

RU

Подкасты как новая дискурсивная практика русскоязычных масс-медиа

Ануфриева Г. В.

Аннотация. Статья посвящена изучению подкастов как новой дискурсивной практики в российском медиaprостранстве. Цель исследования – выявить специфику дискурсообразующих параметров подкастов. В работе установлено, что данные параметры формируются с учетом технологических и коммуникативных характеристик подкастов. Научная новизна работы заключается в том, что впервые подкасты рассмотрены как новая дискурсивная практика в российской медиасреде; выявлены и описаны их основные дискурсообразующие характеристики. В результате анализа доказано, что в содержании каждого параметра заложена интерактивная составляющая, которая определяет востребованность подкастов в цифровой среде.

EN

Podcasts as a New Discursive Practice of Russian-Language Mass Media

Anufrieva G. V.

Abstract. The paper is devoted to the study of podcasts as a new discursive practice in the Russian media space. The study aims to determine the specifics of discourse-forming parameters of podcasts. The paper ascertains that these parameters are formed taking into account technological and communicative characteristics of podcasts. The study is novel in that it is the first to consider podcasts as a new discursive practice in the Russian media environment, to identify and describe their main discourse-forming characteristics. As a result of the analysis, it has been proved that the content of each parameter contains an interactive component that determines the demand for podcasts in the digital environment.

Введение

Актуальность исследования обусловлена несколькими причинами. Во-первых, возросшим интересом исследователей к функционированию современных российских медиа в условиях изменяющегося коммуникативного пространства полидискурсивной цифровой среды. Во-вторых, внутренней потребностью лингвистики исследовать функционирование языка в сфере массовой коммуникации и разработать методические подходы к изучению новых дискурсивных практик. Возникая под воздействием законов сетевого общения, данные практики бытуют в фокусе «динамичной организации тех коммуникативных систем внутри социума, которые, с одной стороны, отражают характерные для данной социальной общности речевое поведение и мышление, а с другой – формируют новые формы коммуникации в данной социально-культурной реальности» (Иссерс, 2012, с. 73).

Объектом исследования в статье являются подкасты как новая дискурсивная практика. В начале 2000-х годов в русскоязычном сегменте интернета они вызвали повышенный интерес, поскольку транслировали новый формат вовлечения публики в процесс коммуникации. Примером этому может служить подкаст-хостинг Rpod, созданный в 2005 году Василием Стрельниковым. Через девять лет проект был закрыт, так как по просмотрам он уступал западноевропейским подкаст-платформам. Сегодня можно наблюдать возвращение интереса к данной дискурсивной практике: запрос в поисковой системе Яндекс на дату 28.08.2022 выдает 25 млн результатов, 252 тыс. показов за месяц.

Цель исследования предполагает решение следующих задач: 1) дать определение понятиям «подкаст», «подкастинг»; 2) выявить дискурсообразующие параметры подкаста; 3) на примере отдельно взятого подкаста проанализировать специфику каждого параметра.

Материалом исследования послужили фрагменты подкастинг-программы о русском языке и лингвистике «Розенталь и Гильденстерн». Выбор материала обусловлен научно-популярным форматом подкаста, транслирующим актуальные и интересные темы познавательного и обучающего характера.

Методологическую основу исследования составили структурный, системный и описательный методы. В ходе анализа подкастов мы также опирались на идеи изучения дискурсивных практик сетевых масс-медиа, предложенные в исследованиях В. И. Волнухиной (2019) и А. А. Журавлевой (2020), Н. Г. Нестеровой (2016), что послужило теоретической базой работы.

Практическая значимость исследования заключается в том, что данный материал может быть использован в практике изучения современного медиа, бытующих в полидискурсивной цифровой среде. Полученные результаты могут найти применение в вузовских спецкурсах по медиакоммуникации.

Основная часть

В работах российских исследователей подкасты являются объектом пристального внимания (Воинова, Сивякова, 2018; Волнухина, 2019; Журавлева, 2020), однако до сих пор они не получили четкого и целостного описания. Явление «подкастинга» глубоко изучается западноевропейскими учеными (Berry, 2015; Bonini, 2015), рассматривается в медиаизданиях (Farivar C. 10 Years of Podcasting: Code, Comedy, and Patent Lawsuits // *Ars Technica*. 13.08.2014. URL: <https://arstechnica.com/business/2014/08/10-years-of-podcasting-code-comedy-and-patent-lawsuits>; Roose K. What's behind the Great Podcast Renaissance // *Daily Intelligencer*. 30.10.2014. URL: <http://nymag.com/daily/intelligencer/2014/10/whats-behind-the-great-podcast-renaissance.html>). Американский исследователь К. Roose в одной из своих работ говорит о наступившем «золотом веке подкастинга».

Термин «подкастинг» появился благодаря соединению двух слов “iPod” (*англ.* mp3-плеер фирмы Apple) и “broadcasting” (*англ.* теле-, радиовещание). Вслед за Ал. А. Володиным и Ан. А. Володиным (2013) определим подкастинг как «технология создания, публикации и распространения через сеть Интернет контента в различных форматах (аудио-, видеофайлов, электронных документов и/или их комбинации) на электронные устройства подписчиков подкастинга с применением технологии RSS или Atom» (с. 381). Подкаст как информационный/музыкальный аудио- или видеофайл размещается на определенной подкаст-платформе и является доступным для скачивания, просмотра на компьютере и портативном медиаплеере.

Сегодня в русскоязычном сегменте Интернета подкасты можно назвать лидером в сфере цифровой медиасреды. Вторая волна интереса к подкастам объясняется уже не только востребованностью подобного формата общения с пользователями, но и возможностями, которые дает подкастинг для эффективного виртуального общения. Первостепенную роль в этом играют технологические и коммуникативные свойства новой дискурсивной практики. Исследователи называют следующие признаки подкастов: доступность в получении интересной и актуальной информации; самостоятельный выбор контента, необязательное его скачивание, возможность прослушивания в любое удобное время (Лесинска М. Чем живёт рынок подкастов в России и мире // *VC.ru*. 09.02.2018. URL: <https://vc.ru/media/32882podcasts-ads>; Дорофеева, 2018); полная свобода подкастера, его стремление к доверительному рассказу, ответственность перед слушателем и активный контакт с ним в виде комментариев и писем (Журавлева, 2020); наличие трансмедиальной структуры, гибкий хронометраж программ, технологическая простота записи файлов с их дальнейшей корректировкой (Волнухина, 2019; Воинова, Сивякова, 2018; Журавлева, 2020; Круглова, 2018).

Отталкиваясь от вышеизложенных технологических и коммуникативных особенностей подкаста, определим его дискурсообразующие параметры: 1) общая информация (особенности медиапроизводства, оформление, тираж и периодичность выхода выпусков); 2) цель и задачи; 3) композиция; 4) жанровая характеристика; 5) целевая аудитория; 6) коммуникативная эффективность.

Проанализируем выявленные параметры на примере подкаста «Розенталь и Гильденстерн».

1. Общая информация: особенности медиапроизводства, оформление, тираж и периодичность выхода выпусков. Проект «Розенталь и Гильденстерн» функционирует в рамках медийной студии «Техника речи» (<https://tehnikarechi.studio/podcasts/rozentali-gildenstern>) и представляет собой беседы об актуальных и интересных фактах русского языка. Ведущими проекта являются Владимир Пахомов, научный сотрудник Института русского языка РАН, главный редактор портала «Грамота-РУ», и журналист Александр Садиков, который также отвечает за продюсирование, монтаж и саунд-дизайн. Джингл (музыкальное сопровождение) принадлежит Ильдару Фаттахову. В названии самого подкаста заложен прием языковой игры, отсылающий слушателей, во-первых, к личности известного лингвиста Д. Э. Розенталя, автора учебных пособий и справочников по русскому языку, во-вторых, к образам шекспировских персонажей Розенкранц и Гильденстерн из трагедии «Гамлет». Программа имеет свой логотип.

Подкаст постоянно пополняется новыми актуальными материалами о русском языке. На дату 29.08.2022 для прослушивания и обсуждения записано 7 сезонов, всего 110 эпизодов. Периодичность выпусков – один раз в неделю. Длительность аудиофайлов – от 30 минут до 1 часа.

2. Цель и задачи подкаста заключаются в популяризации русского языка среди пользователей сети Интернет, в разъяснении того, что язык – это не скучный свод табуированных норм и правил, а прежде всего средство общения. Именно коммуникация служит фактором, определяющим изменения в языке.

Следуя поставленной цели, авторы подкаста компонуя материал, выносимый для обсуждения. Каждый сезон имеет свою тематику. Например, выпуск о русских говорах разрушает устоявшееся в обществе мнение о том, что на диалекте говорят бабушки или неграмотные люди. Авторы проекта вместе со слушателями, приславшими аудиозаписи, убедительно доказывают, что диалекты ярче высвечивают своеобразие русского языка, его национальную составляющую. Обширный материал представлен в сезоне, посвященном русскому

языку в других странах. Программа не оставила без внимания такие актуальные темы, как заимствования, профессиональная лексика, сленг и жаргон, изменения в фонетической системе на примере русского рэпа и др.

3. Композиция подкаста. Каждый выпуск подкаста имеет следующие составляющие: название, шоу-ноуты – краткое описание содержания, иногда с указанием важных ссылок и контактов, а также короткой рекламой. Беседа подкастеров со слушателями происходит в режиме четкого структурирования обсуждаемой информации. Например, итоговый выпуск седьмого сезона *«Выбираем слова года (нет, не только “вакцинация”), обсуждаем “новые правила” русского языка и советуем свежий научпоп о лингвистике – в новогоднем спецвыпуске»* (от 27.12.2021) композиционно делится на части:

1) «слова года», где речь идет о «кьюаркоде», «антиваксер», «вакцинации», о лексеме «спутник», получившей статус «слова года», по мнению экспертов Института им. А. С. Пушкина;

2) «новые правила» русского языка, где говорится о необходимости составления свода правил, который бы отражал современное состояние языка;

3) «событие года» – анализируется проект о региональных словах;

4) анализ писем слушателей, где предлагается интересный материал о русском языке в Португалии. Россиянка, проживающая в этой стране, приводит примеры о взаимовлиянии языков, о том, как иностранные слова «подстраиваются» под коммуникацию на нашем языке. Так, интересной представляется фраза *«замаркарить консулту»* (от португальской фразы *“marque uma consulta NP ao médico”* русскоязычный носитель образует слово со значением действия, сама фраза обозначает «записаться на прием (консультацию) к врачу»);

5) «книги года» – аудитория знакомится с научно-популярными изданиями 2021 года: «1000 текстов о языке», М. Бурак «Лингвисты, пришедшие с холода», А. Пиперский, А. Бердичевский «Три склянки пополюдни и другие задачи по лингвистике».

4. Жанровая характеристика. Подкаст «Розенталь и Гильденстерн» можно отнести к жанру научно-популярной беседы. В самом начале программы подкастеры задают диалоговый формат общения с аудиторией, выбирают неофициальное этикетное приветствие: *«Всем привет! Это Розенталь и Гильденстерн. Подкаст о языке и лингвистике. Сегодня мы поговорим о...»*. Разъясняя какие-либо языковые факты или отвечая на вопросы и письма слушателей, авторы программы избегают сложной лингвистической терминологии, вкладывают личностное отношение к тому, о чем рассказывают, часто импровизируют. Например, в выпуске *«Где кол ту эжшн?!» Как жаргон проникает в нашу речь? Бонусный эпизод – о профессиональной лексике»* подкастеры понятно и просто объясняют такие понятия, как «жаргон», «арго», «сленг».

5. Целевая аудитория: лингвисты, студенты филологических специальностей, журналисты, учителя-словесники, учащиеся, а также все те, кто хочет узнать, в чем особенности и загадки русского языка.

6. Коммуникативная эффективность подкаста прежде всего определяется тем, что пользователи получают возможность слушать аудиофайлы, находя для себя приемлемый способ существования в «потокковой модели потребления контента» (Гатов, 2016). Интерактивная модель программы, выбранная авторами, позволяет эффективно коммуницировать с подписчиками и слушателями.

Диалоговый формат каждого выпуска подкаста «Розенталь и Гильденстерн» задается стилистикой заголовков, описывающих проблемную ситуацию. Приведем несколько ярких примеров: *«Мы жилились и ухамаздались – полный аптраган. Вы уверены, что понимаете по-русски?»*; *«“Доктор, у меня канцелярит”: как птичий язык законов и документов проникает в разговорную речь?»*; *«Как русский язык реагирует на происходящее? Разбираем эфемизмы, мемы, новые слова и другие способы говорить о том, чего (теперь) нельзя называть»*. Обратим внимание в заголовках на глагольную лексику, именно она настраивает слушателей на диалог, делает их своеобразными соучастниками истории. Вопросительные конструкции, напрямую обращенные к аудитории, непонятные слова, «цепляющие» слух и взгляд подписчиков, также имеют риторическую направленность.

Формат подкаста дает возможность получать обратную реакцию со стороны слушателей в виде комментариев, аудио- и видеописем. Практически во всех выпусках программы «Розенталь и Гильденстерн» присутствует опосредованное включение аудитории в обсуждение того или иного вопроса. Подкастеры зачитывают присланные на почту письма или транслируют аудиофайлы слушателей с вопросами, замечаниями, комментариями. В рассматриваемом нами подкасте аудитория формирует «канал социального участия» (Фомичева, 2007, с. 85), т.е. «подсказывает» идеи для новых выпусков. Например, интересный материал шестого сезона «Русский язык в других странах» построен в виде публичного диалога со слушателями, приславшими материалы об особенностях употребления русского языка за границей, о речи эмигрантов, о сложностях преподавания русского как иностранного (*«Русский язык во Франции. Что осталось от языка белой эмиграции? И почему “рандеву” и “вернисаж” здесь по-прежнему актуальнее модных англицизмов?»*); *«Русский язык в Австралии. Чоки-бики с веджимайтом в Сидни – это вообще на каком языке? Выясняем, как звучит русская речь за 14 тысяч километров от Москвы»*).

На рейтинг подкаста, несомненно, оказывают влияние приглашенные авторитетные личности. Гостями разных выпусков передачи «Розенталь и Гильденстерн» были известные ученые М. Кронгауз, Б. Иондин, руководитель проекта «Тотальный диктант» О. Ребковец; директор Таллиннского института им. А. С. Пушкина И. Мангус; писатели А. Генис, Г. Яхина, журналисты С. Дмитриев, Л. Парфенов; историк моды Чума Вечеринка и др.

Особого внимания заслуживает речь подкастеров и их гостей. Простота объяснения языковых фактов достигается приемом «подстройки под аудиторию». Поскольку контент существует в аудиоформате, особую значимость приобретают интонация, тембр и темп речи. Наиболее показательным является лексический строй речи ведущих. Объясняя сложные процессы в языке, они часто прибегают к сравнению или метафоре:

«...русские за границей в официальной обстановке используют язык той страны, где живут, но, придя (приехав) домой, **говорят на родном русском языке, словно обувают домашние тапочки**»; «...русский язык **играет** с иноязычными словами»; «...наше прошедшее время в языке – **осколки древнего прошедшего времени**»; «...слова **загораются в подполье**»; «...язык способен **пережевывать** любые заимствования».

Метафоризация речи свойственна и некоторым гостям программы, например, Леонид Парфенов в беседе о русских говорах произносит фразу: «...вы с легкостью **достаете слова из рукава**», цитируя искусствоведа Ирину Антонову, употребляет термин «*тесто живописи*», радиожурналиста называет человеком, «*возбуждающимся от микрофона*»; активно использует окказионализмы «*поожнение языка*», «*прямая впечатленность слов*».

Пятый сезон подкаста познакомил слушателей с творческими личностями, для которых язык, с одной стороны, служит инструментом эффективной коммуникации, с другой – осознается как особый стиль.

Так, например, автор книги «Пиши. Сокращай» Максим Ильяхов говорит о теории инфостиля как о системе приемов для создания текста, ясного и понятного читателю. В его речи наблюдаются авторские метафоры и сравнения «*счистить нагар с мозга*» (создать текст, понятный читателю); «*мертворожденное медиа*» (фраза, которой М. Ильяхов обозначает позицию критиков и конкурентов по поводу его журнала «Кинжал»). Яркой и нестандартной представляется фраза о важном принципе инфостиля – наличии в тексте действия: «*Глаголы – это текстовый Брюс Уиллис, который спасает унылые предложения, наказывает врагов*».

Историк моды, блогер Чума Вечеринка на основе языковой игры конструирует свой уникальный язык, в котором органично соединяет разные стили, диалекты, устаревшую лексику, неологизмы и жаргоны. Результатом ее творческой работы с языком являются: нестандартное произношение слов «*бренд*», «*Интернет*» через [e], а не [э]; изменение привычного графического облика лексем как имитация речевой ошибки: «*энто*» (это), «*вобсче*» (вообще), «*поджаста*» (пожалуйста), «*дезингер*» (дизайнер).

В речи гостей присутствуют индивидуально-авторские слова, которые придают их речи дополнительный экспрессивный эффект и служат признаком идиостиля. Так, в речи Чумы Вечеринки встречаем: «*заменение*» слов (вместо «замена»); «*у меня сестра та еще литературотрудоверка*» (в значении «любящая литературу и верящая ей»); «*молвить жорганизованно*» (говорить на жаргоне), «*грубоватистый жаргон*» (грубоватый жаргон). Максим Ильяхов использует слова и выражения «*ритуальность*» текста (стандартный, классический текст), «*состояние текста очень велирично*» (возможно, в значении «возвышенно, лирично»).

Метафоры и сравнения в речи ведущих, а также необычная, но при этом яркая и красочная (можно сказать, сочная) речь гостей, безусловно, притягивают внимание аудитории, создают оригинальный контент. Выбранный подкастерами стиль общения, приглашение к диалогу неординарных личностей – все нацелено на то, чтобы, во-первых, помочь слушателю с легкостью разобраться в интересующих его сложных лингвистических вопросах, во-вторых, показать аудитории, что язык как инструмент общения может быть представлен разными вариантами. И все они имеют равные права на существование.

Заключение

Таким образом, проведенный анализ подкаста на примере программы «Розенталь и Гильденстерн» позволяет сделать ряд выводов:

1. Подкасты как новая дискурсивная практика отражают живые процессы в русском языке, что подтверждается выбором тем для обсуждения и самим форматом подачи информации. Существовая в онлайн-режиме, подкасты транслируют особенности речевого поведения участников в ситуации устного публичного дискурса: подготовленность, композиционную оформленность материала, ситуативность, оценочность и выразительность речи, совмещение элементов книжной и разговорной лексики.

2. Дискурсообразующие параметры определяются технологическими и коммуникативными характеристиками подкастов. Интерактивность, заложенная в содержании каждого параметра, делает медийный формат привлекательным для аудитории. Подкасты выступают в роли своеобразного виртуального собеседника, при этом слушателю отводится важная роль сотворца рассказываемых событий. Диалог выстраивается с учетом совместной рефлексии «подкастер – слушатель».

3. Ценность проанализированного подкаста заключается в том, что его авторы находят нестандартный подход к процессу публичной коммуникации. Ставя в центр внимания язык как инструмент общения, они содержательно наполняют интересным материалом выпуски каждого сезона программы.

4. Яркая и запоминающаяся речь гостей в проанализированном подкасте демонстрирует слушателю варианты возможного творческого использования языка и намечает дальнейшие перспективы для детального изучения речевого портрета наших современников.

Источники | References

1. Воинова Е. А., Сивякова Е. В. Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды // Социально-гуманитарные знания. Российское ежемесячное научно-образовательное издание. 2018. № 12.
2. Волнухина В. И. Подкаст как самостоятельная единица в современном культурном медиапространстве // Культура и гуманитарные науки в современном мире: сб. науч. ст. / под ред. О. В. Архиповой и А. И. Климина. СПб.: Реноме, 2019.

3. Володин Ал. А., Володин Ан. А. Дидактические свойства и функции технологии подкастинга // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2013. № 2.
4. Гатов В. Будущее журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / под ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. Екатеринбург, 2016. URL: <https://web.archive.org/web/20211102115925/http://newmedia2016.digital-books.ru/wp-content/uploads/2016/06/New-Media-2016.pdf>
5. Дорофеева А. А. Подкастинг: новое радио в Интернете // Век информации. Журналистика XXI века: в координатах исторического времени: мат. междунар. науч.-практ. конф. (г. Санкт-Петербург, 27-28 октября 2017 г.). СПб., 2018.
6. Журавлева А. А. Подкастинговое вещание: структура, жанрово-тематическое разнообразие, особенности развития в социальной сети ВКонтакте // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1 (35).
7. Иссерс О. С. Люди говорят... Дискурсивные практики нашего времени: монография. Омск, 2012.
8. Круглова Л. А. Российские аудиоподкасты: становление и специфика развития // МедиаАльманах. 2018. № 1 (84).
9. Нестерова Н. Г. Феномен радиодискурса: современные дискурсивные практики: автореф. дисс. ... д. филол. н. Томск, 2016.
10. Фомичева И. Д. Социология СМИ. М.: Аспект Пресс, 2007.
11. Berry R. A Golden Age of Podcasting? Evaluating Serial in the Context of Podcast Histories // Journal of Radio and Audio Media. 2015. Vol. 22 (2). URL: <http://sure.sunderland.ac.uk/id/eprint/6524>
12. Bonini T. The Second Age of Podcasting: Reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium // Quaderns del CAC 41. 2015. Vol. XVIII. URL: <https://www.researchgate.net/publication/281207319>

Информация об авторах | Author information

RU**Ануфриева Галина Васильевна¹**, д. филол. н., доц.¹ Алтайский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Барнаул**EN****Anufrieva Galina Vasilievna¹**, Dr¹ Altai Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Barnaul¹ agvbarnaul@inbox.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 10.09.2022; опубликовано (published): 10.10.2022.

Ключевые слова (keywords): медиакоммуникация; подкасты; дискурсивная практика; масс-медиа; media communication; podcasts; discursive practice; mass media.