

Один из примеров – реклама МТБ Банка (рисунок 3). Пример того, как по-разному использованы образы студентов разного пола. На изображении два умных парня, один решает задачу на доске, второй держит в руках планшет, а девушка лежит в ванне, при этом на ее отношение к студенчеству указывает только шляпа. Это реклама хорошо демонстрирует то, как по-разному представлены в рекламе мужчины и женщины.



**Рисунок 3 – Гендерные стереотипы в белорусской рекламе**

Таким образом, люди не должны придавать слишком большое значение тому, как средства массовой информации пытаются изобразить членов общества, скорее, они должны основывать свое мнение на собственном наблюдении за тем, как люди взаимодействуют друг с другом в реальном мире.

#### **Список цитированных источников**

1. Грошев, И. Образ женщины в рекламе / И. Грошев // Женщина. Гендер. Культура / под ред. З. Хоткиной, Н. Пушкаревой, Н. Трофимовой. – М., 1999. – 368 с.
2. Дударева, А. Рекламный образ. Мужчина и женщина / А. Дударева. – М., 2003. – 222 с.
3. Петров, М. Гендерные образы и стереотипы современной российской рекламы / М. Петров // Известия РГПУ им. А. Герцена [Электронный ресурс]. – 2010. – № 124. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-obrazy-i-steriotipy-sovremennoy-rossiyskoj-reklamu>. – Дата доступа: 20.03.2022.
4. Пацера, Е. Calvin Klein показал рекламу нижнего белья с беременным мужчиной. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gazeta.ru/family/news/2022/05/13/17732990.shtml>. – Дата доступа: 21.03.2022.

УДК 654.1

**Венгура Д. А., Грищук С. В.**

**Научный руководитель: ст. преподаватель Бережная Г. Г.**

### **ЧТО ИЗ СЕБЯ ПРЕДСТАВЛЯЮТ ПОДКАСТЫ**

Если вы сейчас спрашиваете себя: «Что такое подкаст?», то ответ довольно прост. Подкаст – это аудиозапись обсуждения определенной темы, например о бизнесе или путешествии, которую можно прослушать. Их часто можно найти в iTunes и Spotify, но иногда подкасты размещаются на веб-сайтах. Эта динамичная

среда может быть идеальным способом донести вашу ежедневную дозу вдохновения, где бы ни находилась ваша аудитория. Подкаст различен от радио в том, что можно выбирать темы или жанр самим, а также его можно послушать в свободное время, радио же крутят в определенное время. Автору не нужны ни радиостанция, ни дорогая студия, он может создать свой подкаст с помощью микрофона и разослать его слушателям с помощью онлайн-сервисов и специальных платформ.

Слово «подкастинг» представляет собой сочетание слов «вещание» и «iPod». В случае, если у вас недавно была голова в песке или вы не успеваете за популярными технологиями, iPod – это портативный музыкальный проигрыватель, произведенный Apple Computers. Apple повезло, что их бренд превратился в термин для новой технологии, подобно тому, как Sony Walkman стал популярным названием для портативного радио/кассетного плеера или роликовые коньки стали называть «роликами», что является торговой маркой компании, которая производила роликовые коньки.

Почему подкасты так популярны? Подкасты – хорошее средство для рассказа историй, но главный фактор привлечения аудитории напрямую зависит от ее гибкости. Большинство потребителей слушают подкасты на протяжении пробежки, прогулки с домашними животными, работы по дому и поездки на работу. Все эти действия требуют частичного внимания – так что вам будет сложно смотреть телевизор или читать книги одновременно с ними. Но вы можете слушать подкасты в фоновом режиме, в это время ваша мозговая деятельность отдыхает, и вы свободны для физических дел [1].

Аудиоконтент подкастов дает слушателям возможность углубиться в темы, не выделяя время на чтение или просмотр видео. Подкасты также предлагают статьи небольшими порциями, которые идеально подходят для ежедневных поездок на работу или повседневных дел.

При использовании приложения Apple podcasts или Spotify каждый потребитель подкастов может выбрать подписку на свои любимые шоу и немедленную загрузку каждого нового выпуска. Это отличается от YouTube или социальных сетей, где часто человек должен посетить платформу, чтобы увидеть новый контент.

Подкасты можно услышать:

- от лиц;
- компаний (крупные и мелкие);
- радиосетей (например, NPR);
- телевизионных сетей (CNN, Fox, ESPN и др.);
- новых сетей только для подкастов;
- комиков;
- рассказчиков.

Разберемся, в чем привлекательность подкастов для людей и почему их слушают. Люди отдают свое предпочтение комедии, психологии, новостям, детективам, литературе и искусству, спорту, здоровью и фитнесу. Прослушивая подкасты на эти темы, люди отдыхают, развлекаются, учатся и просвещаются [3, с. 147].

Так как можно отличить подкаст от радио? Радио было первопроходцем и именно из него развились подкасты. Хоть у этих двух развлекательных сред есть

общая история, однако существует много различий между ними. Эти различия включают в себя:

- курирование: подкасты, как правило, более тщательно обрабатываются, чем радио, поскольку продюсеры исправляют их перед выпуском;
- качество производства: большинство подкастов сопровождаются фоновыми звуками и музыкой;
- зрительные эффекты: в подкасты входит составная часть визуализации;
- фокус: подкастеры, в основном, детально разбирают темы и могут оставить важную информацию на второй эпизод, когда же большинство радиопрограмм ведутся в стиле «легкого прослушивания»;
- эфир вещания: подкастеры вещают на свои темы через сеть [2].

Подкасты – это аудио или видео? Подкасты начинались полностью с аудиосреды. Однако с ростом популярности данной среды многие подкастеры перешли на видеоподкасты, благодаря чему они смогли выделиться и привлечь еще большую аудиторию.

Видео чрезвычайно популярно в настоящее время. В 2022 году пользователи тратят на просмотр онлайн-видео в среднем 19 часов в неделю, что почти на 50 % больше, чем в 2018 году. Поэтому создатели подкастов, которые хотят, чтобы их шоу росло и привлекало больше зрителей, добавляют видео элементы.

Подкасты довольно разнообразны, они могут быть на тему новостей и образования, здоровья и фитнеса, комедии и даже художественные – и это только малая часть из всех видов подкастов. Самыми популярными видами считаются: разговорный, документальный и художественный. В основном подкасты – это специально смонтированные и оформленные интервью или разговор нескольких людей в студии [4, с. 29].

Подкастинг – это начало новой революции медиа-контента, которая дает людям возможность распространять свои идеи по всему миру и создавать поклонников-единомышленников. Это влияет на традиционные отрасли, такие как журналистика, образование и развлечения, позволяя любому свободно создавать и распространять новости и медиа.

Если вам нравятся радиопередачи, документальные фильмы или видео на Youtube, значит вам понравятся подкасты. Прослушивание подкастов – отличный способ расширить свой кругозор, развлечься, узнать мир и получить новые навыки, получая при этом удовольствие.

И самое главное, подкасты гибкие. Вы можете слушать их как онлайн, так и оффлайн, на своем компьютере или телефоне, и где угодно. Все, что вам нужно, это приложение для подкастов и подкаст для прослушивания.

#### **Список цитированных источников**

1. What Is a Podcast? And How Do They Work? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kinsta.com/blog/what-is-a-podcast/>. – Дата доступа: 20.03.2022.
2. Подкасты как корпоративное медиа: как на них зарабатывать и какие метрики использовать [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://netology.ru/blog/06-2020-podcast-and-media>. – Дата доступа: 14.04.2022.
3. Майнцер, К. Взрывной подкаст / К. Майнцер // Социальные сети. Подкасты. Бизнес / под ред. Н. Новикова. – М. : Бомбора, 2020.– 224 с.
4. Вазовски, К. Подкаст за две недели: от идеи до монетизации : практическое пособие / К. Вазовски ; ред. Н. Ершова. – Москва : Альпина Паблишер, 2021. – 240 с.