Анна Витальевна Куприянова
Тольяттинский государственный университет
anna3905@yandex.ru

Возможности подкастинга как инструмента формирования профессиональных компетенций будущих журналистов

В материале говорится о подкастинге как медиаобразовательной практике. На примере работы молодежного медиахолдинга «Есть talk!» Тольяттинского государственного университета, показывается как подкасты могут разнообразить контент университетского СМИ и способствовать формированию профессиональных компетенций студентов направления подготовки «Журналистика».

Ключевые слова: аудиоконтент, журналистика, медиаобразование, подкастинг, профессиональные компетенции.

Подкаст как медиаформат актуален и востребован у молодежной аудитории [1]. Ряд исследователей говорят о новом феномене образовательной коммуникации [4] и об особой культуре подкастинга, сложившейся на данный момент в российском медиапространстве [2]. Помимо этого, отмечается высокая перспектива развития авторских молодежных подкастов в России [3]. Важные ориентиры в модернизации социального заказа журналистскому образованию даются в работе З. Ф. Хубецовой [5], где акцентируется внимание на значимости, помимо прочего, ценностных компонентов подготовки студентов-журналистов. В современном журналистском образовании важно, чтобы будущие профессионалы медиасферы во время обучения в университете осваивали не только технологию подготовки материалов для традиционных СМИ и новых медиа, но и были включены в процесс трансляции ценностных ориентиров и социально значимых смыслов.

В рамках подготовки студентов направления «Журналистика» в Тольяттинском государственном университете предусмотрена практическая деятельность по созданию журналистских материалов для молодежного медиахолдинга «Есть talk!» в течение всего периода обучения в вузе. Помимо освещения корпоративной тематики для газеты и сайта университета, у студентов старших курсов есть возможность создания авторских проектов для зарегистрированного СМИ, сетевого издания https://talk-on.ru/. Подготовка подкаста предполагает большую самостоятельную работу студента: от выбора темы и идеи, поиска героев, написания сценария, звукового оформления – до записи в студии и монтажа каждого выпуска. В связи с этим практическая работа студентов над авторским подкастом проходит параллельно с изучением дисциплины «Технология создания подкаста».

Таким образом, теоретические знания, полученные в ходе изучения дисциплины, закрепляются реальным выпуском периодического аудиоматериала, что способствует формированию профессиональных компетенций как с технической стороны работы над медиапродуктом, так и с ценностно-смысловой. Принципиальной позицией редакции медиахолдинга является то, что авторские студенческие материалы должны быть четко ориентированы на целевую аудиторию издания (студенческую молодежь) и носить социально значимый характер.

Формат подкаста предполагает разговор с экспертом на определенную тему и требует от ведущего большой подготовки: изучение темы и героя, работа над собственной речью и звуковым образом. Однако именно подкаст является наиболее предпочтительным форматом для авторов медиапроектов. С ноября 2025 по октябрь 2026 гг. в рубрике «Спецпроекты» вышло пятьдесят девять выпусков подкастов различной тематической направленности как часть аудиоконтента «Толк радио». В подкасте «Путевка в профессию» ведущая говорит с представителями различных профессий промышленных предприятий города Тольятти о специфике и ценности инженерной профессии. Подкаст «Они в деле» разрушает стереотипы о «женских» и

«мужских» профессиях. «Спорт 2.0» посвящен разговору о цифровых технологиях в современном спорте. В подкасте «Хотелось бы верить» ведущая беседует с представителями различных религиозных конфессий о вере, морали и смысле жизни.

Наряду со студенческими материалами выпускаются подкасты преподавателей, осуществляющих подготовку будущих журналистов: «Просто об инженерном» – проект, направленный на популяризацию инженерной профессии, «Культурный код Тольятти» – беседы об истории искусства и актуальных культурных событиях города и страны, «Азбука иллюзий» – рассказ о когнитивных искажениях и психологических эффектах, влияющих на поведение людей и восприятие информации. Студенты не только сами создают авторский медиапродукт, но и могут познакомиться с практической деятельностью преподавателей, которые их обучают. Работа над выпусками подкаста для сетевого издания закрепляет теоретические знания и формирует навыки по созданию качественных журналистских материалов.

Литература

1. Бурашникова А. А. Формирование коммуникативных навыков студенческой молодежи в цифровом пространстве // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2024. № 4. С. 245–260.

2. Егорова Л. Г., Чиканова С. Н. Культура подкастинга в России: к постановке проблемы // Ученые записки Крымского федер. ун-та им. В. И. Вернадского. Филологические науки. Научный журнал. 2025. Т. 11 (77). № 3. С. 159–167.

3. Симакова С. И., Кравченко Я. В., Исакова Т. Б. Авторские молодежные подкасты в России: специфика, тенденции и перспективы развития // Вестн. Волж. ун-та им. В. Н. Татищева. 2025. № 4 (113). С. 234–250.

4. Ускова С. В., Казаков Д. А. Подкаст как новый феномен образовательной коммуникации: общий анализ факторов содержания, формы и адресата // Сибирский филологический форум. 2025. № 2 (31). С. 56–70.

5. Хубецова З. Ф. Журналистское образование в условиях модернизации социального заказа: методика анализа (к 80-летию журналистского образования в Санкт-Петербургском государственном университете) // Вопросы теории и практики журналистики. 2026. Т. 15, № 2. С. 381–395.