

Филология: научные исследования

Правильная ссылка на статью:

Егошкина В.А. Речежанровая специфика просветительских аудиоподкастов // Филология: научные исследования. 2024. № 6. DOI: 10.7256/2454-0749.2024.6.70907 EDN: FQGUHB URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=70907](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=70907)

## Речежанровая специфика просветительских аудиоподкастов

Егошкина Виолетта Александровна

ORCID: 0000-0003-3173-8289

кандидат филологических наук

доцент кафедры журналистики и медиалингвистики; Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

644077, Россия, Омская область, г. Омск, пр. Мира, 55

✉ [v.egoshkina@yandex.ru](mailto:v.egoshkina@yandex.ru)



[Статья из рубрики "Лингвистика"](#)

### DOI:

10.7256/2454-0749.2024.6.70907

### EDN:

FQGUHB

### Дата направления статьи в редакцию:

31-05-2024

**Аннотация:** В современном медиаполе всё большую популярность набирают новые форматы, реализуемые в интернет-пространстве. Конвергентные процессы порождают новые формы медиаконтента. Одним из таких феноменов является аудиоподкаст, который в настоящее время еще не достаточно изучен, многие аспекты нуждаются в научной рефлексии. В частности, исследовательский интерес представляет речежанровая специфика аудиоподкастов. Объектом предпринятого исследования являются просветительские аудиоподкасты, представленные на платформе Smotrim.ru («100 минут» – 26 выпусков, «Литературные склоки» – 11 выпусков, «Беседы о литературе» – 14 выпусков, «Дневник его жены» – 11 выпусков) и Polka.academy («Между строк» – 17 выпусков), опубликованные с 2021 по 2024 гг. Цель статьи – выявить и описать базовый вторичный речевой жанр, репрезентирующие его первичные речевые жанры, объективированные в исследуемых медиатекстах. Для достижения заявленной цели используются как общенаучные методы исследования, так и частные

методики, применяемые в медиалингвистике и медиастилистике – сопоставление и интерпретация языковых фактов, речеганровый анализ медиатекстов. Изучение медиатекстов в русле речевого жанроведения является актуальным и перспективным, поскольку данная парадигма исследования позволяет выявить и описать базовые структурные элементы жанра, коммуникативную специфику, интенции и роли адресанта и адресата, определить языковое и стилистическое своеобразие репрезентированных текстов. В статье представлены различные точки зрения на феномен аудиоподкастинга, сформулирована его дефиниция, которая учитывает не только технические свойства аудиоподкастов, но и их содержательную специфику, приведены классификации аудиоподкастов, систематизированы подходы к пониманию и исследованию речевых жанров, выявлен и охарактеризован базовый вторичный речевой жанр информативной беседы, а также входящие в его структуру доминантные первичные речевые жанры, что обуславливает актуальность и научную новизну предпринятого исследования.

**Ключевые слова:**

аудиоподкаст, просветительский аудиоподкаст, медиатекст, медиадискурс, речевой жанр, конвергенция, медиалингвистика, медиастистика, речевое жанроведение, генеристика

**Аудиоподкаст как современный медиаформат: подходы к определению и типологизации**

В настоящее время традиционные СМИ переживают существенные изменения, связанные с конвергенцией и мультимедиазацией. Интернет всё больше влияет на форматы журналистики. Так, в последние десятилетия появилось абсолютно новое явление – подкастинг.

Подкаст – «цифровой медиафайл в звуковом формате mp3, который распространяется через интернет и воспроизводится при помощи компьютера, портативного медиаплеера, мобильного телефона, автомагнитолы, домашней стереосистемы. Само слово подкаст является производным от английских “iPod” (торговая марка медиапроигрывателей) и “broadcast” (широковещание, повсеместное вещание)» [\[1, с. 98\]](#).

По своему формату аудиоподкасты напоминают радиопрограммы. Как правило, они представляют собой беседы или монологи, посвященные определенным темам: литература, мода, кино, спорт, юмор и т.д. Однако в отличие от радиопрограмм, подкасты доступны для слушателей в любое время, они не зависят от сетки вещания и не ограничены форматом радио. Несмотря на то, что аудиоподкасты имеют ряд отличий от традиционной радиопрограммы, исследователи не пришли к единому мнению о дефиниции данного феномена. Являются ли они разновидностью радио или это совершенно новый формат – дискуссионный вопрос.

Ряд ученых рассматривают аудиоподкаст как новый тип радио. Например, И. И. Карпенко приравнивает подкасты к типам новейших радиоформ [\[2\]](#). Однако есть иная точка зрения: подкастинг – отдельная форма предоставления информации, которая относится к онлайн-журналистике из-за особенностей формы. Такого мнения придерживаются журналисты Марина Ласинска и Максим Иванов [\[3, с. 41-45\]](#).

Для того чтобы понять, какая точка зрения наилучшим образом раскрывает все аспекты

феномена аудиоподкастинга, сравним характеристики радиопрограммы и аудиоподкаста.

А. А. Дорофеева в своей работе «Подкастинг: новое радио в Интернете» выделяет шесть критериев, по которым можно выявить отличия традиционной радиопрограммы от аудиоподкаста:

1. способ выхода материала в эфир;
2. форма выхода материала;
3. способ распространения для слушателей;
4. способы финансирования программы;
5. возможности, предоставленные слушателю;
6. уровень профессионализма ведущего [\[4, с. 195\]](#).

Ориентируясь на данные параметры, можно сделать следующие выводы:

1. Аудиоподкаст может быть записан как в студии, так и в домашних условиях, выходит в интернет-пространстве, не привязан к сетке вещания, а значит, доступен в любое время суток. Он всегда записывается заранее, что дает возможность редактирования. В то время как радиопрограммы готовятся непосредственно в студии, зависят от сетки вещания – даже если передача записана заранее, слушатель услышит её только в определенное время. Трансляция программы может происходить в режиме прямого эфира, когда у журналиста нет возможности отредактировать материал.
2. Для записи аудиоподкастов достаточно минимального набора оборудования: микрофона и компьютера. Традиционное радио требует больших материальных затрат, связанных с покупкой высокотехнологичного оборудования и радиочастоты.
3. Аудиоподкаст выходит постфактум, поэтому у слушателей нет возможности прямого общения с ведущими в формате «здесь и сейчас», однако каждый может в удобное для него время прослушать подкаст и оставить свой комментарий. В рамках радиопрограммы возможностей для интерактива со слушателями гораздо больше: звонки в студию, отправка смс-сообщений, общение в чатах и мессенджерах радиостанции.
4. К ведущим и радиожурналистам предъявляются высокие требования: четкая дикция, грамотная речь, навыки написания журналистских материалов и т.д. В то время как запись подкаста доступна для любого желающего, поэтому уровень профессионализма подкастеров, особенно начинающих, значительно ниже.

Таким образом, очевидно, что аудиоподкастинг не является разновидностью радио, а значит знак равенства между радиопрограммой и аудиоподкастом невозможен. Подкаст – «совершенно иной формат передачи информации посредством аудиовещания» [\[4, с. 198\]](#).

Поскольку аудиоподкасты имеют разнообразный спектр тем и жанров, существуют разные классификации подкастов по тематической, жанровой и функциональной принадлежности.

Джулия Сапиро, руководитель платформы Radiotopia, выделяет следующие подкасты: infocast (информационный), backcast (про прошлое), crimecast (расследование преступлений), chumcast (дружеский подкаст), realcast (что сейчас), fanfictioncast (научная фантастика), sequelcast (про истории). В основе её классификации лежит тематический принцип [\[5, с. 61\]](#).

По тому же признаку строит классификацию подкастов М. А. Бережная в своей работе «Что за чудо-юдо заморское – музейный подкаст?» [\[6, с. 453\]](#). Она выделяет следующие виды подкастов:

1. Подкаст «История» – цельная история с одной идеей, одним стержнем, одной линией повествования.
2. Мультимедийный проект – сочетание нескольких историй, объединенных одной темой. Во время подготовки продумывается не только соответствие элементов внутри каждой истории, но и соответствие историй между собой. Такие подкасты обычно читаются разными голосами.
3. «Монтаж», или сборная солянка – подкасты обо всем, не имеющие единой темы.

Другим основанием для классификации подкастов является их жанровая принадлежность. Л. И. Хасанова предлагает следующую систематизацию подкастов: couplecasts (освещают личную жизнь авторов, чаще семей); аудиоблоги (аналог онлайн-дневника); аудиокниги; комеди-подкаст; образовательные подкасты; радиоспектакли и радио-шоу; другие категории подкаста: политика, наука, здоровье, спорт, развлечения, путешествия [\[7, с. 277\]](#).

По жанровому признаку классифицирует подкасты и журналистка В. Некрасова. Она выделяет жанры: документалистика, комедия, investigative journalism (журналистское расследование), ток-шоу, аналитические передачи [\[8\]](#) для систематизации подкастов, можно выделить ещё три основания: информационность (соответствие контента актуальной событийной повестке дня), формат и сюжет. По информационности подкасты делят на событийные (контент строится на новостях и информационной повестке) и вневременные (подкасты не привязаны к конкретным инфоповодам), по формату выделяют повествовательные и дискуссионные подкасты, по сюжету – сюжетные и внесюжетные [\[9, с. 58\]](#).

Иную классификацию подкастов приводят Л. И. Агафонова и Ж. С. Аникина. Они различают подкасты, использующиеся для обучения иностранному языку: по технической платформе (автономный подкаст – создается с помощью автономного программного обеспечения; интегрированный подкаст – создается в рамках определенного сайта); по типу мультимедиа (аудиоподкаст, видеоподкаст); по количеству авторов (индивидуальный и коллективный подкаст); по авторскому составу (преподавательский, студенческий подкаст); по жанру (образовательный, развлекательный, общественно-политический подкаст); по цели обучения (формирование навыков, развитие умений) [\[10, с. 173\]](#).

Несмотря на то, что признаки для классификации подкастов разные (тема, жанр, техническое оснащение, количество авторов, цель, тип мультимедиа), одна типология дополняет другую.

Поскольку объектом нашего внимания являются просветительские аудиоподкасты, следует заметить, что к ним относятся те аудиопроизведения, где отражены «общекультурные традиции в их универсальном значении для общества (новости культурной жизни, тематические программы о тех или иных видах искусства и литературы); состояние общественного мнения» [\[11, с. 4\]](#).

Они реализуют следующие задачи: просвещение, воспитание, образование аудитории; усвоение ею духовных, нравственных и культурных ценностей; приобщение ее к

национальной и мировой культуре.

### **Речевой жанр: дефиниция и модель описания**

Формат аудиоподкаста интересен тем, что он не содержит визуальных образов, именно поэтому на первый план выходит речевой жанр, в котором работают авторы. Просветительские аудиоподкасты не строятся по традиционной схеме радижных жанров. Несмотря на то, что каждый выпуск аудиоподкаста посвящен определенной теме, в ходе беседы или монолога авторы и приглашенные гости не имеют четкой фабулы, позволяя себе отступления от главной темы. Тем самым можно сказать, что классическая структура радижных жанров в рамках просветительских аудиоподкастов не работает. Именно поэтому, прежде чем анализировать жанровое своеобразие просветительских аудиоподкастов, важно понять, что собой представляет речевой жанр, каковы его границы и подходы к типологизации.

Теория речевых жанров является относительно новым направлением, которое стало активно развиваться в середине XX века. Первооткрывателем в изучении речевых жанров считается российский лингвист М. М. Бахтин. Именно он впервые поставил вопрос о выделении и описании речевых жанров.

В своих работах он отмечал тесную связь языка и жанров [\[12, с. 181\]](#). Каждое высказывание имеет свою цель и условия, которыми определяется тон и направленность коммуникации. Этим обусловлен выбор тематики, лексических, фразеологических, грамматических средств, а также композиции построения фразы. По мнению М. М. Бахтина, «эти три момента неразрывно связаны в целом в высказывании и одинаково определяются спецификой данной сферы общения. Каждое отдельное высказывание, конечно, индивидуально, но каждая сфера использования языка вырабатывает свои относительно устойчивые типы таких высказываний, которые мы и называем речевыми жанрами» [\[12, с. 159\]](#).

Признаками речевых жанров (высказываний) М.М. Бахтин называл следующие: «смена речевых субъектов (создает четкие границы высказывания); адресованность (у высказывания всегда есть автор и адресат); завершенность; отношение к действительности/к истине; событийность (историчность); экспрессивность и новизна» [\[12, с. 263\]](#). А сам речевой жанр определял как «относительно устойчивый тематический, композиционный и стилистический тип высказывания» [\[13, с. 238\]](#).

Со временем стало появляться всё больше работ, посвященных изучению речевых жанров, а с ними – новые взгляды и подходы к определению понятия. Несмотря на то, что большинство исследователей опирается на выводы М. М. Бахтина, факт постоянного развития медиасреды, появления новых форматов, а вследствие и возникновения новых речевых жанров находит своё отражение в научных трудах в виде предложенных классификаций и определений.

В. В. Дементьев проанализировал разные подходы к проблеме определения речевого жанра и разделил их на три группы [\[14, с. 109-113\]](#).

- В первую группу ученый определил исследования, которые опираются на классическое определение жанра, сформулированное Аристотелем и Н. Буало. В данном подходе жанр понимается либо слишком узко, либо слишком широко, поэтому, как считает В.В. Дементьев, «такой подход малопригоден для лингвистического изучения речи» [\[14, с. 109\]](#).

- Во вторую группу были объединены работы, которые посвящены отдельным аспектам структуры речевых жанров (устойчивые формы речевого поведения, стереотипы, связь с речевым этикетом и другие). Несмотря на то, что результаты этих работ, несомненно, полезны и ценны, в них нет «целостной и четкой концепции» речевых жанров [\[14, с. 109\]](#).
- К третьей группе В. В. Дементьев относит исследования, в основу которых легла концепция речевых жанров М. М. Бахтина, представляющие в настоящий момент два направления изучения речевых жанров: лингвистическое (генристика) и прагматическое (жанроведение) [\[14, с. 109\]](#).

Так, например, по мнению И. В. Шерстяных, речевой жанр – это «феномен речевой действительности, модель сознания» [\[15, с. 30\]](#). В. В. Смирнов в своем учебном пособии «Жанры радиожурналистики» называет речевым жанром «"мостик", с помощью которого журналист вступает в речевое общение с невидимым слушателем и общается с ним с определенной целью, воплощенной в произведении» [\[16, с. 12\]](#). К. Ф. Седов считает, что «речевой жанр – вербально-знаковое оформление типических ситуаций социального взаимодействия людей» [\[17, с. 8\]](#). Именно эта дефиниция является наиболее актуальной для данного исследования.

Поскольку существует множество подходов к пониманию определения речевого жанра, в трудах отечественных ученых представлено несколько классификаций данного феномена. Так, например, Н. Д. Арутюнова в качестве основы для типологии речевых жанров называет целеориентированность, определяющую «не только связь между собой отдельных реплик, но и типы, или жанры, человеческого общения, в рамках которых формируются характерные для коммуникации ролевые структуры и виды модальностей» [\[18, с. 52\]](#).

Классификация исследователя непосредственно связана с диалогическими конструкциями, поэтому в рамках данной типологии выделены следующие речевые жанры:

1. Информативный диалог;
2. Прескриптивный диалог;
3. Обмен мнениями с целью принятия решения или выяснения истины;
4. Диалог, имеющий целью установления и регулирование межличностных отношений;
5. Праздноречевые жанры: эмоциональные, артистические, интеллектуальные [\[19, с. 166\]](#).

Жанрово-коммуникативный аспект в основу типологии закладывает К. В. Кожевникова, выделяя классы речевых жанров:

- тексты, содержание которых строится по жестким (где-то в большей, где-то в меньшей степени) информативным моделям – афиша, инструкция, рецепт;
- тексты, содержание которых строится по информативным узуальным моделям (газетное сообщение о текущих событиях, рецензия на литературное произведение);
- тексты, нерегламентированные, содержание которых не подлежит никакой строгой заданности с жанрово-коммуникативной стороны (частная переписка) [\[20, с. 53-54\]](#).

Представленные типологии имеют узкую направленность, поэтому не могут выступать в качестве универсальной классификации. Стоит отметить, что до сих пор нет единой типологии речевых жанров, что объясняется их постоянной модификацией, связанной как с трансформацией среды реализации, так и с речевым поведением адресанта.

Способность речевых жанров видоизменяться отмечал и М. М. Бахтин. Он разделял все жанры на первичные (простые) и вторичные (сложные), считая, что они находятся в прямой зависимости друг от друга: «Первичные жанры служат материалом для вторичных. Войдя в состав вторичного жанра, первичные жанры трансформируются, теряют свою самостоятельность, становятся частью целого вторичного жанра. <...> Вторичные речевые жанры в процессе своего формирования вбирают в себя и перерабатывают различные первичные (простые) жанры» [\[13, с. 239\]](#).

Для возникновения первичных речевых жанров необходимо «непосредственное общение», а для вторичных – «высокоразвитая культурная коммуникация» [\[21, с. 352\]](#).

Разработка модели анализа сложных, т.е. вторичных, речевых жанров предпринималась Т. В. Анисимовой [\[22\]](#), А. Вежбицкой [\[23\]](#), Н. Б. Лебедевой [\[24\]](#), Т. В. Шмелевой [\[25\]](#).

Наиболее известной и общепринятой в жанроведении считается «анкета» речевого жанра Т. В. Шмелевой, в рамках которой исследователь выделяет следующие параметры:

1. Коммуникативная цель – наиболее значимый признак, предполагающий противопоставление четырех типов речевых жанров:
  1. информативные – выполняют различные операции с информацией (предъявление/запрос, подтверждение/ опровержение);
  2. императивные – их цель вызвать осуществление определенных событий, необходимых, желательных или опасных для кого-то из участников коммуникации;
  3. этикетные – осуществляют поступки, связанные с социальной сферой и предусмотренные этикетом данного общества (извинения, благодарности, поздравления, соболезнования);
  4. оценочные – меняют самочувствие участников коммуникации, оценивая их поступки и качества с принятыми в данном обществе ценностями.
2. Образ автора включает информацию об авторе высказывания как об участнике общения. Данные сведения адресат может получить как с помощью вербальных и невербальных характеристик, так и благодаря информации, заложенной в типовой проект речевого жанра.
3. Образ адресата взаимосвязан с образом автора. От того, насколько совпадают представления адресата и его реальная роль в рамках выбранного жанра, зависит успех коммуникации. В случае нарушения данного фактора могут возникать недопонимания между участниками диалога и, как следствие, – коммуникативная неудача.
4. Образ прошлого включает речевые жанры, инициирующие общение, и «реактивные», которые представляют собой реакцию на другие жанры (ответ, отказ, согласие, опровержение).
5. Образ будущего предполагает дальнейшее развитие речевых событий, воплощающееся в появлении других речевых жанров.
6. Диктумное (событийное) содержание репрезентирует объективное содержание предложения с учетом интенций, целей, задач участников речи.
7. Языковое воплощение формирует представления адресата об авторе и его коммуникативных намерениях. Для модели речевого жанра его языковое воплощение важно увидеть в спектре возможностей, лексических и грамматических ресурсов жанра [\[25, с. 90-98\]](#).



Несмотря на то, что теории речевых жанров посвящено много исследований, в том числе и современных, в рамках которых систематизированы как известные речевые жанры, так и те, которые появились совсем недавно [\[261,127\]](#), охватить абсолютно все не представляется возможным, к тому же с каждым годом они изменяются, приобретая новые признаки и формы. Именно поэтому в данном аспекте все еще остаются неизученными и неописанными многие речевые жанры, обладающие специфическими признаками и особенностями.

### **Репрезентация речевых жанров в просветительских аудиоподкастах**

В ходе анализа медиатекстов, объективированных в эмпирическом материале, было отмечено, что выпуски аудиоподкастов строятся на коммуникативном взаимодействии ведущего и приглашенного эксперта, которые обстоятельно и детально обсуждают заявленную тему, следовательно, базовым вторичным речевым жанром просветительских аудиоподкастов мы считаем **информативную беседу**.

**Коммуникативная цель** информативной беседы – расширить знания и представления адресата о предмете речевого акта. Авторы анализируемых аудиоподкастов в рамках своего медиапродукта поднимают различные темы (литература, архитектура, живопись, психология и т.д.) с целью просвещения аудитории. Несмотря на то, что в речи экспертов и ведущих встречаются элементы фатики в виде шуток, ироничных замечаний, незначительных отступлений от темы, участники коммуникации главной задачей ставят информирование, а не развлечение адресата.

В ходе исследования нами были выделены основные признаки информативной беседы:

- ведущий и приглашенный гость являются равноправными участниками коммуникации: журналист разбирается в теме и выступает в роли собеседника, а не интервьюера;
- новые знания аудитория получает не в виде поверхностных умозаключений, а через обстоятельный анализ заявленной темы, в рамках которого приводятся аргументы, используются цитаты, даются отсылки к исследованиям ученых;
- выпуск всегда посвящен одной теме, в ходе освещения которой ведущий не допускает пространных рассуждений эксперта, выстраивая коммуникацию таким образом, чтобы охватить лишь те вопросы, которые было задумано рассмотреть в рамках конкретного выпуска;
- авторы аудиоподкастов выступают в роли представителя аудитории: задают вопросы, раскрывающие тему, следят, чтобы информация была понятна слушателям (не только тем, кто разбирается в предмете разговора, но и тому сегменту аудитории, кто слышит об этом впервые). С помощью вопросов ведущие выстраивают разговор в логическую цепочку, легко воспринимаемую адресатом.

Характеризуя **образ автора**, стоит отметить, что, несмотря на просветительскую направленность аудиоподкастов, ведущие не примеряют на себя роль «мудреца», который делится знаниями с аудиторией. Напротив, авторы позиционируют себя как любознательного человека, стремящегося открывать новое, расширять кругозор и смотреть на, казалось бы, уже давно изученные и понятные вещи под другим углом.

Ведущие аудиоподкастов, представленных в эмпирическом материале исследования, обладают знаниями по темам, которым посвящены выпуски, при этом их образ лишен надменности: авторы не строят коммуникацию с аудиторией на основе модели «учитель – ученик» и не выступают в роли наставника. Кроме того, ведущие подкастов стремятся наладить контакт с аудиторией, добавляя высказываниям позитивную тональность:



реплики лишены издевок, насмешек, иронии над адресатом. При этом нельзя сказать, что авторы просветительских аудиоподкастов позиционируют себя как друга-собеседника, скорее они выступают в роли приятеля, который вместе со своим знакомым (в данном случае адресатом), стремится расширить знания в определенных сферах.

В целом образ автора можно охарактеризовать так: это образованный человек с широким кругозором в разных областях науки и искусства; постоянно находящийся в поиске новых знаний и расширяющий уже имеющиеся представления о предмете беседы. Любознательность, искреннее стремление познавать новое – отличительные черты образа автора.

Поскольку аудитория просветительских аудиоподкастов разнообразна, а возрастной ценз указан не во всех проектах, описать **образ адресата** довольно сложно. Абсолютно точно можно сказать, что выпуски аудиоподкастов «Между строк» и «100 минут» ориентированы на аудиторию старше 18 лет (программы имеют возрастное ограничение), хотя не исключено, что их может слушать более молодая аудитория. В других аудиоподкастах, составляющих эмпирическую базу исследования, возрастной ценз не указан, однако, исходя из анализа медиатекстов, тем и названий выпусков, можно сделать вывод: адресатом просветительских аудиоподкастов могут быть молодые люди в возрасте от 16 лет, имеющие различный социальный статус (потенциальными слушателями могут быть школьники, студенты, преподаватели, представители технических и гуманитарных профессий); стремящиеся получать знания в разных областях науки и искусства. Верхнюю возрастную границу четко обозначить невозможно, поскольку информация, представленная в выпусках аудиоподкастов, может быть интересна людям практически любого возраста. Цель слушателей просветительских аудиоподкастов – узнать новую информацию, расширить имеющиеся познания и интересно провести время.

Авторы понимают, что аудитория программы разнообразна, поэтому используют знакомые большей части слушателей прецедентные тексты, что позволяет избежать коммуникативной неудачи:

*«Вот формула Александра Сергеевича Пушкина – "**Чем меньше женщину мы любим, тем легче нравимся мы ей**" – как сложилась в голове великого нашего поэта?»* («Беседы о литературе», 16.09.2021). В данном примере ведущий подкаста цитирует известные строки из произведения А.С. Пушкина «Евгений Онегин». Выражение прочно вошло в коммуникативную среду носителей русского языка, и даже те люди, кто не читал роман, не раз слышали эти строки, а поскольку большая часть аудитории аудиоподкаста «Беседы о литературе» интересуется литературой, распознать отсылку к произведению не составляет труда. Используя данный прецедентный текст, Павел Картаев актуализирует образ адресата: им выступает человек, который разбирается в литературе и абсолютно точно знает известные строки из произведений классиков.

**Образ прошлого** репрезентирован в темах и прецедентных именах, которым посвящен выпуск аудиоподкастов. Приведем лишь несколько примеров: *«М.А. Булгаков. Мифы вокруг личности **Михаила Булгакова**»* («100 минут», 11.05.2021), *«Александр Невский. Что нам известно об **Александре Невском**»* («100 минут», 31.05.2021), *«Владимир Маяковский и Лиля Брик как развивался роман поэта»* («Беседы о литературе», 23.03.2021), *«"Семнадцать мгновений весны" и другие произведения **Ю.С. Семёнова**»* («Беседы о литературе», 13.10.2021), *«"Сладострастная торговка" **Даниила Хармса**»* («Между строк», 28.12.2022), *«Александр Блок и Андрей Белый. Несостоявшаяся дуэль»* («Литературные склоки», 13.01.2022), *«Любовь в жизни*

**Василия Жуковского**» («Дневник его жены», 07.02.2023), **«"Дом, в котором я живу..." Ксении Некрасовой»** («Между строк», 29.03.2023) и другие.

Кроме того, ведущие и приглашенные эксперты часто обращаются к цитатам известных деятелей культуры, их знаменитым произведениям:

**«Ахматова говорила о Гумилеве, что он был пророком, визионером. И, естественно, возникает вопрос, что в этом стихотворении происходит. Каким образом трамвай, который к тому времени уже обычная городская примета (мы знаем работу Романа Тименчика о трамвае в поэзии: трамвай довольно скоро занимает большое место в поэтическом урбанистическом пейзаже), становится медиумом, проводником в иные миры?»** («Между строк», 05.02.2024). В данном примере автор подкаста Лев Оборин воссоздает сразу несколько образов прошлого: сначала обращается к высказыванию известного поэта и бывшей жены Николая Гумилева Анны Ахматовой из «Заметок Анны Ахматовой о Николае Гумилеве», а затем отсылает к статье Р.Д. Тименчика «К символике трамвая в русской поэзии».

**Образ будущего** реализуется через анонсы предстоящих выпусков аудиоподкаста. Наиболее активно проявляется в рамках проекта «100 минут»: **«Завтра продолжим запись подкаста "100 минут" о лени»** («100 минут», 15.11.2022), **«Нейропсихолог Ирина Хвингия была в гостях. Завтра продолжим»** («100 минут», 21.12.2023), **«Мы еще не раз вернемся, будем встречаться все эти дни, продолжать тему о странностях в архитектуре»** («100 минут», 23.04.2024).

**Языковое воплощение жанра** непосредственно проявляется в коммуникативном поведении авторов аудиоподкастов и приглашенных гостей. В речи ведущих и экспертов эксплицированы выразительные средства (эпитеты, метафоры, ирония, сравнения), интертекстуальные элементы (прямое цитирование, создание ассоциативной связи, непосредственное использование прецедентных текстов) и фатические элементы (шутки, лирические отступления).

Подчеркнем, что информативная беседа не тождественна жанру академической лекции: коммуникативное поведение участников речевого акта отличается от модели «учитель – ученик», соответственно собеседники имеют равный статус, их речь не состоит только лишь из научных терминов, упоминаний имен ученых и известных писателей и поэтов, обращений к изобретениям и трудам исследователей.

Информативная беседа является вторичным речевым жанром. В ее структуру входят первичные речевые жанры:

- информативные (краткий комментарий, пояснение);
- этикетные (приветствие, прощание, благодарность);
- оценочные (похвала, ироничная шутка, комплимент, мнимое возмущение).

Жанр краткого комментария является одним из самых частотных, что обусловлено форматом аудиоподкаста и целями, которые ставят перед собой авторы.

**«Как соотносится этот жанр [отрывка] с жанром элегии? Все-таки уединение – это типический и лирический мотив, и наблюдение за природой, за невыразимым в этом уединении – очевидно, мотив, который следует из него»** («Между строк», 05.03.2024). В данном примере Лев Оборин задает вопрос эксперту и сразу же комментирует его, поясняя своему собеседнику и аудитории, о чем именно идет речь и как, по мнению автора подкаста, жанр элегии проявляется в стихотворении Василия

Жуковского «Невыразимое».

Отметим, что в просветительских аудиоподкастах встречается жанр шуточного комментария, в рамках которого автор выделяет главное в речи эксперта, как бы «играя» со слушателями:

*«То есть, Марина, **ходило по дому**, условно говоря, **подобие божества**, да? Неприкосновенная весталка, вот, скажем так, на римский манер. И вдруг прибежал **извивающийся**, значит, **змееныш**, да? И вот, **увел у всей честной компании объект поклонения** и просто овладел им, как животное»* («Литературные склоки», 13.01.2022). В данном примере Сергей Стиллавин иронично обыгрывает сложившийся любовный треугольник, действующие лица которого Александр Блок, Любовь Менделеева и Андрей Белый. Надо сказать, что до этого приглашенный эксперт подробно объяснил, что именно происходило между участниками этого самого треугольника, приведя воспоминания, цитаты современников и самих героев, и только после экскурса в историю ведущий подкаста позволил себе шуточный комментарий, при помощи которого сделал своеобразный вывод. Надо сказать, что благодаря данному итогу у слушателей сформируются такие образы героев: Александр Блок – представитель «честной компании», Любовь Менделеева – «объект поклонения», а Андрей Белый – «извивающийся змееныш».

Облигаторным жанром аудиоподкаста является жанр пояснения, в рамках которого авторы дополняют речь эксперта, выносят главную мысль, акцентируя на ней внимание: *«**Любовь Дмитриевна Менделеева является для них объектом прекрасной дамы**. Причем она, конечно, страдала от всего этого, от этого кружка символистов. Она заплетет, например, в волосы ленту. «Ах, чтобы это значило сегодня?», и они обсуждали это целый день. Она поведет рукой – «Ах, как прекрасно дама повела рукой, и чтобы это значило?»». А прекрасная дама страдала ходила, потому что ей это всё было неинтересно»* («Литературные склоки», 13.01.2022).

Жанр пояснения находит отражение и в речи экспертов – озвученный тезис подкрепляется фактами: *«Дело в том, что Василий Андреевич Жуковский – **маргинал в смысле сословного происхождения**. Российская империя – государство сословное, ты рождаешься уже с определенными правами, которые зависят от того, являешься ты крестьянином или дворянином. А вот в случае Жуковского, он такой пограничный, потому что вообще носить фамилию должен был не Жуковский, а Бунин – он был сыном тульского помещика Афанасия Бунина. И, кстати, лирическое отступление: Иван Бунин потом гордился, что Жуковский его предок. Но всё дело было в том, что Жуковский родился не от законной супруги Афанасия Бунина, а от пленной турчанки, которая жила фактически на правах любовницы Бунина, поэтому довольно сложная история: можно ли его признать дворянином или нет»* («Дневник его жены», 07.02.2023).

Этикетными первичными речевыми жанрами просветительских аудиоподкастов, прежде всего, являются приветствие и прощание, которыми, обозначено начало и завершение выпуска.

В приветствии авторы сообщают о теме подкаста, представляют гостя и непосредственно входят в коммуникацию с ним, используя речевой маркер «здравствуйте/приветствуем»:

*«"100 минут" об авторах одного хита или одного шедевра. Пригласили в эфир эксперта, музыкального критика, журналиста Илью Легостаева. Илья, **приветствуем вас!**»* («100 минут», 14.05.2024).

«Поговорим о литературе и конкретно об образе детства в русской литературе. Нам поможет доцент факультета журналистики Института госслужбы РАНХиГС Любовь Петровна Гогина. **Любовь Петровна, здравствуйте!**» («Беседы о литературе», 01.06.2022).

Жанр прощания тесно связан с жанром благодарности: в конце выпуска авторы подкастов не только сообщают о завершении программы, но и благодарят экспертов и слушателей:

«**Ирина Хвингия, спасибо тебе огромное** за вот такую посильную помощь, вклад в наш подкаст "100 минут" о воображении. Нейропсихолог Ирина Хвингия была в гостях. Завтра продолжим. **До новых встреч. Спасибо, что были с нами, дорогие слушатели!**» («100 минут», 21.12.2023).

«Мы говорили сегодня о Борисе Поплавском, о его стихотворении "Флаги". Еще раз всем предлагаю прослушать альбом. **А это был подкаст "Между строк"**. Меня зовут Лев Оборин, с нами был Рома Либеров. **Спасибо! И до следующих выпусков!**» («Между строк», 17.01.2023).

Оценочные речевые жанры просветительских аудиоподкастов репрезентированы в речевом акте, адресатом которого является как эксперт, так и соведущий.

Жанр комплимента, как правило, объективирован в коммуникации с экспертом: «Егор, спасибо большое **как всегда за ваш увлекательнейший рассказ**» («Дневник его жены», 10.01.2023). Однако нередко наблюдается реализация жанра самопохвалы: «**Очень трудолюбивые у нас были полчаса в этих замечательных "100 минутах" о Лени**» («100 минут», 17.02.2024).

Кроме того, в просветительских аудиоподкастах репрезентирован жанр ироничной шутки:

«Товарищи, ну, вот нам, вам, конечно же, кажется, что стоят ровненько на полочке книжки, да? **Вот тебе, понимаешь ли, Карл Маркс, Энгельс. С Лениным рядом какой-нибудь, например, Толстой Лео. Гончарова еще некоторые помнят, хотя немногие. Грибоедова.** И хорошо они друг с другом стоят, замечательно, и складывается впечатление, что, вот, они дружный такой пантеон наших отечественных исследователей, ну, кроме Маркса с Энгельсом, конечно, писателей, единым фронтом выступающих за, так сказать, за нашу Родину, будем говорить так. **А на самом деле склоки и личные нестыковки были**» («Литературные склоки», 24.05.2022). В данном примере ведущий подкаста в подводке к выпуску объясняет, чему посвящен эпизод и о чем пойдет речь в рамках этого аудиоподкаста, однако делает это в ироничной манере, с легкой насмешкой.

Жанр мнимого возмущения не является обязательным для просветительских аудиоподкастов и встречается весьма редко, поскольку коммуникация имеет позитивную тональность. Однако иногда автор вынужден прибегнуть к данному жанру, чтобы скорректировать ход беседы:

– **Давай дадим Илье возможность высказаться.**

– **Давай! Но я задала вопрос про дворники.**

– **Ну, давай еще минут двадцать про дворники поговорим, а потом закончим.**

– Ну, я просто удивлена была, как можно заставить жену в дождь вылезать из автомобиля и чистить стекло!

– **Хорошая жена, значит, была, хорошая, не перебивала мужа и гостя** («100 минут», 15.11.2022).

### Выводы

Подводя итог предпринятого исследования, отметим, что аудиоподкаст мы квалифицируем как самостоятельный медиаформат, распространяемый в интернет-среде и постоянно доступный для адресата, в котором эксплицированы поликодовые медиатексты, включающие аудиальные средства выразительности (речь, музыкальное сопровождение, интершумы и т.д.), обладающие тематической, речежанровой и прагматилистической спецификой, манифестирующей установку на диалогическое взаимодействие продуцента и реципиента.

Речежанровая специфика просветительских аудиоподкастов обусловлена форматом исследуемого медиапродукта, целями и коммуникативными намерениями адресата, ожиданиями целевой аудиторией.

Выделенные и описанные первичные речевые жанры, эксплицированные во вторичном речевом жанре информативной беседы, позволяют авторам просветительских аудиоподкастов расширять когнитивную базу адресата, сохранять интерес аудитории к своему медиапродукту, подробно и при этом увлекательно обсуждать культурные феномены и сложные философские вопросы.

### Библиография

1. Егорова Л. А. Особенности функционирования звучащего научно-популярного дискурса в гипермедийной среде // Полилингвильность и транскультурные практики. 2008. № 3. С. 98-103.
2. Карпенко И. И. Радиовещание в интернете: теория, типология, специфика журналистской деятельности: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2009. 22 с.
3. Волнухина В. И. Подкаст как самостоятельная единица в современном культурном медиапространстве // Культура и гуманитарные науки в современном мире: Сборник научных статей / под ред. О.В. Архиповой. СПб: Научно-исследовательский центр «Пересвет», 2019. С. 41-49.
4. Дорофеева А. А. Подкастинг: новое радио в Интернете // Век информации. 2018. № 1. С. 192-199.
5. Баль В. Ю. Аудиокнига, аудиоподкаст, аудиосериал – новые форматы медиапространства // Библиосфера. 2020. № 1. С. 56-63.
6. Бережная М. А. Что за чудо-юдо заморское – музейный подкаст? // Время Музея. 2019. Выпуск 2. С. 441-458.
7. Хасанова Л. И. Подкаст как образовательное медиасредство // Цифровое развитие экономики и социальной сферы Удмуртской Республики: актуальные вопросы и роль высшей школы: материалы Всерос. науч.-практ. конф. / под ред. А. М. Макарова. Ижевск: Удмуртский университет, 2019. С. 275-279.
8. Распопова С. С. Подкасты – это просто удобно // Журналист. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://jrnlist.ru/podcasting> (дата обращения: 28.05.2024).
9. Сажина Е. В., Муравьева А. А. Жанр «Подкаст» в пространстве интернет-дискурса // Актуальные вопросы современной лингвистики: материалы VIII Региональной научно-практической конференции / под ред. М. Н. Левченко. М.: Московский государственный областной университет, 2021. С. 56-60.

10. Агафонова Л. И., Аникина Ж. С. Дидактико-методические особенности использования подкастов при обучении иностранному языку в вузе // Письма в Эмиссия. Офлайн. 2011. № 12. С. 1703.
11. Сладкомедова Ю. Ю. Культурно-просветительские программы на государственном радио: структурно-функциональные и жанрово-тематические особенности: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2010. 21 с.
12. Бахтин М. М. Собрание сочинений в 7 томах. Т. 5. М.: Русские словари, 1996. 730 с.
13. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 423 с.
14. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М.: Знак, 2010. 600 с.
15. Шерстяных И. В. Теория речевых жанров: лекционно-практический курс для магистрантов. М.: ФЛИНТА, 2013. 552 с.
16. Смирнов В. В. Жанры радиожурналистики: учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2002. 288 с.
17. Седов К. Ф. Ссора // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. М.: Лабиринт, 2007. С. 259-269.
18. Арутюнова Н. Д. Диалогическая модальность и явление цитации // Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. М.: Наука, 1992. С. 52-79.
19. Хисамова Г. Г. Исследование диалога с позиции теории речевых жанров // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 21. С. 164-169.
20. Кожевникова К. В. Об аспектах связности в тексте как целом // Синтаксис текста. М.: Наука, 1979. С. 49-67.
21. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожин. 2-е изд. М.: Флинта: Наука, 2006. 696 с.
22. Анисимова Т. В. Типология жанров деловой речи (риторический аспект): дис. ... докт. филол. наук. Краснодар, 2000. 349 с.
23. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1996. 411 с.
24. Лебедева Н. Б. Жанры естественной письменной речи // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. М.: Лабиринт, 2007. С. 116-124.
25. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра // Жанры речи. 1997. № 1. С. 88-98.
26. Егошкина В. А. Речежанровая специфика программ развлекательного радиодискурса // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2017. № 3(29). С. 58-64. DOI 10.17238/issn1998-5320.2017.29.58.
27. Егошкина В. А. Опосредованная беседа с адресатом: репрезентация речевого жанра в научно-популярном медиадискурсе // Международный научно-исследовательский журнал. 2023. №10 (136). [Электронный ресурс]. URL: <https://research-journal.org/archive/10-136-2023-october/10.23670/IRJ.2023.136.38> (дата обращения: 28.05.2024). DOI: 10.23670/IRJ.2023.136.38.

## Результаты процедуры рецензирования статьи

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

Тема рецензируемой статьи соотносится с одной из рубрик издания. Автор обращает внимание на речежанровую специфику просветительских аудиоподкастов. На мой взгляд проблема актуальна, достаточно нова, да и в массе критических источников рассмотрена не так объемно. Стоит признать, что «в настоящее время традиционные СМИ переживают существенные изменения, связанные с конвергенцией и мультимедиазацией. Интернет всё больше влияет на форматы журналистики. Так, в последние десятилетия появилось абсолютно новое явление – подкастинг». Таким образом, точно остановиться на

анализе речевжанровую специфику аудиоподкастов целесообразно. Работа достаточно информативна, целостна, логика научной оценки поддерживается на протяжении всей наррации. Стиль соотносится с академическим типом: «формат аудиоподкаста интересен тем, что он не содержит визуальных образов, именно поэтому на первый план выходит речевой жанр, в котором работают авторы. Просветительские аудиоподкасты не строятся по традиционной схеме радижных жанров. Несмотря на то, что каждый выпуск аудиоподкаста посвящен определенной теме, в ходе беседы или монолога авторы и приглашенные гости не имеют четкой фабулы, позволяя себе отступления от главной темы. Тем самым можно сказать, что классическая структура радижных жанров в рамках просветительских аудиоподкастов не работает. Именно поэтому, прежде чем анализировать жанровое своеобразие просветительских аудиоподкастов, важно понять, что собой представляет речевой жанр, каковы его границы и подходы к типологизации» и т.д. Термины, понятия используются в режиме унификации; разночтений нет и в определениях. Например, «подкаст – «цифровой медиафайл в звуковом формате mp3, который распространяется через интернет и воспроизводится при помощи компьютера, портативного медиаплеера, мобильного телефона, автомагнитолы, домашней стереосистемы. Само слово подкаст является производным от английских "iPod" (торговая марка медиапроигрывателей) и "broadcast" (широковещание, повсеместное вещание)». Цитации введены верно: «Способность речевых жанров видоизменяться отмечал и М. М. Бахтин. Он разделял все жанры на первичные (простые) и вторичные (сложные), считая, что они находятся в прямой зависимости друг от друга: «Первичные жанры служат материалом для вторичных. Войдя в состав вторичного жанра, первичные жанры трансформируются, теряют свою самостоятельность, становятся частью целого вторичного жанра. <...> Вторичные речевые жанры в процессе своего формирования вбирают в себя и перерабатывают различные первичные (простые) жанры» [13, с. 239]». Ссылки на работы Н. Буало, М.М. Бахтина и других теоретиков явно украшают авторский текст. Удачно, на мой взгляд, рассматривается тема исследования «в связке» с категорией «автора». Следовательно, материал не формально, но содержательно оценивается исследователем: «в целом образ автора можно охарактеризовать так: это образованный человек с широким кругозором в разных областях науки и искусства; постоянно находящийся в поиске новых знаний и расширяющий уже имеющиеся представления о предмете беседы. Любознательность, искреннее стремление познавать новое – отличительные черты образа автора». Собственно сам языковой материал представлен объемно, данные, что хорошо, открыты: «образ прошлого репрезентирован в темах и прецедентных именах, которым посвящен выпуск аудиоподкастов. Приведем лишь несколько примеров: «М.А. Булгаков. Мифы вокруг личности Михаила Булгакова» («100 минут», 11.05.2021), «Александр Невский. Что нам известно об Александре Невском» («100 минут», 31.05.2021), «Владимир Маяковский и Лиля Брик: как развивался роман поэта» («Беседы о литературе», 23.03.2021), «"Семнадцать мгновений весны" и другие произведения Ю.С. Семёнова» («Беседы о литературе», 13.10.2021), «"Сладострастная торговка" Даниила Хармса» («Между строк», 28.12.2022), «Александр Блок и Андрей Белый: Несостоявшаяся дуэль» («Литературные склоки», 13.01.2022), «Любовь в жизни Василия Жуковского» («Дневник его жены», 07.02.2023), «"Дом, в котором я живу..." Ксении Некрасовой» («Между строк», 29.03.2023) и другие». Работа имеет практический характер, хотя в ней содержится и собственно теоретический срез данных. Выводы по тексту правильно «сложны»: «подводя итог предпринятого исследования, отметим, что аудиоподкаст мы квалифицируем как самостоятельный медиаформат, распространяемый в интернет-среде и постоянно доступный для адресата, в котором эксплицированы поликодовые медиатексты, включающие аудиальные средства выразительности (речь, музыкальное сопровождение, интершумы и т.д.),



обладающие тематической, речежанровой и прагматилистической спецификой, манифестирующей установку на диалогическое взаимодействие продуцента и реципиента. Речежанровая специфика просветительских аудиоподкастов обусловлена форматом исследуемого медиапродукта, целями и коммуникативными намерениями адресата, ожиданиями целевой аудиторией». Таким образом, можно констатировать, что тема исследования полновесно раскрыта, цель достигнута, задачи решены. Список источников объемов, специальная правка не требуется. Рекомендую статью «Речежанровая специфика просветительских аудиоподкастов» к открытой публикации в журнале «Филология: научные исследования».