

СОЦИАЛЬНЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ / SOCIAL AND HUMANITIES SCIENCES



DOI: 10.15507/2311-2468.013.202501.037-043

eISSN 2311-2468

EDN: <https://elibrary.ru/tigtup><https://ogarev-online.ru>

УДК / UDC 339.982

Оригинальная статья / Original article

БИЗНЕС-ПОДКАСТ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ЖАНР ЭКОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

А. С. Русяева

Научный исследовательский Мордовский государственный университет

Саранск, Россия

✉ twentyonepilot17@gmail.com**Аннотация**

Введение. В статье рассматривается бизнес-подкаст как новый жанр экономического дискурса. Цель исследования – выявление ключевых особенностей и функций бизнес-подкастов в рамках экономической коммуникации.

Материалы и методы. Исследование выполнено на материале бизнес-подкастов, доступных на платформах YouTube, VK Podcasts, «Яндекс Музыка», Spotify, Apple Music и Soundcloud. На основе литературного анализа выявлены ключевые функции и особенности бизнес-подкастов. Применены методы сравнительного анализа и систематизации, позволяющие определить ключевые черты жанра.

Результаты исследования. В работе выделены структурные и функциональные особенности бизнес-подкастов, включая их образовательную и информационную значимость, а также их влияние на популяризацию экономических знаний. Доказано, что бизнес-подкаст отвечает основным критериям жанровой структуры – тематичности, цели, формату.

Обсуждение и заключение. Проведенный анализ дополняет представления о новом жанре экономического дискурса – бизнес-подкасте. Материалы статьи могут быть полезны исследователям, преподавателям и практикам, заинтересованным в новых формах медиаобразования и профессиональной коммуникации.

Ключевые слова: дискурс, экономический дискурс, жанр, подкаст, бизнес-подкаст

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Русяева А. С. Бизнес-подкаст как современный жанр экономического дискурса // Огарёв-онлайн. 2025. Т. 13, № 1. С. 37–43. <https://doi.org/10.155072311-2468.000.202501.037-043>

© Русяева А. С., 2025



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

BUSINESS PODCAST AS A MODERN GENRE OF ECONOMIC DISCOURSE

A. S. Rusyaeva

National Research Mordovia State University,
Saransk, Russia

✉ twentyonepilot17@gmail.com

Abstract

Introduction. The article examines the business podcast as a new genre of economic discourse. The main purpose of the research is to identify the key features and functions of business podcasts in the framework of economic communication.

Materials and Methods. The study is carried out on the material of business podcasts available on YouTube, VK Podcasts, Yandex Music, Spotify, Apple Music and Soundcloud platforms. Literary analysis is used to identify the functions and characteristics of business podcasts. Methods of comparative analysis and systematization are used to identify the key features of the genre.

Results. The paper defines the structural and functional features of business podcasts, including their educational and informational significance, as well as their impact on the popularization of economic knowledge. It is proved that a business podcast meets the main criteria of the genre structure: subject scope, purpose, format.

Discussion and Conclusion. The analysis adds data to the study of business podcast as a new genre of economic discourse. The materials of the article can be useful to researchers, teachers and practitioners interested in new forms of media education and professional communication.

Keywords: discourse, economic discourse, genre, podcast, business podcast

Conflict of interest. The author declares no conflict of interest.

For citation: Rusyaeva A.S. Business Podcast as a Modern Genre of Economic Discourse. *Ogarev-online*. 2025;13(1):37–43. <https://doi.org/10.155072311-2468.000.202501.037-043>

ВВЕДЕНИЕ

Современные медиаплатформы активно изменяют способы подачи и восприятия информации, в том числе и экономической. Одним из новых форматов для обмена опытом и знаниями стали бизнес-подкасты. Благодаря доступности, персонализированному подходу и гибкости, бизнес-подкасты не только адаптируются к требованиям современных слушателей, но и активно способствуют популяризации знаний в сфере бизнеса.

Актуальность данной темы обусловлена ростом популярности подкастов как инструмента коммуникации, их интеграцией в профессиональную и образовательную среду, а также уникальной способностью адаптировать сложные экономические концепции для широкой аудитории. Бизнес-подкасты выполняют важные функции: от предоставления практических рекомендаций для предпринимателей до анализа глобальных экономических трендов, что делает их неотъемлемой частью современного экономического дискурса [1–3].

Цель исследования – рассмотреть бизнес-подкасты как современный жанр экономического дискурса и выявить их ключевые особенности. Это позволит определить место бизнес-подкастов в структуре данного дискурса.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Современные исследования подчеркивают разнообразие подходов к анализу экономического дискурса, который рассматривается как интеграция текстов и речевых актов, связанных с экономической деятельностью, при этом акцент делается на коммуникативной и функциональной составляющих¹ [4]. Жанровая структура экономического дискурса активно исследуется в контексте его взаимодействия с медийными форматами [5–7]. Одним из популярных форматов является подкаст – это не только видео- или аудиовизуальный материал, созданный человеком и доступный в сети Интернет, но и форма социального сервиса Веб 2.0, активно развивающегося его пользователями. По сравнению с телевидением или радио, подкасты обладают значительным преимуществом, поскольку позволяют прослушивать аудиозаписи и смотреть видео не только в режиме реального времени, но и в любой удобный для слушателя момент. По своей продолжительности они могут варьироваться от нескольких минут до нескольких часов [8].

Подкаст сочетает в себе элементы традиционной и современной журналистики, часто используется вместе с другими жанрами, создавая таким образом конвергенцию. Под конвергенцией понимается процесс, который происходит в современной медиаиндустрии и связан с техническими достижениями в области передачи информации. Он основан на принципе кроссмедийности – однократном производстве контента и многократном его распространении на разных медиаплатформах, например, когда стенограммы подкастов публикуются или распространяются в виде информационных текстов. Этот метод часто используют онлайн-СМИ, которые могут иметь или не иметь своей традиционной печатной версии [6].

Еще один пример конвергенции – представление радио- и телевизионных программ в формате подкастов. Важно отметить, что подкасты имеют значительный потенциал, особенно с точки зрения обеспечения доступности контента на разных медиаплатформах.

В настоящее время внимание исследователей сосредоточено на жанровой специфике подкастов как нового медиаформата. Например, одни ученые описывают их образовательные функции [8], а другие пишут об их полимодальной природе, позволяющей соединить текст, звук и визуальный контент [3]. Также подкасты способствуют персонализации подачи информации, делая сложные темы доступными широкой аудитории.

Несмотря на развитие этой области, остаются нерешенными следующие проблемы: недостаточная систематизация жанровых особенностей бизнес-подкастов и отсутствие комплексных исследований, посвященных их роли в экономическом дискурсе. Данная работа направлена на устранение этого пробела, рассматривая бизнес-подкасты как самостоятельный жанр с уникальными характеристиками.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В ходе исследования проведен анализ предметного поля, связанного с жанровыми характеристиками бизнес-подкастов. С помощью проведенного литературного анализа выявлены ключевые функции и особенности бизнес-подкастов. В соответствии с критериями, предложенными в научной литературе, проанализированы бизнес-подкасты, доступные на платформах YouTube, VK Podcasts, «Яндекс Музыка», Spotify, Apple Music и Soundcloud.

¹ Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. Волгоград : Перемена, 2000. С. 5–20.



РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Бизнес-подкаст – это способ организации экономического дискурса, один из его жанров. Поэтому выявление особенностей и функций бизнес-подкастов требует рассмотрения самого концепта дискурса.

По мнению Н. Д. Арутюновой, дискурс представляет собой связный текст, который включает экстралингвистические (прагматические, социокультурные, психологические) факторы и отражает речевую деятельность в ее событийном аспекте. Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь», учитывающая мимику, жесты, контекст и условия коммуникации².

Е. С. Кубрякова считает, что дискурс представляет собой «форму языкового использования в реальном времени, которая отражает определенный тип социальной активности индивида». Он создается с целью конструирования «особого мира» (его образа) через детализированное языковое описание и является частью более широкого процесса общения между людьми, которое включает в себя условия взаимодействия, участников общения, цель коммуникации³.

Таким образом, мы можем определить дискурс как форму языкового использования, представляющую собой связный и целенаправленный текст, отражающий социальную активность человека и создающий «особый мир» через детализированное описание реальности. Дискурс существует в контексте коммуникации, включая в себя условия взаимодействия, участников и цели общения. К дискурсу относятся не только вербальные, но и экстралингвистические аспекты.

Экономический дискурс представляет собой сложное коммуникативное явление, существующее в рамках социокультурного контекста; он имеет свои собственные цели, всегда адресован и находится в постоянной конкуренции с другими институциональными дискурсами.

Основными целями экономического дискурса являются освещение событий экономической жизни общества, информирование о состоянии экономики, формирование определенного отношения к различным изменениям и побуждение к определенным действиям, исследование направлений развития экономики. В качестве участников коммуникации выступают различные субъекты: государство, журналисты, ученые, научные сотрудники, преподаватели и др. [4].

Экономический дискурс отличается жанровым разнообразием. В зависимости от цели, участников и сферы общения информацию можно репрезентовать в виде интервью, репортажа, экономических новостей, лекции, дискуссии, конференции, беседы и т. д. [4].

В свою очередь, жанр можно определить как тип высказывания, формирующийся в рамках определенного дискурса. Основными элементами жанровой структуры являются тематичность, цель и формат. Бизнес-подкасты соответствуют данному определению, так как интегрируют в себе ключевые элементы жанровой структуры [5].

Бизнес-подкаст – это формат аудио- или видеоконтента, в котором ведущие обсуждают различные темы, связанные с бизнесом, экономикой, финансами и другими аспектами предпринимательства. Некоторые из них сосредоточены на интервью с экспертами, как например: «Либо выйдет, либо нет», Big Money, «Сделал сам», где предприниматели делятся

² Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М. : Советская энциклопедия, 1990. 683 с.

³ Кубрякова Е. С. Язык и знание. На пути получения знаний о языке: части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. М. : Языки славянской культуры, 2004. 560 с.

своим опытом. Другие включают обсуждения актуальных вопросов, например, подкасты The Indicator и The Journal помогают слушателям оставаться в курсе последних экономических тенденций. Кроме того, существуют подкасты в формате образовательных лекций, среди которых Business Breakdowns, The Biz of Nonprofit Consultants и «Деньги делают деньги», подробно анализирующие финансовые стратегии и бизнес-модели.

Одна из главных характеристик бизнес-подкастов – разнообразие их форматов. Бизнес-подкасты могут быть записаны в виде интервью, как We study Billionaires, где успешные предприниматели делятся своими историями успеха, или Masters of Scale, в котором генеральные директора компаний раскрывают секреты роста бизнеса. В формате монологов работает Youpreneur – подкаст о создании личного бренда. Если же слушатель предпочитает дискуссионные шоу, ему могут подойти подкасты в формате ток-шоу, например «В один клик», где ведущие приглашают руководителей и собственников крупных предприятий и говорят с ними об электронной торговле. Любителям нарративных историй будет интересен «В курсе рубля» – подкаст о динамике российской экономики. У аудитории есть возможность выбирать подходящих им авторов. Кроме того, подкаст можно загрузить на свое устройство и слушать в удобное время [6].

Целевая аудитория экономических подкастов включает широкий круг слушателей: от предпринимателей и экспертов до студентов и преподавателей. Например, такие подкасты, как Masters of Scale, TED Business, «Цифровой бизнес» и Russian Marketing Podcast, привлекательны для профессионалов, желающих укрепить свои знания. В свою очередь, The Indicator from Planet Money, How I Built This, «Чай с Предпринимателем» и «Инвестиции в кедах» могут заинтересовать тех, кто только начинает разбираться в сложных темах. Легкость восприятия, возможность прослушивания в удобное время и персонализированный подход делают подкасты идеальным медиаресурсом для ценителей современных методов коммуникации и обучения.

Информационная и образовательная функции всецело реализуются в подкасте благодаря «системе вербальных (пояснение терминологии, соединение языкового стандарта с коллоквиализмами и др.), визуальных (таймлайн, шрифты, рисунки, фотографии и др.), аудиальных (голос за кадром, музыка, разные типы шумов) знаков, позволяя авторам соединять просвещение с развлечением, вовлекать адресата в коммуникацию, целью которой является творческое приобщение широкой аудитории к культурно значимым смыслам как основе современного научного знания» [6, с. 333].

Другими словами, бизнес-подкасты являются важным инструментом для обмена знаниями в области экономики. Они позволяют своим слушателям получать актуальную информацию в удобном формате, что особенно важно для современного человека.

Таким образом, мы можем охарактеризовать бизнес-подкаст как жанр, несмотря на то, что каждый подкаст-продукт будет иметь свои уникальные особенности.

ОБСУЖДЕНИЕ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Бизнес-подкаст можно считать жанром, поскольку он отвечает основным критериям жанровой структуры – тематичности, цели, формату. Тематичность заключается в сосредоточенности на вопросах бизнеса, экономики, предпринимательства и финансов. Целью бизнес-подкастов является предоставление актуальной информации, образовательного контента



и формирование сообщества единомышленников. Формат бизнес-подкастов варьируется от интервью и ток-шоу до монологов и нарративных историй, что подтверждает их структурированность как жанра. Кроме того, бизнес-подкасты обладают гибкостью в медиасреде благодаря своей интеграции в процесс медийной конвергенции. Возможность комбинирования элементов традиционной и современной журналистики, а также использование различных медиаформатов усиливают их функциональную и коммуникативную ценность.

Бизнес-подкасты органично вписываются в структуру экономического дискурса и соответствуют его основным целям: информированию, обучению, формированию общественного мнения. Благодаря своей гибкости и доступности бизнес-подкасты становятся эффективным инструментом для освещения экономических процессов, передачи знаний и влияния на восприятие слушателей. Они предоставляют слушателям актуальную информацию о макроэкономических трендах, бизнес-стратегиях и финансовых инструментах. Образовательная функция подкастов позволяет осваивать новые концепции и подходы, а неформальный характер подачи информации делает их понятными даже для неподготовленной аудитории. При этом они способствуют формированию общественного мнения, отражая и обогащая экономический дискурс.

Целевой аудиторией бизнес-подкастов выступают предприниматели, специалисты и все, кто интересуется развитием бизнеса и экономическими тенденциями. Они помогают формировать сообщество единомышленников вокруг определенных тем.

Тематика подкастов, посвященных экономике, чрезвычайно разнообразна. Среди наиболее популярных направлений можно выделить обсуждение макроэкономических изменений и глобальных тенденций, вопросы инвестиции, а также темы, связанные с управлением бизнесом. Нередко в подкастах встречаются вдохновляющие истории успеха, в которых эксперты и предприниматели делятся своим опытом и идеями. Такое разнообразие тем не только удовлетворяет запросы разных групп людей, но и формирует пространство для обмена опытом и идеями.

Бизнес-подкасты трансформируют традиционные жанры экономического дискурса, адаптируя их к потребностям современных медиаплатформ. Интервью с экспертами приобретают более личный и неформальный характер, что делает темы доступнее. Лекции, привычные для академической среды, превращаются в увлекательные рассказы, насыщенные интерактивными элементами и диалогами. Репортажи, зачастую сухие и перегруженные фактами, в подкастах приобретают живость и повествовательный характер, что позволяет глубже погрузить аудиторию в обсуждаемые вопросы. Дискуссии и дебаты в формате подкастов также приобретают новый уровень открытости и динамики, привлекая внимание широкой аудитории.

Таким образом, бизнес-подкасты, не только выполняют задачи экономического дискурса, но и расширяют его возможности, предлагая современные, интерактивные, персонализированные способы подачи информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дорошук Е. С., Трифонова П. В. Инновационный потенциал подкаста как интегрированной медиатехнологии // Международный научно-исследовательский журнал. 2020. № 2. С. 35–39. EDN: WLUNAZ
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: <https://>

cyberleninka.ru/article/n/podkastingovoe-veschanie-struktura-zhanrovo-tematicheskoe-raznoobrazie-osobnosti-razvitiya-v-sotsialnoy-seti-vkontakte (дата обращения: 10.01.2025).

3. Хакимова Е. М. Русскоязычные подкасты как современная дискурсивная практика и предмет исследования // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2023. № 84. С. 72–95. EDN: [XOSUHZ](#)

4. Евтушина Т. А., Ковальская Н. А. Экономический дискурс как объект лингвистического исследования // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 6. С. 42–46. EDN: [SNJBML](#)

5. Силантьев И. В. Дискурс и жанр // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История, филология. 2010. Т. 9. № 6. С. 78–83. URL: <https://sciup.org/14737331> (дата обращения: 10.01.2025).

6. Черноусова А. О. Дискурсивные и полимодальные особенности жанра англоязычного бизнес-подкаста и применение подкастов в учебно-методической работе // Мир науки, культуры, образования. 2024. № 3. С. 331–335. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnye-i-polimodalnye-osobnosti-zhanra-angloyazychnogo-biznes-podkasta-i-primenenie-podkastov-v-uchebno-metodicheskoy> (дата обращения: 15.01.2025).

7. Солодовникова Т. В. Специфика современного экономического дискурса как категории // Экономическая наука сегодня. 2017. № 5. С. 80–86. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-sovremennogo-ekonomicheskogo-diskursa-kak-kategorii> (дата обращения: 17.01.2025).

8. Сысоев П. В. Подкасты в обучении иностранному языку // Язык и культура. 2014. № 2. С. 189–201. EDN: [SHDYHZ](#)

REFERENCES

1. Doroshchuk E.S., Trifonova P.V. Innovative Potential of a Podcast as an Integrated Media Technology. *International Research Journal*. 2020;(2):35–39. (In Russ., abstract in Eng.) EDN: [WLUNAZ](#)

2. Zhuravleva A.A. Podcasting: Structure, Genre-Thematic Diversity, Features of Development in a Social Network VKontakte. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*. 2020;(1):112–119. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/podkastingovoe-veschanie-struktura-zhanrovo-tematicheskoe-raznoobrazie-osobnosti-razvitiya-v-sotsialnoy-seti-vkontakte> (accessed 10.01.2025).

3. Khakimova E.M. Russian-Language Podcasts as Modern Discursive Practice and Research Subject. *Bulletin of Tomsk State University. Philology*. 2023;(84):72–95. (In Russ., abstract in Eng.) EDN: [XOSUHZ](#)

4. Evtushina T.A., Kovalskaya N.A. The Economic Discourse as Object of Linguistic Research. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2014;(6):42–46. (In Russ., abstract in Eng.) EDN: [SNJBML](#)

5. Silantsev I.V. Discourse and Genre. *Vestnic Series: History and Philology*. 2010;(6):78–81. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <https://sciup.org/14737331> (accessed 10.01.2025).

6. Chernousova A.O. Discursive and Polymodal Features of English Business Podcast and The Use of Podcasts in Educational and Methodological Work. *The world of science, culture, and education*. 2024;(3):331–335. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskursivnye-i-polimodalnye-osobnosti-zhanra-angloyazychnogo-biznes-podkasta-i-primenenie-podkastov-v-uchebno-metodicheskoy> (accessed 15.01.2025).

7. Solodovnikova T.V. [Specificity of Modern Economic Discourse as a Category]. *Science of Economics Today*. 2017;(5):80–86. (In Russ.) Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-sovremennogo-ekonomicheskogo-diskursa-kak-kategorii> (accessed 17.01.2025).

8. Sysoev P.V. Podcasts in Teaching a Foreign Language. *Language and Culture*. 2014;(2):189–201. (In Russ., abstract in Eng.) EDN: [SHDYHZ](#)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Русяева Александра Сергеевна, магистрант факультета иностранных языков Научного исследовательского Мордовского государственного университета (430005, Российская Федерация, г. Саранск, ул. Большевикская, д. 68), ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-7730-9267>, SPIN-код: [3406-7507](#), twentyonepilot17@gmail.com

Автор проверил и одобрил окончательный вариант рукописи.

Поступила 05.01.2025; одобрена после рецензирования 18.02.2025; принята к публикации 25.02.2025.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Alexandra S. Rusyaeva, Master's Student, Foreign Languages Department, National Research Mordovia State University (68 Bolshevistskaya St., Saransk 430005, Russian Federation), ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-7730-9267>, SPIN-code: [3406-7507](#), twentyonepilot17@gmail.com

The author has read and approved the final manuscript.

Submitted 05.01.2025; revised 18.02.2025; accepted 25.02.2025.