании сценария обратите внимание на статьи «Коммуникативные стратегии подкастинга» [1] и «Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды» [3]. О подготовительном этапе работы над подкастом прочитайте в учебном пособии «Подкастинг» [6, с. 74].

Вопросы для самоконтроля по теоретическому материалу

1. Особенности сценария разговорного подкаста.
2. Особенности сценария нарративного подкаста.
3. Подготовительный этап работы над подкастом.
4. Использование приема сторителлинга в подкасте.
5. Коммуникативные стратегии в подкасте.

Практические задания для самостоятельной работы

1. Подберите фактическую информацию для работы над сценарием рубрики, подготовьте вопросы для беседы с гостем.
2. Подготовьте аннотацию (превью) подкаста.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. При отборе фактов пользуйтесь достоверными источниками, проверяйте информацию. Несмотря на то, что подкаст — более демократичный медиаформат, чем радиопрограмма, требования к фактчекингу и соблюдение правовых норм для него такие же. Собранная фактическая информация должна соответствовать следующим критериям:

- новизна, уникальность;
- событийность;
- достоверность;
- актуальность.

Пример сценария разговорного подкаста с вопросами для гостя смотрите в прил. 1.

2. Подготовка краткого описания подкаста необходима для дальнейшей публикации подкаста (это обязательное требование у подкастинговых платформ), а также для того, чтобы объяснять гостям, что за проект вы запускаете и почему они должны в нем поучаствовать. В описании вы кратко говорите слушателям, о чем ваш подкаст. Описание не нужно растягивать, по умолчанию на платформах видны только 100—150 знаков. Главное, чтобы оно «цепляло глаз» и было понятно, о чем ваш подкаст и кому он будет полезен. Посмотрите примеры аннотаций подкастов из чарта «Яндекс Музыка» [7].

Критерии оценки практического задания

«Отлично»: подготовленный студентом сценарий и описание подкаста отвечают качественным требованиям, предъявляемым к аудиоконтенту и медиатекстам; соответствуют требованию взаимосвязи формы и содержания, то есть жанровым критериям; с их помощью эффективно решены конкретные познавательные и коммуникативные задачи подкастинга.

«Хорошо»: подготовленный студентом сценарий и описание подкаста отвечают качественным требованиям, предъявляемым к аудиоконтенту и медиатекстам; соответствуют требованию взаимосвязи формы и содержания, допущены незначительные от-

ступления от жанровых критериев; в результате студенту удалось решить познавательные задачи, но не удалось добиться нужного коммуникативного эффекта.

«Удовлетворительно»: подготовленный студентом сценарий и описание подкаста отвечают качественным требованиям, предъявляемым к аудиоконтенту и медиатекстам, но не соответствует некоторым характеристикам, в результате — неэффективно решены познавательная и коммуникативная задачи.

«Неудовлетворительно»: написанные студентом сценарий и описание подкаста требуют существенной доработки как с точки зрения содержания, так и формы, либо не подготовлены.

Рекомендуемая литература

1. Барашкина, Е. А. Коммуникативные стратегии подкастинга / Е. А. Барашкина, Л. А. Горшкова, В. В. Лабутина // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2021. — № 4. — С. 113–121. — URL: cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-strategii-podkastinga (дата обращения: 10.10.2022).
2. Вазовски, К. Тренируем навыки сторителлинга // Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва, 2021. — Глава 7. — С. 131–138. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
3. Воинова, Е. А. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды / А. Е. Воинова, Е. В. Сивякова // Социально-гуманитарные знания. — 2018. — № 12. — С. 104–120. — URL: cyberleninka.ru/article/n/podkast-kak-novyy-format-publichnoy-kommunikatsii-v-usloviyah-tsifrovoy-mediasredy (дата обращения: 10.10.2022).
4. Митрошина, С. Матеръ Бложья : подкаст // Яндекс Музыка : [музыкальный стриминговый сервис]. — URL: music.yandex.ru/album/23136589?dir=desc&activeTab=about (дата обращения: 10.10.2022).
5. Пикалев, Л. Пошаговое руководство по созданию подкаста // Tilda Education : Образовательный журнал платформы для создания сайтов Tilda Publishing : Практические руководства по дизайну и маркетингу для цифровых проектов / Н. В. Обухов. — URL:

tilda.education/articles-podcast?fbclid=IwAR1ZszJjd8OnAxIkzZ4f
nwloglkv2QsgvSyTQo6pKMpYtFDWAEu20gRtmAk#rec248645258
(дата обращения: 10.10.2022).

6. Распопова, С. С. Технология создания подкастов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина // Подкастинг : учеб. пособие для вузов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. — Москва, 2018. — Глава 4. — С. 73–85. — URL: e.lanbook.com/book/115632 (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
7. Чарт подкастов : Самое популярное в Яндекс Музыке прямо сейчас // Яндекс Музыка : [музыкальный стриминговый сервис]. — URL: music.yandex.ru/chart/podcasts (дата обращения: 10.10.2022).

Тема 3.2. Монтаж подкаста

Форма проведения занятия — индивидуальная и коллективная практическая работа, выполнение творческого задания.

Вопросы для обсуждения

1. Монтаж подкаста и его качественные показатели.
2. Авторское право в подкастинге.

Творческое задание

Осуществить монтаж пилотного выпуска подкаста, провести рефлексивный анализ пилотного выпуска по качественным показателям монтажа.

Методические рекомендации по проведению занятия

Практическое занятие проходит в два этапа, каждый из которых направлен на проверку следующих компетенций студентов:

- умения осуществлять монтаж звуковых материалов в итоговый аудиофайл;
- умения осуществлять рефлексивный анализ проделанной работы.

Для работы со звуковыми материалами необходим монтажный класс со станциями нелинейного монтажа для прослушивания и редактирования записей.

Краткие теоретические материалы

Для успешного осуществления монтажа информационной рубрики или сюжета новостной радиопрограммы необходимо изучить главу «Как записать первый выпуск подкаста?» практического руководства К. Вазовски [1, с. 117–125], а также раздел «Запись подкаста» учебного пособия «Подкастинг» [5, с. 74–79]. Много полезной информации о программах редактирования звука, звукозаписывающем оборудовании можно найти в «Пошаговом руководстве по созданию подкаста» [3]. Вспомнить основные приемы обработки и редактирования аудиофайлов можно, обратившись к практикуму Е.Р. Раскатовой «Радиомонтаж» [4].

После того, как пилотный выпуск собран, проводится его рефлексивный анализ по следующим критериям:

- звуковое оформление подкаста;
- образ автора;
- глубина раскрытия темы;
- чистота произнесения текста;
- интонационная подача материала;
- качество монтажа.

При подборе звукового оформления подкаста необходимо помнить о правомерном использовании авторских материалов. На музыкальные произведения и другой аудиоконтент распространяется действие четвертой части Гражданского кодекса Российской Федерации, регулирующее правоотношения в сфере интеллектуальной собственности, включающей нормы авторского права и смежных прав на музыкальное произведение. В качестве материала для музыкально-звукового оформления можно пользоваться музыкальными треками, которые выбираются из заранее подготовленной базы или из открытых источников в интернете. Например, можно воспользоваться фонотекой FMA (URL: <https://freemusicarchive.org/search/>). Здесь размещены треки с лицензией, разрешающей свободное использование. Прежде чем использовать их, нужно удостовериться, что на выбранный вами музыкальный трек распространяется лицензия свободного использования. Подробнее о юридическом аспекте создания подкастов прочитайте в материале «Авторское право

и подкасты» [2]. Условия использования чужой музыки в подкастах содержатся в рекомендациях для подкастеров от Яндекс.Справки [7]. На данном ресурсе даны также ссылки на стоки, где можно найти музыку для подкаста с лицензией creative commons (свободного использования).

Вопросы для самоконтроля по теоретическому материалу

1. Особенности аудиомонтажа подкаста.
2. Программы монтажа звука, используемые для редактирования подкастов.
3. Специфика музыкально-звукового оформления подкаста.
4. Условия использования музыки в подкастах.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

При осуществлении итогового монтажа подкаста нужно ориентироваться на следующие качественные показатели монтажа:

- аккуратная чистка аудиоварианта авторского текста и текста приглашенного гостя: удаление лишних фрагментов, посторонних шумов, слишком длинных пауз;
- нормализация всех голосовых фрагментов, звучание их на одинаковом уровне громкости;
- грамотное выполнение стыков фраз и других звуковых элементов, благозвучные переходы одного элемента в другой;
- все звуковые и музыкальные элементы выстроены в логичной последовательности и выровнены по звуку, подобраны по громкости относительно авторского текста;
- сформирован целостный звуковой образ, баланс в использовании всех структурных элементов рубрики.

Критерии оценки творческого задания

«Отлично»: подготовленный студентом подкаст отвечает качественным требованиям, предъявляемым к аудиоконтенту, соответствует требованию взаимосвязи формы и содержания, то есть жанровым критериям; с его помощью эффективно решены конкретные

познавательные и коммуникативные задачи подкастинга; аудио-файл соответствует критериям качественного монтажа.

«Хорошо»: подготовленный студентом подкаст отвечает качественным требованиям, предъявляемым к аудиоконтенту, соответствует требованию взаимосвязи формы и содержания, то есть жанровым критериям; с его помощью эффективно решены конкретные познавательные и коммуникативные задачи подкастинга; монтаж аудиофайла осуществлен с небольшими недочетами.

«Удовлетворительно»: подготовленный студентом подкаст отвечает качественным требованиям, предъявляемым к аудиоконтенту, но не соответствует некоторым характеристикам выбранной жанровой модели; имеются недочеты в монтаже аудиофайла.

«Неудовлетворительно»: подготовленный студентом подкаст требует доработки как с точки зрения содержания, так и формы, либо работа не сделана.

Рекомендуемая литература

1. Вазовски, К. Тренируем навыки сторителлинга // Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва, 2021. — Глава 7. — С. 131–138. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
2. Гарина, Н. Авторское право и подкасты // Сделано.Медиа : [сайт]. — URL: sdelano.media/zakonpodkast/ (дата обращения: 10.10.2022).
3. Пикалев, Л. Пошаговое руководство по созданию подкаста // Tilda Education : Образовательный журнал платформы для создания сайтов Tilda Publishing : Практические руководства по дизайну и маркетингу для цифровых проектов / Н. В. Обухов. — URL: tilda.education/articles-podcast?fbclid=IwAR1ZszJjd8OnAxIkzZ4fnwloglkv2QSGvSyTQo6pKMpYtFDWAEu20gRtmAk#rec248645258 (дата обращения: 10.10.2022).
4. Раскатова, Е. Р. Радиомонтаж : Практикум / Е. Р. Раскатова ; Тольяттинский государственный университет. — Тольятти : Издательство ТГУ, 2018. — 72 с. — URL: dspace.tltsu.ru/bitstream/123456789/6423/1/Raskatova%201-29-17_Praktikum_Z.pdf (дата обращения 10.10.2022). — ISBN 978-5-8259-1230-1.

5. Распопова, С. С. Технология создания подкастов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина // Подкастинг : учеб. пособие для вузов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. — Москва, 2018. — Глава 4. — С. 73–85. — URL: e.lanbook.com/book/115632 (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
6. Чарт подкастов : Самое популярное в Яндекс Музыке прямо сейчас // Яндекс Музыка : [музыкальный стриминговый сервис]. — URL: music.yandex.ru/chart/podcasts (дата обращения: 10.10.2022).
7. Использовать чужую музыку в подкастах и размещать аудиокниги // Яндекс : [поисковая система]. — URL: yandex.ru/support/music/podcast-authors/copyrights.html (дата обращения: 10.10.2022).

Тема 3.3. Публикация подкаста

Форма проведения занятия — практическая индивидуальная и коллективная работа, выполнение творческого задания.

Вопросы для обсуждения

1. Подготовка трейлера подкаста.
2. Подготовка обложки подкаста.
3. Публикация подкаста.

Творческое задание

Подготовить трейлер подкаста, обложку, опубликовать подкаст на платформе ВКонтакте или на «Яндекс Музыка».

Методические рекомендации по проведению занятия

Практическое занятие проходит в два этапа с целью проверки определенных компетенций студентов:

- умения кратко передавать цель и содержание своего медиапроекта в формате трейлера;
- навыка публикации медиапроекта на одной из подкастинговых платформ.

Для работы со звуковыми материалами необходим монтажный класс со станциями нелинейного монтажа для прослушивания и редактирования записей.

Краткие теоретические материалы

Публикация подкаста — наиболее важный и ответственный момент. Здесь нужно учесть несколько важных пунктов. Для публикации подкаста на платформе «Яндекс Музыка» или ВКонтакте должны быть подготовлены:

- текст краткого описания подкаста;
- трейлер подкаста — аудиофайл на 1–2 минуты с рассказом о том, кто вы и о чем ваш подкаст, анонсом темы выпусков;
- пилотный выпуск подкаста;
- обложка подкаста.

Трейлер подкасту необходим, чтобы подать заявку на публикацию на подкаст-платформах. Он позволяет слушателям составить впечатление о подкасте. Одной минуты достаточно, чтобы человек составил свое впечатление о подкасте, понял, нравится ли ему голос ведущего, тема, качество звука, и принял решение, слушать полный выпуск или нет. Подробнее о подготовке трейлера подкаста прочитайте в главе «С чего начинается подкаст? Трейлер» практического руководства К. Вазовски [2, с. 111–116].

Обложка подкаста — это его главное изображение, которое необходимо загрузить при публикации. Оно будет сопровождать все выпуски вашего подкаста. Обложка является средством для привлечения слушателей к подкасту. Она может быть простой, но должна быть читаемой в уменьшенном размере, если ваш подкаст выходит в списке других, например в чарте подкастов [7] на «Яндекс Музыка» (рис. 4). При создании обложки подкаста помните о необходимости соблюдения авторских прав на иллюстративные материалы.

Рекомендации по выбору обложки подкаста прочитайте в разделе «Обложка» практического руководства К. Вазовски [1, с. 74–77], а также в «Пошаговом руководстве по созданию подкаста» [5]. В данном руководстве также есть подробная информация о публикации подкаста на хостингах (платформах для хранения подкаста) или подкастинговых платформах, как и в практическом руковод-

стве К. Вазовски [3, с. 207–214]. Информация о различных вариантах размещения подкаста есть в учебном пособии «Подкастинг» [6, с. 79–84]. В рамках данной дисциплины студентам рекомендуется разместить свой подкаст на платформах «Яндекс Музыка», ВКонтакте.

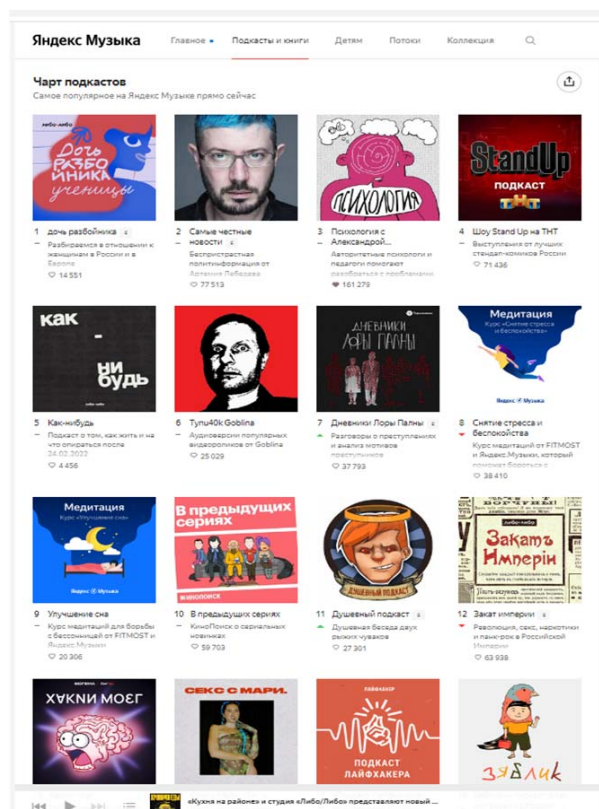


Рис. 4. Чарт подкастов на платформе «Яндекс Музыка»

Вопросы для самоконтроля по теоретическому материалу

1. Выбор платформы для публикации подкаста.
2. Условия публикации подкаста на платформе «Яндекс Музыка».
3. Условия публикации подкаста на платформе ВКонтакте.

4. Необходимые элементы для публикации подкаста.
5. Особенности выбора обложки подкаста.
6. Авторское право при выборе обложки подкаста.
7. Варианты публикации подкаста на различных хостингах.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

Для того чтобы опубликовать подкаст на одной из обозначенных выше платформ, должны быть подготовлены следующие материалы:

- обложка подкаста;
- описание подкаста;
- трейлер подкаста;
- пилотный выпуск подкаста и описание его краткого содержания.

Ознакомьтесь с пошаговой инструкцией от Яндекс.Справки для подкастеров [6], а также с документом «Инструкция: как подключить подкасты ВКонтакте» [2]. Примеры опубликованных подкастов из чарта «Яндекс Музыка» смотрите в прил. 2.

Критерии оценки творческого задания

«Отлично»: подготовлены все элементы, необходимые для публикации подкаста (описание, обложка, трейлер и пилотный выпуск), подкаст одобрен платформой и опубликован.

«Хорошо»: подготовлены все элементы, необходимые для публикации подкаста (описание, обложка, трейлер и пилотный выпуск), но подкаст не опубликован по техническим причинам или находится в процессе одобрения платформой.

«Удовлетворительно»: подготовлены основные элементы для публикации подкаста (описание, трейлер и пилотный выпуск), но подкаст еще не опубликован.

«Неудовлетворительно»: отсутствует пилотный выпуск подкаста, подкаст не опубликован.

Рекомендуемая литература

1. Вазовски, К. Обложка // Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва, 2021. — С. 74–77. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
2. Вазовски, К. Учимся писать звук // Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва, 2021. — С. 111–116. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
3. Вазовски, К. Выкладываем // Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва, 2021. — Глава 11. — С. 207–214. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
4. Инструкция: как подключить подкасты ВКонтакте / Общество разговорного жанра // ВКонтакте : [социальная сеть]. — URL: vk.com/@podcasters-podcast-platform (дата обращения: 10.10.2022).
5. Пикалев, Л. Пошаговое руководство по созданию подкаста // Tilda Education : Образовательный журнал платформы для создания сайтов Tilda Publishing : Практические руководства по дизайну и маркетингу для цифровых проектов / Н. В. Обухов. — URL: tilda.education/articles-podcast?fbclid=IwAR1ZszJjd8OnAxIkzZ4fnwloglkv2QSGvSyTQo6pKMpYtFDWAEu20gRtmAk#rec248645258 (дата обращения: 10.10.2022).
6. Распопова, С. С. Технология создания подкастов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина // Подкастинг : учеб. пособие для вузов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. — Москва, 2018. — Глава 4. — С. 73–85. — URL: e.lanbook.com/book/115632 (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
7. Чарт подкастов : Самое популярное в Яндекс Музыка прямо сейчас // Яндекс Музыка : [музыкальный стриминговый сервис]. — URL: music.yandex.ru/chart/podcasts (дата обращения: 10.10.2022).
8. Разместить подкаст // Яндекс Музыка : [музыкальный стриминговый сервис]. — URL: yandex.ru/support/music/podcast-authors/audio-placement.html (дата обращения: 10.10.2022).

Тема 3.4. Презентация подкаста. Разбор и анализ с профессиональной точки зрения

Форма проведения занятия — презентация проекта.

Вопросы для обсуждения

1. Презентация студентами итогов работы в рамках данной дисциплины.
2. Разбор и анализ студенческих подкастов с профессиональных позиций.

Методические рекомендации по проведению занятия

Практическое занятие проходит в два этапа с целью проверки следующих компетенций студентов:

- умения презентовать авторский проект подкаста;
- навыка производства подкаста в соответствии с технологическими требованиями.

Успешность освоения темы занятия зависит от качества выполнения заданий для самостоятельной работы, активной работы по созданию и публикации подкаста в ходе предыдущих занятий. На занятии используется оборудование для презентаций, а также оборудование для прослушивания радиопрограмм.

Каждый студент в рамках самостоятельной работы готовит презентацию своего подкаста. На занятии проходит защита перед группой и преподавателем.

Во время защиты студент должен продемонстрировать уровень профессионализма и сформированного навыка производства подкаста в соответствии с современными технологическими требованиями. На каждую презентацию отводится не более пяти минут, включая прослушивание превью подкаста, а также дается не более пяти минут на обсуждение каждого проекта. В целом выступление каждого студента с презентацией и анализом его работы не должно занимать более десяти минут. Преподавателем подводятся итоги проделанной студентами работы за семестр и дается оценка презентаций проектов подкастов.

Краткие теоретические материалы

Проект — это конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. В результате студент осваивает навыки по созданию подкаста в рамках определенного времени в соответствии с современными технологическими требованиями. В течение семестра каждый студент делает один медиапроект в формате подкаста. Обязательным является наличие опубликованного подкаста на одной из подкастинговых платформ: «Яндекс Музыка», ВКонтакте.

Для презентации студенты готовят аудиофайл-превью (краткое содержание выпуска авторской рубрики) длительностью не более трех минут. Презентация должна быть подготовлена в программе Microsoft PowerPoint и содержать следующие разделы:

- цель подкаста и целевая аудитория;
- тематическое направление;
- структура подкаста и его продолжительность;
- количество опубликованных выпусков и их основное содержание;
- отклики слушателей, результаты голосования за подкаст, проведенного в соцсетях.

Методические указания по выполнению самостоятельной работы

1. Подготовиться к презентации рубрики перед группой. Для презентации необходимо подготовить аудиофайл-превью с наиболее удачными моментами пилотного выпуска подкаста. Презентация готовится в программе Microsoft PowerPoint. В ней должны быть обозначены следующие пункты: обложка подкаста, его цель и целевая аудитория, структура, продолжительность, тематическое направление, основное содержание выпусков, отклики слушателей, результаты голосования за подкаст, проведенного в соцсетях.

2. Подготовить письменный отчет о проделанной за семестр работе (в свободной письменной форме) для получения зачета, где представить описание концепции подкаста, тексты и ссылку на опубликованный подкаст. Отчеты сдаются преподавателю в электронном виде: документ, выполненный в программе Microsoft

Word (шрифт – Times New Roman, размер – 14 пунктов, полуторный интервал, выравнивание по ширине).

Критерии оценки презентаций

«Отлично»: концепция подкаста реализована, подготовлена презентация, иллюстрирующая всю проделанную за семестр работу.

«Хорошо»: концепция подкаста реализована, подготовлена презентация, иллюстрирующая всю проделанную за семестр работу, есть недочеты в превью.

«Удовлетворительно»: концепция реализована не в полной мере, сделана презентация, но не сделано превью, подкаст находится в процессе доработки из-за отказа платформы в публикации.

«Неудовлетворительно»: концепция подкаста не реализована.

Рекомендуемая литература

1. Вазовски, К. Обложка // Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва, 2021. — С. 74–77. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
2. Вазовски, К. Учимся писать звук // Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва, 2021. — С. 111–116. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
3. Вазовски, К. Выкладываем // Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва, 2021. — Глава 11. — С. 207–214. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
4. Горшкова, Л. А. Мультимедийный проект : учеб. пособие / Л. А. Горшкова, В. В. Трифонова. — Самара : Издательство Самарского университета, 2021. — 80 с. — URL: e.lanbook.com/book/256928 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-7883-1621-5.
5. Нестерова, Н. Г. Коммуникативная стратегия формирования целевой аудитории // Современный радиодискурс : Коммуникативно-прагматический аспект : монография / Н. Г. Нестерова. —

- 2-е изд., стер. — Москва, 2019. — С. 59–67. — URL: e.lanbook.com/book/119157 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
6. Распопова, С. С. Технология создания подкастов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина // Подкастинг : учеб. пособие для вузов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. — Москва, 2018. — Глава 4. — С. 73–85. — URL: e.lanbook.com/book/115632 (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: по подписке.
7. Смирнов, В. В. Психолингвистические особенности аудиокommunikации // Природа и язык радиокommunikации : учеб. пособие / В. В. Смирнов. — Москва, 2014. — С. 249–268. — URL: e.lanbook.com/book/72761 (дата обращения: 14.11.2024). — Режим доступа: по подписке.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Технические предпосылки возникновения подкастов.
2. Первые подкасты зарубежных авторов.
3. Современное состояние подкастинга за рубежом.
4. Зарождение подкастинга в России.
5. Возникновение интернет-платформ для подкастеров в Рунете.
6. Подкасты радиостанций и интернет-СМИ.
7. Современные научные представления о подкастинге.
8. Подкаст как термин и как понятие в научной литературе и практике.
9. Классификация подкастов по тематической направленности.
10. Классификация подкастов по формату.
11. Классификация подкастов по целевой установке.
12. Классификация подкастов по жанрам.
13. Авторское начало в подкасте и формы его проявления.
14. Проблемно-тематическая направленность подкастов.
15. Жанровая система подкастов.
16. Сравнительно-сопоставительная характеристика радиопрограмм и подкастов.
17. Особенности жанра «investigative journalism».
18. Особенности жанра «backcast».
19. Особенности жанра «чамкаст».
20. Особенности нарративных подкастов.
21. Особенности разговорных подкастов.
22. Прием сторителлинга в подкастинге.
23. Особенности жанра «сиквелкаст».
24. Особенности жанра «infocast».
25. Разработка концепции подкаста: этапы, составляющие, специфика.
26. Технологический процесс создания и запуска подкаста.
27. Выбор интернет-платформы для подкаста.
28. Подкаст как бизнес.
29. Форматы подкастов.

30. Авторское право и произведения, используемые в подкастах.
Защита прав автора подкаста.
31. Работа с подписчиками — формы, методы.
32. Публикация подкаста и его «раскрутка».
33. Техническое оснащение подкастера.
34. Правовое регулирование деятельности подкастеров.
35. Этические нормы в подкастинге.
36. Специфика организации и планирования работы над выпусками радиоподкаста.
37. Тенденции развития современных внеэфирных радиопроектов.
38. Оформление подкаста (визуальное и музыкальное).
39. Анализ популярного подкаста на выбор студента.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Основная литература

1. Вазовски, К. Подкаст за две недели : От идеи до монетизации / К. Вазовски. — Москва : Альпина Пабlishер, 2021. — 235, [1] с. — URL: znanium.com/catalog/product/1842370 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-9614-6934-9.
2. Горшкова, Л. А. Мультимедийный проект : учеб. пособие / Л. А. Горшкова, В. В. Трифонова. — Самара : Издательство Самарского университета, 2021. — 80 с. — URL: e.lanbook.com/book/256928 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-7883-1621-5.
3. Жилавская, И. В. Виды медиа : типология и история : учеб. пособие / И. В. Жилавская, К. К. Онучина ; Московский педагогический государственный университет. — Москва : МПГУ, 2020. — 206, [1] с. — URL: e.lanbook.com/book/252998 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-4263-0894-7.
4. Журналистика: профессиональные компетенции в медиасфере : учеб.-метод. пособие / О. Е. Видная, А. И. Иванов, Е. П. Семишова, С. А. Серова ; Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина. — Тамбов : Державинский, 2021. — 141 с. — URL: e.lanbook.com/book/254939 (дата обращения: 14.10.2022). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-00078-475-4.
5. Зверева, Е. А. Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа : учеб.-метод. пособие / Е. А. Зверева, А. М. Шестерина, М. А. Мирошник ; Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина. — Тамбов : Державинский, 2020. — 133 с. — URL: e.lanbook.com/book/177104 (дата обращения: 05.10.2023). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-00078-429-7.
6. Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник / Л. В. Балахонская, А. А. Беловодская, А. В. Болотнов [и др.] ; науч. ред. Л. Р. Дускаева. — Москва : ФЛИНТА, 2018. — 435, [1] с. — URL: e.lanbook.com/book/119139 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-975-3978-5.

7. Мультимедийные технологии СМИ : учеб. пособие / Н. О. Автаева, В. А. Бейненсон, К. А. Болдина [и др.]. — Нижний Новгород : Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2020. — 171 с. — URL: e.lanbook.com/book/191744 (дата обращения: 15.01.2024). — Режим доступа: по подписке.
8. Нестерова, Н. Г. Современный радиодискурс : Коммуникативно-прагматический аспект : монография / Н. Г. Нестерова. — 2-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 319 с. — URL: e.lanbook.com/book/119157 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-9765-3964-8.
9. Распопова, С. С. Подкастинг : учеб. пособие для вузов / С. С. Распопова, Т. А. Саблина. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 110, [2] с. — URL: e.lanbook.com/book/115632 (дата обращения: 07.10.2022). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-7567-0967-4.
10. Смирнов, В. В. Природа и язык радиокommunikации : учеб. пособие / В. В. Смирнов. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 302, [1] с. — URL: e.lanbook.com/book/72761 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-9765-1879-7.
11. Соловьев, А. И. Современные технологии массмедиа : учеб. пособие / А. И. Соловьев ; Белорусский государственный университет. — Минск : БГУ, 2018. — 278, [1] с. — URL: e.lanbook.com/book/180506 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-985-566-592-3.
12. Устюжанина, Д. А. Интернет-журналистика : учеб. пособие / Д. А. Устюжанина ; Сибирский федеральный Университет. — Красноярск : СФУ, 2019. — 115, [1] с. — URL: e.lanbook.com/book/157533 (дата обращения: 10.10.2022). — Режим доступа: по подписке. — ISBN 978-5-7638-3995-1.

Дополнительная литература

13. Барашкина, Е. А. Коммуникативные стратегии подкастинга / Е. А. Барашкина, Л. А. Горшкова, В. В. Лабутина // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2021. — № 4. — С. 113–121. — URL: cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnye-strategii-podkastinga (дата обращения: 10.10.2022).

14. Воинова, Е. А. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды / А. Е. Воинова, Е. В. Сивякова // Социально-гуманитарные знания. — 2018. — № 12. — С. 104–120. — URL: cyberleninka.ru/article/n/podkast-kak-novyy-format-publichnoy-kommunikatsii-v-usloviyah-tsifrovoy-mediasredy (дата обращения: 10.10.2022).
15. Гагарина, А. Подкастинг сегодня и завтра // МедиаПрофи : [сайт]. — URL: mediaprofi.org/mastership/creative-programming/item/7910-podcas (дата обращения: 10.10.2022).
16. Дорошук, Е. С. Инновационный потенциал подкаста как интегрированной медиатеchnологии / Е. С. Дорошук, П. В. Трифонова // Международный научно-исследовательский журнал. — 2020. — № 2-2. — С. 35–39. — URL: cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnyy-potentsial-podkasta-kak-integrirovannoy-mediatehnologii (дата обращения: 10.10.2022).
17. Дундукова, Д. Подкасты как корпоративное медиа: как на них зарабатывать и какие метрики использовать // Медиа Нетологии : [сайт]. — URL: netology.ru/blog/06-2020-podcast-and-media (дата обращения: 10.10.2022).
18. Журавлева, А. А. Подкастинговое вещание: структура, жанрово-тематическое разнообразие, особенности развития в социальной сети ВКонтакте // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2020. — № 1. — С. 112–119. — URL: cyberleninka.ru/article/n/podkastingovoe-veschanie-struktura-zhanrovo-tematicheskoe-raznoobrazie-osobennosti-razvitiya-v-sotsialnoy-seti-vkontakte (дата обращения: 10.10.2022).
19. Казанцева, М. С. Подкастинг как инструмент бренд-интеграции для взаимодействия с аудиторией / М. С. Казанцева, Н. А. Латоркина // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2022. — № 2. — С. 71–74. — URL: cyberleninka.ru/article/n/podkasting-kak-instrument-brend-integratsii-dlya-vzaimodeystviya-s-auditoriei (дата обращения: 10.10.2022).
20. Карасс, В. О. Аналитика рынка подкастов в России: новый формат медиарынка и новые возможности // Мир и пандемии: трансформации, коммуникации, стратегии : Материалы Всероссийской научной конференции студентов-стипендиатов

- Оксфордского Российского фонда (Екатеринбург, 25 ноября 2020 г.) / Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина ; отв. ред.: Ю. В. Гудова. — Екатеринбург, 2021. — С. 101–104. — URL: elar.urfu.ru/handle/10995/99045 (дата обращения: 10.10.2022).
21. Круглова, Л. А. Проблемы подкастинга в России / Л. А. Круглова, Д. З. Мамедов // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. — 2021. — Т. 20, № 6. — С. 156–167. — URL: vestnik.nsu.ru/historyphilology/files/db134ad5816a9740818b0689d65d7d21.pdf (дата обращения: 10.10.2022).
22. Пикалев, Л. Пошаговое руководство по созданию подкаста // Tilda Education : Образовательный журнал платформы для создания сайтов Tilda Publishing : Практические руководства по дизайну и маркетингу для цифровых проектов / Н. В. Обухов. — URL: tilda.education/articles-podcast?fbclid=IwAR1ZszJjd8OnAxIkzZ4fnwloglkv2QSgvSyTQo6pKMpYtFDWAEu20gRtmAk#rec248645258 (дата обращения: 10.10.2022).
23. Подкасты России : По данным Яндекс Музыка и поиска Яндекса // Яндекс : поисковая система. — URL: yandex.ru/company/researches/2021/podcasts (дата обращения: 10.10.2022).
24. Подкасты: аудитория, рейтинги подкастов и подкастеров // TIBURON Research : [сайт]. — URL: tiburon-research.ru/cases/issledovanie-podkasty-auditoriya-reytingi-podkastov-i-podkasterov (дата обращения: 10.10.2022).
25. Тесленко, Л. А. Подкастинг в интерактивной журналистике / Л. А. Тесленко, Ю. С. Ковтун, Д. А. Письменский // StudNet. — 2020. — Т. 3, № 11. — Статья номер 37. — URL: cyberleninka.ru/article/n/podkasting-v-interaktivnoy-zhurnalistike (дата обращения: 10.10.2022).
26. Штейнберг, О. Buman Media: корпоративный подкаст? Да! // Sostav : [сайт]. — URL: www.sostav.ru/publication/olga-shtejnberg-buman-media-korporativnyj-podkast-da-39980.html (дата обращения: 10.10.2022).

ГЛОССАРИЙ

Документальные записи — записанные голосовые элементы радиопрограммы/рубрики.

Заставка — музыкально-звуковой элемент радиопрограммы, подкаста, открывающий ее, состоящий из названия и слогана (если в этом есть необходимость), ярких, запоминающихся звуков и музыкального сопровождения.

Звуковой образ — совокупность элементов речи, музыки, шумов, которые посредством ассоциаций создают у слушателя представление об изображаемом явлении.

Имиджевые способы обратной связи — личное, визуальное знакомство слушателя с радиостанцией и ее ведущими. Для этого современные радиостанции и устраивают различные PR-акции.

Интерактивные способы обратной связи — мгновенный или «отложенный» отклик аудитории на предложенную тему или конкретную программу с помощью различных мессенджеров и социальных сетей.

Интонация — ритмомелодический строй речи.

Клип — звуковой элемент радиопрограммы/рубрики, несущий смысловую нагрузку (мнение участников события, комментарий эксперта и пр.).

Концепция подкаста — модель, в которой прописываются все основные составляющие будущего медиапроекта.

Монтаж подкаста — обработка и соединение всех его структурных элементов в единое целое с помощью компьютерной программы.

Монтаж-редактирование аудиозаписи — выбор смысловых элементов аудиозаписи, удаление фраз, не входящих в структуру радиопрограммы.

Монтаж-чистка аудиофайла — удаление фрагментов аудиозаписи, не влияющих на ее смысл: вдохи, посторонние шумы, повторы фраз.

Музыкальное сопровождение — музыкальное оформление радиопрограммы/рубрики, несущее смысловую нагрузку.

Нарративный подкаст — подкаст-история, основным приемом которого является сторителлинг.

Отклик аудитории — комментарий в социальных сетях о прослушанной радиопрограмме.

Перебивка — звуковой элемент, отделяющий одну смысловую часть радиопрограммы/рубрики от другой.

Подкаст — серия (цикл) периодических выпусков (эпизодов) как профессиональных, так и любительских материалов, объединенных единством формы и содержания, авторским замыслом, записанных в аудиоформате и выложенных на подкастинговых платформах.

Подкастинг — это формат создания и распространения звуковой информации в сети Интернет через внедрение мультимедиаконтента (аудио- или видео-) в RSS-канал.

Подкастинговые платформы — это специальные платформы для публикации аудиоматериалов; мультимедийные порталы, имеющие разделы с аудиоматериалами; приложения для смартфонов; паблики или группы в социальных сетях с обновляемыми аудиоматериалами и специальные подкаст-сервисы (например подкасты ВКонтакте, подкасты на «Яндекс Музыка»).

Подложка — музыкальный фон, который накладывается на текст ведущего рубрики/программы.

Программирование эфира — процесс организации вещательного дня радиостанции, структурирование радиопрограмм в сетке вещания.

Проект — это конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий.

Радиопрограмма — структурный элемент вещательного дня радиостанции, как вариант — совокупность рубрик, выходящих в эфир под одним названием и в определенное время.

Сетка вещания радиостанции — программное и музыкальное наполнение вещательного дня, выстроенное в логической последовательности, компоновка программ.

Слоган — фраза, поясняющая название рубрики.

Спикер — человек, компетентный в той или иной области, причастный к какому-либо событию, обладающий уникальной информацией.

Технические выразительные средства — монтаж и различные средства звукообразования.

Технология RSS — возможность подписки на подкасты и оповещения об обновлениях.

Тру-крайм подкаст — подкаст, в котором рассказывается о реальных преступлениях.

Формат радиостанции — концепция вещания радиостанции, в которой определяются цели вещания, аудитория, содержание вещательного дня.

Формообразующие выразительные средства радиожурналистики — слово, музыка, шумы и документальные записи.

Хостинг — ресурс для размещения информации на сервере.

Чамкаст — дружеский подкаст.

Шумы — звуковое проявление различных явлений действительности.

Investigative journalism — расследовательская журналистика.

Backcast — подкаст про прошлое.

Пример текста выпуска подкаста

Подкаст автора учебного пособия «Азбука иллюзий» вы можете послушать по ссылке <https://cognitivetraps.mave.digital/> либо https://music.yandex.ru/album/35756693?utm_source=web&utm_medium=copy_link или по QR-коду.



Ниже представлен сценарий студенческого подкаста, подготовленного в рамках непрерывной практики для «Толк радио».

(С итоговым вариантом подкаста для «Толк радио» можно познакомиться по ссылке: https://talk-on.ru/materials/tolk-radio/Ozhivayushchie_knigi_Vypusknitsa_TGU_Ekaterina_Kontyakova__otom_kak_stat_golosom_audioknig/?sphrase_id=674642)

Привет всем, кто на Толк Радио. У микрофона Анна Андрейко.

Любите ли вы читать вслух? А часто ли ваши слушатели говорят вам, что у вас отлично получается? Если вы сейчас дали два положительных ответа, то в ближайшие минуты у вас будет возможность узнать, как заработать на своём хобби. Если же комплиментов в свой адрес вы пока не получали, но очень хотите стать лучшим чтецом, вам тоже имеет смысл оставаться с Толк Радио, потому что в ближайшие минуты вы услышите человека, который записывает аудиокниги. Причём Екатерина Коньякова делает это настолько хорошо, что крупнейший представитель рынка электронных и аудиокниг в России и странах СНГ компания «ЛитРес» включила тольяттинку в лонг-лист конкурса «Летний плейлист» в номинацию «Лучшая женская озвучка».

Предпосылки к этому появились, ещё когда Екатерина была школьницей. Она часто посещала библиотеки, постепенно попол-

няя свой список прочитанной литературы. А дальнейшая учёба на кафедре филологии Тольяттинского госуниверситета лишь укрепила дружбу моей героини с книгами (КоньяковаЕкатерина_ТГУ_ЛюбовьТекст).

— Самое главное, пожалуй, что в ТГУ я получила любовь к тексту, понимание текста, умение отличить хороший текст от плохого, если можно так выразиться. Когда я задумывалась о том, чем я хотела бы заняться, чтобы это максимально приносило мне удовольствие, а не только доход, я стала перебирать в голове, что вообще я люблю. Есть такое выражение: «Задумайся, что бы ты делал, даже если бы тебе за это не платили». Я стала с этой стороны подбираться к вопросу и думать, что бы я делала, если бы у меня была куча свободного времени, и мне вообще ничего другого делать не надо было. Подумала, что я бы читала. Раз я люблю читать, значит, с этим и нужно связать направление деятельности. Литературным критиком я быть не могу, потому что я слишком восторженный человек. Я почти во всем могу увидеть хорошее. И если книга в целом хорошая, то я буду только ее плюсы перечислять. Поэтому думаю, что с этим у меня бы не сложилось. Работе учителя я не готова посвящать так много времени, потому что у меня двое деток. И вот пришла идея озвучивать книги.

А лишний раз в своей правоте Екатерина Коньякова убедилась во время одной из френд-встреч (КоньяковаЕкатерина_ОтправитьНаЛитРес).

— Год назад у меня родилась идея завести небольшой книжный клуб для своих друзей. Просто я люблю читать книги и знаю, что мои друзья любят читать. Иногда хочется обсудить с кем-то книгу, услышать другие точки зрения. Поэтому я предложила это своим друзьям, нас 4—5 человек собирается. Обсуждаем интересующую нас литературу. И я услышала от ребят, которые очень плотно работают, что у них вообще нет времени читать бумажные книги, и они слушают аудиоверсии. Наслушалась много жалоб о том, какие ужасные есть чтецы: кто-то читает очень монотонно, так что засыпаешь под эту озвучку, а кто-то, наоборот, слишком тараторит и не там расставляет акценты. Это то, о чем я и говорила: иногда люди не вдумываются в смысл того, что они сейчас вещают. Поэтому я задумалась, что, наверное, могла бы читать книжки, мне

же это нравится, мне это интересно. Я стала искать информацию, как вообще люди становятся чтецами аудиокниг. Мне попались курсы актера дубляжа. Там, конечно, не только озвучка аудиокниг, но и дубляж рекламных видеороликов, озвучка сериалов и фильмов. Отучилась я 2 месяца. Когда заканчивала, решила отправить тестовое задание на ЛитРес.

Чтобы твой голос прозвучал в самой большой библиотеке электронных книг, нужно зайти на сайт litres.ru, найти там раздел «Литрес: Чтец» и зарегистрироваться. Вскоре на почту тебе придут тестовое задание, которое подразумевает озвучку трёх отрывков из классических произведений. Ты их записываешь, монтируешь и отправляешь заказчику. По словам Екатерины Коньтяковой, прочитанного ею Чехова приняли сразу. Но не всем так везёт. Некоторым одноклассникам Екатерины, тоже обучавшимся на курсе «Актёр дубляжа», записи возвращали по 2–3 раза: заказчика не устраивал фоновый шум, то есть были слышны лишние звуки, которые окружали чтеца во время его работы у микрофона.

Это распространённая проблема, с которой сталкивается любой человек во время записи за пределами профессиональной студии, поэтому Екатерина Коньтякова нашла в своём доме самый комфортный для озвучки уголок и скрупулёзно монтирует аудио перед тем, как отправить его в «ЛитРес». В компании знают, с какими сложностями сопряжена работа их чтецов, и недавно дикторов попросили рассказать, что именно происходит в квартире и рядом с ней в тот момент, когда микрофон включён. Выяснилось, что у кого-то дома храпит собака, у другого чтеца за окном ходят поезда, третьему не дают скучать соседи. За полгода сотрудничества с компанией «ЛитРес» на долю моей героини тоже неоднократно выпадали особые обстоятельства (Коньтякова_КакимБываетФоновыйШум).

— Работать в таких условиях точно не получается. Приходится прерывать работу по независящим от тебя причинам. Например, приехала какая-то рабочая техника, за окном происходит ремонтная работа, и это очень громко, даже пластиковые окна не спасают. Микрофон довольно-таки чувствительный. У меня частенько так происходит, что соседи сверху громко включают музыку. Это тоже слышно на записи. Но, к счастью, не так уж часто это происходит.

Как правило, удается спокойно записаться в выделенное время. А ещё я столкнулась с проблемой не извне — я заболела. Это выбило меня из колеи, потому что записывать с насморком и кашлем, естественно, нельзя, голос будет видоизмененным. После болезни я стала записываться, но ещё не подозревала, что при прослушивании услышу какие-то щелчки. Они едва заметны, но они есть. Я не могла понять, откуда они. Потом я прислушалась к себе и осознала, что у меня в области уха что-то щелкает. Видимо, это были последствия болезни, ещё не прошли какие-то процессы. Но было очень обидно, потому что я уже чувствовала себя хорошо, голос был в норме, а я ещё неделю не могла записываться. Я даже записалась к лору, получается, выпала из процесса. Думала: «Что я скажу лору? У меня что-то щелкает, это едва слышно», а он скажет идти к психиатру. К счастью, само собой все прошло, и больше не возвращалось.

Однако здоровых лор-органов и тихих соседей недостаточно для того, чтобы у чтеца получилась запись, которую будут слушать с удовольствием (Коньякова_ТребованияГолос).

— У идеального чтеца в первую очередь не должно быть никаких дефектов речи, то есть нельзя, чтобы человек шепелявил, картавил и так далее. Ни в коем случае. Далее. Должна быть достаточно четкая дикция, чтобы каждое слово было понятно, звуки не пропадали, не съедались. Это — из требований к голосу.

И чтец-новичок должен быть готов услышать собственный голос. По словам Екатерины Коньяковой, она после первого прослушивания испытала шок (Коньякова_ЧитатьСкороговорки).

— Когда ты слышишь себя не изнутри, а снаружи, на записи, тебе кажется: «Боже мой, как ужасно все звучит. Как все плохо. Как это вообще люди слушают?» Это просто преследует первое время. Сначала ты вычищаешь в записи ненужные интонации, повторы. Делаешь вроде нормально. Потом проходит день-два, ты уже не погружен в этот текст, заново его слушаешь и думаешь: «Ой, нет! Не надо это никому слушать. Не буду это отправлять. Зачем я вообще этим занимаюсь?» Но постепенно ты привыкаешь к своему такому голосу, потом это уже спокойно воспринимается. Сейчас у меня уже нет такой проблемы. Теперь я слышу и знаю, что это мой голос, как бы смотрю на него со стороны. Очень часто это так нео-

жиданно, когда ты записываешь, и какие-то совершенно простые слова начинают у тебя «заедать», можно сказать. Например, в стыке слов постоянно что-то съедается и получается неправильно, поэтому начинаешь по 10 раз повторять. Здесь важна артикуляционная гимнастика и скороговорки, которые стоит делать предварительно перед записью регулярно, каждый день.

В град, глотая виноград, по Арбату брёл аббат. Град упал на виноград, на Арбат упал аббат. Вроде бы все буквы произнесла, но и этого недостаточно для того, чтобы возникло желание прослушать аудиокнигу от начала до конца (Коньякова_ВажноКакЧитаешь).

— Важно чтобы человек понимал, о чем идет речь. Потому что иногда ты слышишь: вроде голос хороший, интонации красивые, но, по сути, это может быть некое самолюбование, что ли. Человек просто воспроизводит красиво слова, а то, что за этими словами кроется смысл, не всегда можно проследить по этой озвучке. Для меня это крайне важно, чтобы человек себе, как это называется, «присвоил» текст. Чтобы он понял определенные смыслы и уже с этим посылом воспроизводил книгу. Конечно, не нужно целый год посвящать исследованию произведения, это будет чересчур. Но хотя бы мельком нужно изначально прочесть книгу, понять, о чем она, потому что чтец — это, можно сказать, соавтор. Он тоже должен понимать, к чему ведет автор читателя и помогать ему в этом голосом. Для меня очень важен голос, который я слушаю. То есть и тембр голоса, и, конечно же, подача, даже высота. Вот, знаете, это настолько индивидуально. Например, Чонишвили — это очень известный чтец и великий профессионал своего дела. Он очень красиво читает. Но для моего уха у него слишком низкий тембр. Я, когда начинаю его слушать, первое время не могу даже до смысла добраться, потому что мой организм адаптируется под то, что это не просто какой-то низкий гул, а слова. Из женщин мне нравится, как Светлана Кузнецова читает книги. Без переигрывания, но при этом эмоционально. Из мужских голосов Клюквин мне очень нравится.

Чтобы и ваш голос пришёлся слушателям по душе, помимо приятного тембра вам понадобится грамотно подобранное оборудование (КоньяковаЕкатерина_ТехникаНорм).

— Важны технические моменты, то есть хотя бы минимум уже должен быть на момент записи тестового задания для ЛитРес. Микрофон, желательно конденсаторный. Конечно, хороший стоит дорого, 20 тысяч и больше. Я начала с крайне бюджетного варианта: купила микрофон фирмы Маопо. Это китайский микрофон, но конденсаторный. Он стоил буквально 3 с половиной тысячи рублей. К нему обязательно нужно приобрести звуковую карту, чего я не смогла сделать сразу. У меня на тот момент не было ресурсов, поэтому фоном был записан достаточно сильный шум. Совсем недавно я наконец-то купила звуковую карту, тоже не очень дорогую, она стоила около 5 тысяч. С ней — прямо небо и земля. Если у кого-то будет достаточно ресурсов для того, чтобы начать работу, сразу говорю: звуковая карта очень важна.

Конечно, когда я заработаю на этом много денег, я себе оборудую дома небольшую студию с отличным шумоподавлением. Но это все в будущем. Для начала достаточно того, что я назвала. То есть в 10 тысяч для начального оборудования можно уложиться.

Каким будет график вашей записи, решать только вам. Но важно понимать, что больше четырех часов в день записываться сложно. А ещё должно быть время на монтаж. Покупать программу для редактирования аудиофайлов или устанавливать бесплатную, вы тоже решите самостоятельно (Коньтякова_РедактированиеАудио).

— А какими программами для монтажа аудио вы пользуетесь?

— Пока что пользуюсь только Audacity, бесплатная программа. Ее можно скачать и на английском, и на русском языке. Но я использую не так много функций, самый минимум: шумоподавление, нормализация звука, вырезка ненужных моментов и — что-то копировать или вставить. Хотя те, кто много работают и у кого уже есть свое имя, своя аудитория, нанимают звукооператора, который будет нарезать ненужные дубли, лишние вздохи, посторонние звуки и монтировать. Даже если у меня будет финансовая возможность, я бы не хотела, чтобы другой человек обрабатывал мою запись, потому что это все-таки творческий процесс. Например, очень важны паузы, их длительность. Они тоже влияют на восприятие текста. Во время какого-то драматического момента ты подольше помолчишь. А вдруг звукорежиссер не посчитает это особо драматическим моментом и сделает паузу ко-

роче? Впечатление от текста будет уже другим. Поэтому я считаю это плюсом, что сама обрабатываю свою запись.

К настоящему моменту на сайте litres.ru опубликованы три аудиокниги, тещом которых значится выпускница Тольяттинского госуниверситета Екатерина Коньтякова. Отмечу, что коллекция изданий магазина ЛитРес попадает и в каталог другой электронной библиотеки — MyBook. То есть на любом из этих двух ресурсов вы можете послушать озвученный Екатериной сборник рассказов Александра Грина «Наследство Пик-Мика». Это произведение рассчитано на людей старше 12 лет. Для аудиАлов же моя героиня записала шедевры немецких классиков — Гёте, Шиллера, Рильке и Гейне. Если вам уже исполнилось 16 и поэзия является значимой частью вашей жизни, то оживающие с помощью Екатерины Коньтяковой стихи скорее всего вам понравятся. А если вы поклонник прозы, то диктор рекомендует вам уделить время рассказу Леонида Андреева «Полёт». Он предназначен для слушателей 12+. «Полет» был написан больше ста лет назад, но сможет произвести впечатление на современников теща — на нас с вами. Наряду с произведениями, созданными задолго до нашего появления на свет, скоро в фонотеке Екатерины Коньтяковой, а следом и в электронных библиотеках компаний ЛитРес и MyBook, можно будет найти семейную сагу, написанную в 2020 году. Сравнительно недавно Екатерина начала её озвучивать. У вас есть уникальная возможность послушать отрывок из будущей аудиокниги. Она предназначена для людей старше 18 лет (ЕкатеринаКоньтякова_РекиТекутКморю).

Какую книгу озвучить, теще Екатерина Коньтякова решает сама, но выбирает она из каталога, предоставленного компанией ЛитРес. Когда произведение записано в полном объёме, аудиоверсия отправляется заказчику (КоньтяковаКатя_ПослеЗаписи).

— Я отправляю много маленьких файлов форматом mp3, по главам, на адрес ЛитРеса. Дальше, где-то неделю, у них идет модерация. В принципе, у них будет ещё минимальная обработка от их звукооператоров, но он прослушивает купюрами. Если каких-то явных косяков нет, он их допускает к публикации. А если он слышит шумы, то тебе пришлют книгу на доработку. Нужно будет за определен-

ный срок повторно ее прислать. У меня, к счастью, такого не было. Но был такой момент, когда я отправила и осознала, что одна из глав недоработана. Там было несколько версий, а книжку уже опубликовали. Тогда я связалась с ЛитРесом через почту и спросила, можно ли поменять этот отрезок. Они согласились и все поменяли. То есть они очень легко идут на контакт, нет каких-то жестких правил.

Сумма вознаграждения чтеца зависит от того, сколько будет продано записанных им аудиокниг. Диктор компании «ЛитРес» получает 10 % от каждого прослушанного за плату произведения. Лучше всего посетители электронной библиотеки покупают эротическую литературу. Екатерина Коньтякова однажды записала 17-часовой любовный роман и убедилась в том, что данный жанр занимает первую строчку хит-парада. Однако пользоваться этим и читать у микрофона исключительно пикантную литературу Екатерина не планирует. Она готова озвучивать в том числе книги для детей, а чтобы не возникло неприятностей этического характера, лавстори моя героиня записала и будет записывать под псевдонимом Катрин.

Несмотря на наличие продаваемого любовного романа и ещё трёх аудиокниг, в настоящее время Екатерина Коньтякова не получает желаемого дохода, поэтому она рассматривает различные варианты, которые способны пополнить её семейный бюджет. Главное условие при выборе работы — возможность применения навыков, приобретенных в период сотрудничества с ЛитРес и на курсах «Актёр дубляжа» (Коньтякова_РаботатьСиздательством).

— Мне хочется в итоге сотрудничать с издательствами. Там, где фиксированная плата, то есть ты составляешь договор и знаешь, сколько заработаешь за книгу. Если сотрудничать с издательствами, у меня есть такая цель, там будет оплата за час готовой работы. Цены зависят от имени чтеца, но начинать можно с 2–2,5 тысяч рублей за час готовой работы.

Работая в направлении увеличения дохода, Екатерина Коньтякова параллельно растит и себя. Она постоянно самосовершенствуется. В этом году Екатерина приняла участие в областном конкурсе скорочтения «Книжное ГТО» и стала его серебряным призёром. А предстоящей зимой моя героиня планирует зарегистрироваться

на конкурс «Открой рот», в котором важно прочитать незнакомый текст артистично. Но это не все мероприятия, которые способны добавить Екатерине уверенности в её профессиональных качествах (Коньтякова_ПродолжаетУчиться).

— Учиться обязательно нужно. Я, помимо тех конкурсов, о которых вы сказали, пошла учиться художественному слову в мастерскую перформанса на Голосова, 20. Я думала, что там проводятся именно читки, то есть для меня это идеальный формат. Мне работать телом на публику, как в обычном театре, не совсем актуально. А вот именно чтение текста с погружением в него, с присваиванием его, с глубинным пониманием целей каждого героя — за этим я туда и пошла. Там прекрасный режиссер Лариса. Я жду, что с помощью этого смогу получить качественную и профессиональную обратную связь, чтобы режиссер сказал, действительно ли мне удастся передать смысл. Может, только я сама думаю, что у меня хорошо получается? Хочу послушать профессиональное мнение и, конечно же, учиться ещё глубже понимать текст и героев, которые представлены в художественном произведении.

Добавленные скиллы пригодятся Екатерине Коньтяковой не только во время сотрудничества с издательствами и библиотекой электронных книг, но и при взаимодействии с рекламными агентствами Тольятти. Недавно Екатерина отправила им демозапись, сообщив о своём желании стать голосом рекламных роликов.

Целеустремлённость и любознательность моей героини вызывают уважение. Желаю Екатерине Коньтяковой продуктивной работы, которая всегда будет приносить ей удовольствие.

А если эта выпускница Тольяттинского госуниверситета стала для вас примером для подражания и вы готовы записать новую главу своей жизни, то пусть вас сопровождает удача! Анна Андрейко, Толк-радио.

Примеры публикаций подкастов на ресурсе «Яндекс Музыка»

um/9091989?dir=desc&activeTab=about

Яндекс Музыка Главное • Подкасты и книги Детям Поток Коллекция 🔍



ПОДКАСТ

Психология с Александрой Яковлевой

★ Популярно у слушателей

▶ Служить ❤ 161 306 ...

О ПОДКАСТЕ 178 ВЫПУСКОВ

Александра Яковлева, автор и ведущая подкаста, психолог, журналист, создала уникальную экспертную платформу, куда она приглашает авторитетных психологов и педагогов, разговаривает с ними на самые разные и важные темы — от стресса и зависимостей до поиска пары и причин семейных конфликтов.

«Психология», в первую очередь, образовательный проект, где гости выпусков делятся своими знаниями, которые могут быть полезны каждому. Взгляд конкретного гостя не является истиной в последней инстанции, но позволяет задуматься и обратить внимание на некоторые аспекты нашей жизни.

Telegram: https://t.me/psy_with_yakovleva
 Сотрудничество и реклама: psy.with.yakovleva@gmail.com

Возрастное ограничение: 18+

Последние выпуски Смотреть все >

	«Я алкоголик»: зависимости и как из них выходить 15 октября	❤	36:40
	Какой секс, такие и мы +18 8 октября	❤	31:21
	«Экспекте патрулю!» Разгоняем тьму светом 1 октября	❤	56:26
	Как найти опору в океане тревог 24 сентября	❤	24:03
	Из «хорошей девочки» в «удобную женщину». Как патриархат влияет на нашу жизнь	❤	34:46

⏮ ⏪ ⏩ ⏭ ⏮ ⏭



Кандинский: понять и простить.
Искусство для пацанчиков



ПОДКАСТ

Искусство для пацанчиков

⚡ Популярно у слушателей

▶ Слушать

📖 36 407 • Подписаться



О ПОДКАСТЕ

51 ВЫПУСК

Фellini что, укурился? Прокофьев что, глухой? Почему Чёрный квадрат Малевича не чёрный, не квадрат и не Малевича? И почему вся эта хрень стоит так дорого? Культуролог и музыковед Настя Четверикова объясняет шедевры мирового искусства на пальцах, по-пацански.

Хотите больше выпусков - поддержите нас на Patreon.

<https://www.patreon.com/artforpazanchiki>

По поводу размещения рекламы и партнерства в подкасте пишите на info@tolktolk.me



Тёмная материя - тизер.
3 марта 2020



1:06

Последние выпуски

Смотреть все >



Че такое NFT?
13 сентября



75:24



Кандинский: понять и простить.
23 августа

🕒 Осталось 72 минуты



76:01



Секси Шиле.
25 июля



68:36



Пора в Нижний!
21 июля



54:52



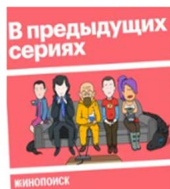
Шостакович против зла.
23 июня



59:50



Кандинский: понять и простить.
Искусство для пацанчиков



ПОДКАСТ

⚡ Популярно у слушателей

В предыдущих сериях

▶ Слушать

❤ 59 710 • Подписаться

...

О ПОДКАСТЕ

166 ВЫПУСКОВ

Подкаст Кинопоиска, в котором Лиза Сурганова и Иван Филиппов обсуждают главные сериальные новинки и старые культовые проекты.

Продюсеры — Женья Молодцова, Елена Рябцева, звукорежиссеры — Геннадий Финн, Лера Кусто.

Издатель: Кинопоиск

Последние выпуски

[Смотреть все >](#)

«Саурон — злодей в становлении». Чем закончился первый сезон «Кольца власти»
[Сегодня](#)



35:37



«Рейнира с Алисентой бы точно договорились». Обсуждаем восьмой эпизод «Дома Дракона»
12 октября



29:28



«Когда появятся кольца?» Что нам показали в седьмой серии «Кольца власти»
10 октября



22:47



«История взросления за 10 минут». Обсуждаем седьмой эпизод «Дома Дракона»
5 октября



24:07



«Так зарождается Мордор». Что нам показали в шестой серии «Властелин колец: Кольца власти»
3 октября



29:33

Популярно в «Общество и культура»



0965467activeTab=about



Кандинский: понять и простить.
Искусство для пацанчиков





ПОДКАСТ

Хакни мозг

↑ Популярно у слушателей

▶ Слушать

❤ 39 009 • Подписаться

...

О ПОДКАСТЕ

16 ВЫПУСКОВ

Психолог и коуч Ольга Килина рассказывает понятным языком о сложной и удивительной работе нашего мозга. А также советует, как эти знания могут помочь в повседневной жизни.

В этом ей помогут ученые, исследователи, врачи и авторы научных книг. В подкасте вы услышите комментарии: Анастасии Травкиной, Аси Казанцевой, Романа Бузунова и других авторов популярных книг.

Это подкаст студии «Богема». Партнер первого сезона — сервис электронных и аудиокниг ЛитРес.

Ведущая: t.me/zavtrak_s_Kilinoi

Студия подкастов «Богема»: t.me/bogema_prod

Последние выпуски

[Смотреть все >](#)

Как мы создавали подкаст «Хакни мозг»?
25 июля



54:01



Как стать счастливым? Специальный эпизод
20 июня



51:07



Как нам перестать бояться и что тогда случится?
13 июня



18:39



Как работает сила воли и можно ли ее развить?
6 июня

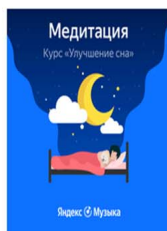


16:37



Как мы создавали подкаст «Хакни мозг»?
25 июля

Подкаст о том, как жить с психическими расстройствами. Трейл...



ПОДКАСТ

Улучшение сна

▶ Слушать

❤ 20 311 • Подписаться



О ПОДКАСТЕ

5 ВЫПУСКОВ

Курс медитаций от FITMOST и Яндекс.Музыки по улучшению сна поможет вам справиться с бессонницей, отдохнуть и расслабиться после напряженного дня. Медитации проводит Татьяна Мещерякова, преподаватель студии Yoga Dom.

Издатель: Яндекс Музыка

Последние выпуски

[Смотреть все >](#)

Урок 1 — Вздремнуть в течение дня
2 июня 2020



12:04



Урок 2 — Бессонница
2 июня 2020



13:15



Урок 3 — Прогулка у океана
2 июня 2020



9:08



Урок 4 — Прогулка по лесу
2 июня 2020



12:17

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	3
Модуль 1. ЖАНРОВО-ФОРМАТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ	
ПОДКАСТА	6
Тема 1.1. Подкаст как медиаформат	6
Тема 1.2. Жанрово-тематические характеристики	
подкастов	11
Модуль 2. КОНЦЕПЦИЯ ПОДКАСТА	21
Тема 2.1. Идея подкаста	21
Тема 2.2. Аудитория подкаста	26
Тема 2.3. Разработка концепции подкаста	32
Модуль 3. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ПОДКАСТА	37
Тема 3.1. Работа над сценарием подкаста	37
Тема 3.2. Монтаж подкаста	41
Тема 3.3. Публикация подкаста	45
Тема 3.4. Презентация подкаста. Разбор и анализ	
с профессиональной точки зрения	50
ВОПРОСЫ ДЛЯ ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	54
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	56
ГЛОССАРИЙ	60
Приложение 1	63
Приложение 2	72

Учебное издание

Куприянова Анна Витальевна

ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ ПОДКАСТА

Учебно-методическое пособие

Редактор *О.П. Корабельникова*

Технический редактор *Н.П. Крюкова*

Компьютерная верстка: *Л.В. Сызганцева*

Дизайн обложки: *Г.В. Карасева*

*При оформлении обложки использовано изображение
от freepik (сайт ru.freepik.com)*

Подписано в печать 11.04.2025. Формат 60×84/16.

Печать оперативная. Усл. п. л. 4,53.

Тираж 100 экз. Заказ № 1-93-22.

Издательство Тольяттинского государственного университета

445020, г. Тольятти, ул. Белорусская, 14,

тел. 8 (8482) 44-91-47, www.tltsu.ru