

Елена Владимировна Кушнаревич

*Национальный исследовательский  
Томский государственный университет  
634050, Россия, г. Томск, пр. Ленина, 66  
✉ allena1771@gmail.com*

DOI 10.25205/978-5-4437-1402-8-261-264

## **ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ В АУДИОФОРМАТАХ НОВЫХ МЕДИА**

Как строится современная публичная коммуникация? Медиа существуют сегодня в условиях, когда объем потребления информации растет, а количество свободного времени у аудитории уменьшается, изменяется общественная повестка дня. Наличие цифровой многоканальности современных медиа и влияние на них социальных сетей приводит к необходимости поиска новых форм предъявления контента и взаимодействия с аудиторией. Мобильность цифровой медиасреды способствует обращению к аудиоформатам, например, к популярному сегодня формату подкаста, который позволяет интересно представить контент и выстроить отношения с аудиторией.

Активное продвижение аудиоформатов в социальные сети можно наблюдать в последние полгода, особенно активно их адаптируют под свои нужды telegram-каналы.

Для анализа мы выбрали в Telegram подкасты трех основных типов: научно-популярный, аналитический, развлекательный. Это научно-популярный подкаст «Дотерра наука» компании — производи-

теля эфирных масел; аналитический подкаст о проблемах беременности и материнства «Валя, держись!» и развлекательные подкасты «Давай спросим у итальянца!» и «Полуостров» от языковой школы «Живой итальянский».

Надо отметить, что разделение по функциям в современных форматах условно, потому что и научно-популярный, и аналитический подкасты, как правило, носят и развлекательный характер. А развлекательные выполняют функцию скрытой или даже явной рекламы. Полифункциональность подкастов связана с тем, что telegram-каналы имеют не массовую, а локальную аудиторию, требующую четкой ориентированности на ее потребности и интересы. Это иллюстрирует одну из главных тенденций медиапотребления последних лет — медиааналитик Василий Гатов называет ее «возникновением информационных потоков по желанию потребителя». [Гатов, 2016. С. 208].

Аудиоконтент в социальных сетях сейчас популярен еще и потому, что аудитория может осуществлять параллельное медиапотребление — фоновое прослушивание позволяет, например, просматривать ленту социальной сети. А возможность отложенного прослушивания создает новые коммуникационные связи, когда в процессе создания контента участвует не только автор и слушатели в моменте прослушивания программы, но и слушатели в процессе обсуждения программы в комментариях. В итоге подкаст становится зачастую продуктом совместного творчества.

Это влияет на особенности речевого поведения участников медиадискурса, и аудиодискурса в частности. Н.Г. Нестерова говорит о том, что в современном аудиодискурсе сокращается дистанция между говорящим и слушателем. А массовый адресат превращается в участника информационного обмена. [Нестерова, 2015. С. 189].

Такая демократизация приводит к тому, что в подкастах telegram-каналов мы часто наблюдаем снижение спонтанности речевой коммуникации, снижение качества устной речи выступающих, заимствование из разговорной речи концепций речевого поведения

социально-бытовой сферы. В анализируемых нами подкастах мы встречаем: разговорные стратегии и тактики, неуважительный характер отношения к собеседнику (автор легко может перебить говорящего эксперта, держится с собеседником исключительно просто), установку на языковую игру и юмор. Например, в начале выпуска научно-популярного подкаста ведущий здоровается в шутливой манере: «Подкаст “Дотерра Наука” приветствует своих слушателей!» А в конце автор снова пытается пошутить: «Надеюсь, что мы не дали вам заскучать».

Присутствует разговорная, и даже просторечная лексика, сленг, чрезмерное вкрапление в речь иностранной лексики. Например: «Человек из будки (речь идет о полицейском) сказал, что две с половиной недели — это в общем-то “ОК!”» или «Я думал, что будет капец, а вышло вообще не капец!»

Речь выступающих эмоциональная и экспрессивно окрашенная. Например: «Класс! Мне нравится! Мне нравится потому, что нравится!»

Присутствует избыточность, конкретность, простота, вопросительные и восклицательные предложения, нарушение порядка слов в предложениях. Заметно изменение темпа и отчетливости речи, смещение интонации в сторону неофициального характера речи. И даже в научно-популярном подкасте когда используются в речи сложные понятия и термины, характерные для научного стиля, а дикция и голосовые данные ведущего как у классического диктора, — интонационно все упрощено, обращение к эксперту на «ты» и междометия разговорного стиля: «О чем будешь сегодня рассказывать?», «Об альдегидах», «Опа!.. Боюсь мне о них нечего сказать...»

Тем не менее в подкастах можно проследить и черты традиционной радиожурналистики. Например, авторы используют характерные для спонтанного радиодискурса стратегии и тактики привлечения и удержания внимания аудитории [Нестерова, 2015. С. 66]. Это и стратегия самопрезентации, когда начало маркируется представлением адресанта (в подкасте «Валя, держись!» ведущая рассказывает

о своем материнстве и о том, как она лично проживала проблему, о которой пойдет речь). И тактика интимизации — ставка на открытость и доверительность, готовность к диалогу, использование позитивно окрашенной лексики (очень ярко это проявляется в подкасте «Полуостров», в котором ведущий рассказывает свои истории слушателю как лучшему другу). А также стратегия удержания адресата, например, с помощью тактики анонсирования, когда на страничке telegram-канала языковой школы «Живой итальянский» публикуют отдельный пост в виде мини-подкаста с самыми яркими и интересными моментами выпуска «Давайте спросим у итальянца».

Речевая коммуникация в аудиоформатах новых медиа демократична, интерактивна, использует стратегии и тактики привлечения и удержания внимания слушателя, отличается индивидуальным авторским стилем и языковой и оценочной свободой. Это связано не с отказом от традиций, а с адаптацией под запросы и требования современной аудитории и позволяет подкасту в социальных сетях быть понятным своему конкретному слушателю.

### **Литература**

*Гатов В.* Будущее журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / Под ред. С. Балмаевой, М. Лукиной. Екатеринбург, 2016. URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/>.

*Нестерова Н. Г.* Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект) / Н. Г. Нестерова. Томск : Изд-во Томского ун-та, 2015. 320 с.