

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Научпоп подкасты как инструмент популяризации науки в цифровой
среде: форматы, аудитория, эффективность»**

АВТОРЕФЕРАТ

ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ БАКАЛАВРА

студентки 5 курса 521 группы
направления 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики
Кузиной Марины Владиславовны

Научный руководитель

к. филол. н., доцент

Ю.Н. Аникеева

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор

В.В. Прозоров

Саратов

2026

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Современная цифровая медиасреда предлагает аудитории множество форматов потребления контента, среди которых подкаст занимает особое место. Возникнув в 2004 году как технология автоматической доставки аудиофайлов, во второй половине 2010-х подкастинг превратился в самостоятельный сегмент медиарынка, а в период пандемии COVID-19 пережил взрывной рост аудитории, которая в России превысила 20 миллионов человек.

Научно-популярные подкасты стали инструментом формирования научной грамотности. Они привлекают миллионные аудитории, предлагая доступное и достоверное знание в удобном формате фонового потребления. Но критерии их эффективности в академической литературе не разработаны до конца. Российская платформенная экосистема, в которой доминирует «Яндекс.Музыка» и «VK Музыка» принципиально отличается от западной, а форматное разнообразие отечественного научпопа достигло уровня, при котором его систематизация стала необходимой, но до сих пор не выработана. Отсутствие критериев эффективности, специфика российской платформенной среды и потребность в систематизации форматов определила актуальность настоящего исследования.

Теоретическую основу исследования составляют труды отечественных исследователей в области теории журналистики, медиакommunikаций и цифровых медиа. Ключевые позиции занимают работы Л.А. Кругловой (периодизация российского подкастинга, типология производителей, модели монетизации), С.С. Распоповой (жанровая типология подкастов в контексте трансформации радио), Е.А. Воиновой и Е.В. Сивяковой (подкаст как формат публичной коммуникации, типология по информационности и сюжетности), А.А. Журавлевой (жанрово-тематическое разнообразие подкастов на платформе ВКонтакте), Е.А. Болотовой с соавторами (подкастинг как часть трансформации аудиомедиа), Е.Л. Вартановой (структурные условия

русской медиасистемы). Практические аспекты систематизированы в руководствах М. Козинаки и соавторов, К. Майнцера. Зарубежные исследования сосредоточены на концепции парасоциальных отношений («Horton & Wohl») и анализе аудиторных практик.

Несмотря на растущий объем публикаций, научно-популярный подкаст как самостоятельный объект не выделен ни в одной из перечисленных работ. Исследования аудитории остаются редкостью и опираются преимущественно на вторичные данные. Вопрос об эффективности подкаста как инструмента популяризации науки в академической литературе практически не поставлен. Отсутствие комплексного анализа русских научно-популярных подкастов одновременно с точки зрения форматного разнообразия, аудиторных характеристик и факторов эффективности составляет проблему данного исследования.

Объект исследования: русские научно-популярные подкасты.

Предмет исследования: форматы, аудитория и эффективность русских научно-популярных подкастов как инструмента популяризации науки.

Цель исследования: провести комплексный анализ русского рынка научно-популярных подкастов, выявив их форматные модели, аудиторные характеристики и факторы, определяющие эффективность как инструмента популяризации науки.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть подкаст как медиаформат: проследить его историю, определить типологию и специфику в сравнении со смежными форматами (радио, аудиокнига).
2. Определить понятие научно-популярного подкаста, его функции и отличие от образовательного и новостного форматов.
3. Систематизировать существующие исследования подкастинга в отечественной и зарубежной медиалогии.

4. Классифицировать форматы российских научпоп-подкастов и охарактеризовать их аудиторию на основе вторичных данных.

5. Проанализировать платформенную экосистему распространения и модели монетизации российских научпоп-подкастов.

6. На основе контент-анализа и данных платформенной статистики оценить эффективность отобранных подкастов, проверив, в какой степени она зависит от форматных решений, типа проекта и платформенных алгоритмов.

Теоретико-методологическая основа исследования

Работа опирается на системный подход к изучению медиакommunikаций, а также на концепции цифровой журналистики, медиаконвергенции и теорию парасоциальных отношений. Методологическую базу составляют: типологический анализ для классификации форматов подкастов, качественный и количественный контент-анализ (40+ выпусков четырёх подкастов, 7 фиксируемых параметров), анализ вторичных данных (открытая платформенная статистика, Telegram-аналитика, данные краудфандинговых платформ Boosty и Patreon, отраслевые отчёты), сравнительный анализ для сопоставления различных моделей производства и монетизации.

Научная новизна исследования

В работе впервые предпринят комплексный анализ российских научно-популярных подкастов с одновременным рассмотрением трёх измерений: форматного разнообразия, аудиторных характеристик и факторов эффективности. Существующие исследования ограничиваются одним из этих аспектов либо фокусируются на западном контексте. В отличие от предшествующих работ, данное исследование позволило связать содержательные, коммуникативные и платформенные аспекты в единую многомерную модель эффективности.

Теоретическая значимость работы

Результаты исследования конкретизируют понятие эффективности научно-популярного подкаста через четыре аспекта — когнитивный, мотивационный, коммуникативный и социальный — и систему соответствующих индикаторов. Доказано, что эффективность научпоп-подкаста не сводится к количественным метрикам (прослушивания, подписчики), а требует многомерной оценки.

Практическая значимость работы

Выводы и рекомендации, представленные в работе, могут быть использованы создателями научно-популярных подкастов при разработке новых проектов, редакциями СМИ при запуске аудионаправлений, а также специалистами в области научной коммуникации и медиапланирования. Материалы работы также полезны студентам, изучающим цифровую журналистику и подкастинг.

Структура работы

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении обосновывается актуальность выбранной темы, определяется степень её разработанности, формулируются объект, предмет, цель и задачи исследования. Обозначены теоретико-методологическая основа, научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, а также положения, выносимые на защиту.

Первая глава «Теоретические основы изучения научно-популярных подкастов» посвящена генезису формата, его жанровой специфике и обзору научной литературы.

В первом параграфе «Подкаст как медиаформат: история, типология, специфика» прослеживается эволюция аудиомедиа от просветительского радиовещания XX века до возникновения подкастинга. Термин «подкаст»

появился в 2004 году (Бен Хаммерсли, The Guardian), а технически формат стал возможен благодаря развитию RSS-технологии и распространению портативных плееров. Поворотным моментом назван выход подкаста «Serial» в 2014 году, запустивший массовую слушательскую привычку. Определена специфика подкаста как медиума: асинхронность потребления, узконаправленное вещание (narrowcasting), формирование парасоциальных отношений, феномена, при котором слушатель воспринимает ведущего как близкого человека. Систематизированы существующие типологии: Воинова и Сивякова – по информативности (событийные/вневременные) и характеру изложения (повествовательные/дискуссионные); Распопова – по жанрам (монолог, интервью, дискуссия, сторителлинг).

Во втором параграфе «Научно-популярные подкасты: понятие, функции, жанры» дано рабочее определение научпоп подкастам. Научно-популярный подкаст – аудиопрограмма, целью которой является передача научного знания широкой непрофессиональной аудитории в доступной и достоверной форме. Проведено разграничение между научно-популярным, образовательным и новостным подкастами по целям и горизонту актуальности. Функциональный профиль описан через призму типологии социальных функций СМИ И.Д. Фомичевой: информационная, ценностно-регулирующая, психической регуляции и социально-креативная функции. Классифицированы форматы (интервью с учёным, разбор научных новостей, сторителлинг, дискуссия) и типы ведущих (эксперт vs журналист). Введено понятие edutainment как доминирующей логики содержания. Синтеза образования и развлечения, снижающего когнитивный барьер без ущерба для научной точности.

В третьем параграфе «Исследования о подкастах: степень изученности» систематизирована научная литература. Выделены два этапа академического интереса: описательный (середина 2000-х – начало 2010-х) и аналитический (с 2014 года). В российской науке ключевые позиции занимают работы Кругловой, Распоповой, Воиновой и Сивяковой, Журавлевой, Болотовой и

др. Отдельно проанализирован всплеск популярности научпоп-подкастов в период пандемии COVID-19: аудитория в России превысила 20 млн человек, закрепилась привычка фонового потребления, резко вырос спрос на контент с экспертной аналитикой. Выявлены лакуны: научпоп-подкаст не выделен как самостоятельный объект, исследования аудитории опираются на вторичные данные, вопрос эффективности академически не проработан.

Выводы к Главе 1 подтверждают, что научно-популярный подкаст является самостоятельной жанровой единицей с уникальным сочетанием экспертной достоверности и разговорной интонации, а его комплексное изучение требует заполнения выявленных исследовательских лагун.

Вторая глава «Форматы и аудитория научно-популярных подкастов» описывает ландшафт российского научпоп-подкастинга: форматные модели, портрет слушателя и платформенную экосистему.

В первом параграфе «Классификация форматов научпоп-подкастов» на основе типологий Распоповой и Воиновой–Сивяковой выделены и описаны пять форматных моделей: интервью с экспертом (наиболее распространённый; достоинство — встроенный авторитет гостя, слабость — зависимость от коммуникативных компетенций учёного); разбор научных новостей (аудиодайджест с риском быстрой потери актуальности); сторителлинг (наиболее эффективный для удержания внимания, но требовательный к сценарным компетенциям); дискуссия (полифония голосов, воспроизводящая логику научной полемики); эксперимент (наименее оформленный в российском контексте, но растущий формат «подкаст-опыта»). Зафиксирована устойчивая гибридность: на практике чистые форматы уступают место комбинированным моделям. Четыре отобранных для исследования подкаста распределены по форматной сетке как типологические иллюстрации.

Во втором параграфе «Портрет и мотивы аудитории научпоп-подкастов» на основе данных ВЦИОМ, Brand Analytics, «Яндекс.Музыки» и Aquarelle Research охарактеризована аудитория: ядро составляют городские

жители 18–34 лет с высшим или незаконченным высшим образованием, занятые интеллектуальным трудом, с выраженной установкой на саморазвитие. Сегмент «Наука и образование» занимает второе место по числу шоу среди всех тематических категорий, уступая только «Обществу и культуре». Выделены три мотивационных паттерна: интеллектуальный досуг (заполнение «мёртвого времени»), информационное сопровождение (подкаст как доверенный источник) и принадлежность к комьюнити. Третий паттерн отличает аудиторию научпопа от развлекательных шоу: слушатель приходит не просто за форматом, а за конкретным голосом, обеспечивающим интерпретацию мира.

В третьем параграфе «Каналы распространения, продвижения и монетизации» проанализирована российская платформенная экосистема. Зафиксировано принципиальное отличие от западной: доминируют локальные агрегаторы «Яндекс.Музыка» (24 млн платных подписчиков на конец 2024 г.) и «VK Музыка»; «Apple Podcasts» выполняет роль RSS-дистрибуции без монетизационного потенциала. Раскрыта логика алгоритмов: ранжирование по динамике прироста аудитории, зависимость органического охвата от дослушиваемости, порог входа для редакционного фичеринга. Описаны инструменты продвижения (Telegram-каналы, кросс-промо, редакционный фичеринг) и модели монетизации, дифференцированные по типу проекта: независимые авторы совмещают рекламные интеграции с краудфандингом через Boosty (после блокировки Patreon в 2022 г.), институциональные проекты существуют на бюджете организации.

Выводы к Главе 2 подчёркивают, что форматная модель и платформенные алгоритмы выступают взаимосвязанными факторами: сторителлинг и дискуссия обеспечивают более высокую дослушиваемость, которая прямо влияет на органический охват в рекомендательных системах.

Третья глава «Эффективность научно-популярных подкастов как инструмента популяризации науки» представляет собой практическое исследование четырёх кейсов.

В первом параграфе «Методология и методика исследования» выдвинуты три гипотезы: (1) эффективность определяется форматными решениями, личностью ведущего как интерпретатора, структурой выпуска, взаимодействием с аудиторией; (2) независимые авторские подкасты формируют более лояльное сообщество, чем институциональные; (3) алгоритмы локальных платформенных агрегаторов являются структурообразующим фактором успеха. Выборка: четыре подкаста, включающих все ключевые факторы: «Голый землекоп» (независимый нарративный монолог, биология), «Кот учёный» (институциональное экспертное интервью), «Провеетрится!» (независимая дискуссия, ИИ и нейронауки), «Одно расстройство» (нишевое нарративное интервью, ментальное здоровье). Методы: качественный контент-анализ (10–15 выпусков на подкаст), анализ вторичных данных (Telegram-аналитика, Boosty/Patreon, отраслевые отчёты). Эффективность операционализирована через четыре аспекта: когнитивный, мотивационный, коммуникативный, социальный, с системой качественных и количественных индикаторов для каждого.

Во втором параграфе «Анализ эффективности российских научпоп-подкастов» проведён показесный анализ.

«Голый землекоп» (ведущий Илья Колмановский, студия «Либо/Либо») демонстрирует максимальную коммуникативную эффективность: Telegram-канал насчитывает более 76 тыс. подписчиков, действует модель платной подписки через Boosty и Patreon, в каждом выпуске верифицируются источники. Подкаст является объектом академических публикаций, что подтверждает его социальную эффективность.

«Кот учёный» (радио Sputnik, ведущие Елена Глищинская и Максим Абаев) даёт широкий тематический охват за счёт институционального ресурса, но уступает в глубине вовлечённости: отсутствуют краудфандинг, активное комьюнити, парасоциальная связь с ведущими-модераторами.

«Проветримся!» (ведущий Иван Ямщиков) занимает промежуточную позицию: междисциплинарная проблематика, регулярная рубрика, мотивационная эффективность через ссылки на источники; краудфандинг скромнее из-за узкой специализированной аудитории.

«Одно расстройство» (автор Алина Белят, студия «Либо/Либо»), уникальный кейс с выраженной социальной эффективностью: по данным «Афиши Daily», слушатели обращались за профессиональной помощью под влиянием подкаста; эксклюзив на «Яндекс.Музыке» обеспечил доступ к алгоритмическому трафику и суммарно более 5,5 млн прослушиваний у проектов студии в 2020 г.; широкий медийный резонанс (Wonderzine, Лайфхакер, Афиша Daily).

Проверка гипотез дала следующие результаты. Гипотеза 1 подтвердилась полностью: наибольшую вовлечённость обеспечивают подкасты с ведущим-интерпретатором, нарративной драматургией и встроенной обратной связью. Гипотеза 2 подтвердилась частично: независимые подкасты действительно формируют более лояльное сообщество, но институциональные выполняют не менее значимую функцию «точки входа» для широкой аудитории. Гипотеза 3 получила существенное подтверждение: алгоритмы локальных платформ работают как показатель качества. Они кратно усиливают охват успешного контента, но не создают успех из ничего.

В третьем параграфе «Факторы успешности научпоп-подкастов и практические рекомендации» сформулированы пять факторов: (1) личность ведущего как интерпретатора, а не модератора; (2) нарративная драматургия выпуска; (3) верификация и документирование источников; (4) наличие сообщества вокруг подкаста; (5) осознанная платформенная стратегия. На их

основе даны практические рекомендации для создателей: приоритет авторского голоса над тематической всеядностью, нарративная структура выпуска, обязательные ссылки на первоисточники, параллельное развитие Telegram-канала с первого выпуска, диверсификация платформ и краудфандинга (Boosty как альтернатива Patreon).

Выводы к Главе 3 подтверждают высокую гибкость формата научпоп-подкаста и зависимость его эффективности от взаимосвязанного действия содержательных, коммуникативных и платформенных факторов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведённое исследование показало, что научно-популярный подкаст прошёл значительный путь: от нишевого увлечения до структурно значимого инструмента популяризации науки в цифровой среде.

Подкаст является пост-радийным медиаформатом, ключевые свойства которого – асинхронность, узконаправленное вещание и формирование парасоциальных отношений, которые делают его особенно эффективным для научной коммуникации, где доверие к источнику и глубина погружения имеют решающее значение.

Российский рынок научпоп-подкастов представлен пятью форматными моделями (интервью, разбор новостей, сторителлинг, дискуссия, эксперимент), которые на практике образуют гибридные комбинации. Ядро аудитории составляют городские жители 18–34 лет с высшим образованием и установкой на саморазвитие; ключевой отличительный мотив – принадлежность к комьюнити. Платформенная экосистема характеризуется доминированием локальных агрегаторов, чьи алгоритмы ранжируют контент по динамике прироста аудитории и дослушиваемости, выступая мультипликатором качества.

Сравнительный анализ четырёх кейсов подтвердил, что решающим фактором эффективности является личность ведущего как интерпретатора научного знания, а не нейтрального модератора. Нарративная драматургия

выпуска, верификация источников, наличие сообщества и осознанная платформенная стратегия образуют взаимосвязанную систему факторов успешности. Независимые авторские и институциональные проекты реализуют разные модели эффективности: первые обеспечивают более глубокую лояльность, авторы более широкий охват и функцию «точки входа» для массовой аудитории.

Предложенная в работе многомерная модель эффективности (когнитивный, мотивационный, коммуникативный и социальный аспекты) позволяет уйти от плоских метрик вроде «числа прослушиваний» и оценивать подкасты более содержательно. Сформулированы практические рекомендации. Приоритет авторского голоса, нарративная структура, документирование источников, развитие сообщества, различия платформ, которые могут быть напрямую использованы создателями новых проектов.

Будущее научпоп-подкастинга связано с дальнейшей технологической трансформацией платформ, развитием алгоритмических механизмов рекомендаций и интеграцией инструментов на базе искусственного интеллекта. Однако технологические изменения не отменяют главного: слушатель приходит не к платформе, а к голосу, которому доверяет. Именно способность создавать и удерживать это доверие останется центральным фактором эффективности научно-популярного подкаста как инструмента популяризации науки.

Перспективы дальнейших исследований связаны с прямой оценкой когнитивной и мотивационной эффективности с использованием методов опроса и эксперимента, расширением выборки для статистически обобщаемых выводов, кросс-культурным анализом российских и зарубежных проектов, а также изучением долгосрочного влияния научпоп-подкастов на формирование научной грамотности аудитории.